

BSFEAC

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTÁBEIS - FEAC
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ - UFC

MARKETING DE EXPORTAÇÃO NAS INDÚSTRIAS
DE CALÇADOS DO CEARÁ

TEREZA IZOLDA RODRIGUES MORAIS

FORTALEZA/DEZEMBRO/1985

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTÁBEIS-FEAC
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ - UFC

MARKETING DE EXPORTAÇÃO NAS INDÚSTRIAS
DE CALÇADOS DO CEARÁ


MONOGRAFIA SUBMETIDA À COORDENAÇÃO DO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS, COMO
REQUISITO PARCIAL PARA OBTENÇÃO DO GRAU
DE BACHAREL EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS,
PELA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ-UFC.

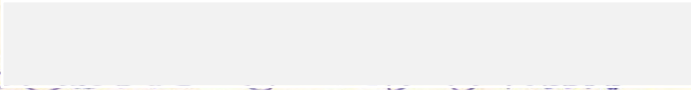
FORTALEZA/DEZEMBRO/1985


Esta monografia foi submetida como parte dos requisitos necessários à obtenção do Grau de Bacharel em Administração de Empresas, outorgado pela Universidade Federal do Ceará, e encontra-se à disposição dos interessados na Biblioteca da Faculdade de Economia, Administração e Contábeis - FEAC. ~~FBRAC~~ ^{AGUARIA}


TEREZA IZOLDA RODRIGUES MORAIS

MONOGRAFIA APROVADA EM 16 /12/1985


FRANCISCO CORREIA DE OLIVEIRA
Orientador


ROBERTO SOUSA LIMA


CRISEIDA ALVES LIMA

AGRADECIMENTOS

- * Ao Professor Francisco Correia de Oliveira, pelas horas dedicadas à orientação desta monografia.
- * Ao Professor Roberto Sousa Lima, pela ajuda fornecida para a execução do presente trabalho.
- * As seguintes empresas pela cooperação valiosa que deram a esta monografia:
 - FUNDAÇÃO NÚCLEO DE TECNOLOGIA DE COUROS, CALÇADOS E AFINS - NTCA;
 - CENTRO DE APOIO À PEQUENA E MÉDIA EMPRESA DO ESTADO DO CEARÁ - CEAG/CE;
 - CARTEIRA DO COMÉRCIO EXTERIOR DO BANCO DO BRASIL-CACEX;
 - SINDICATO DA INDÚSTRIA DE CALÇADOS DE FORTALEZA;
 - BOLSA E CALÇADOS TABÔA LTDA;
 - KEMP - INDÚSTRIA DE CALÇADOS VULCANIZADOS DO NORDESTE S/A;
 - COELHO MODAS LTDA;
 - EMPRESA BRASILEIRA DE CALÇADOS S/A - EBC;
 - SILVEIRA E SOUSA LTDA;
 - SANNA CALÇADOS ORTOPÉDICOS;
 - BRAZEX - COMÉRCIO E EXPORTAÇÃO REPRESENTAÇÕES LTDA,
- * A todas as pessoas que de uma maneira ou de outra, contribuíram para a realização deste trabalho.

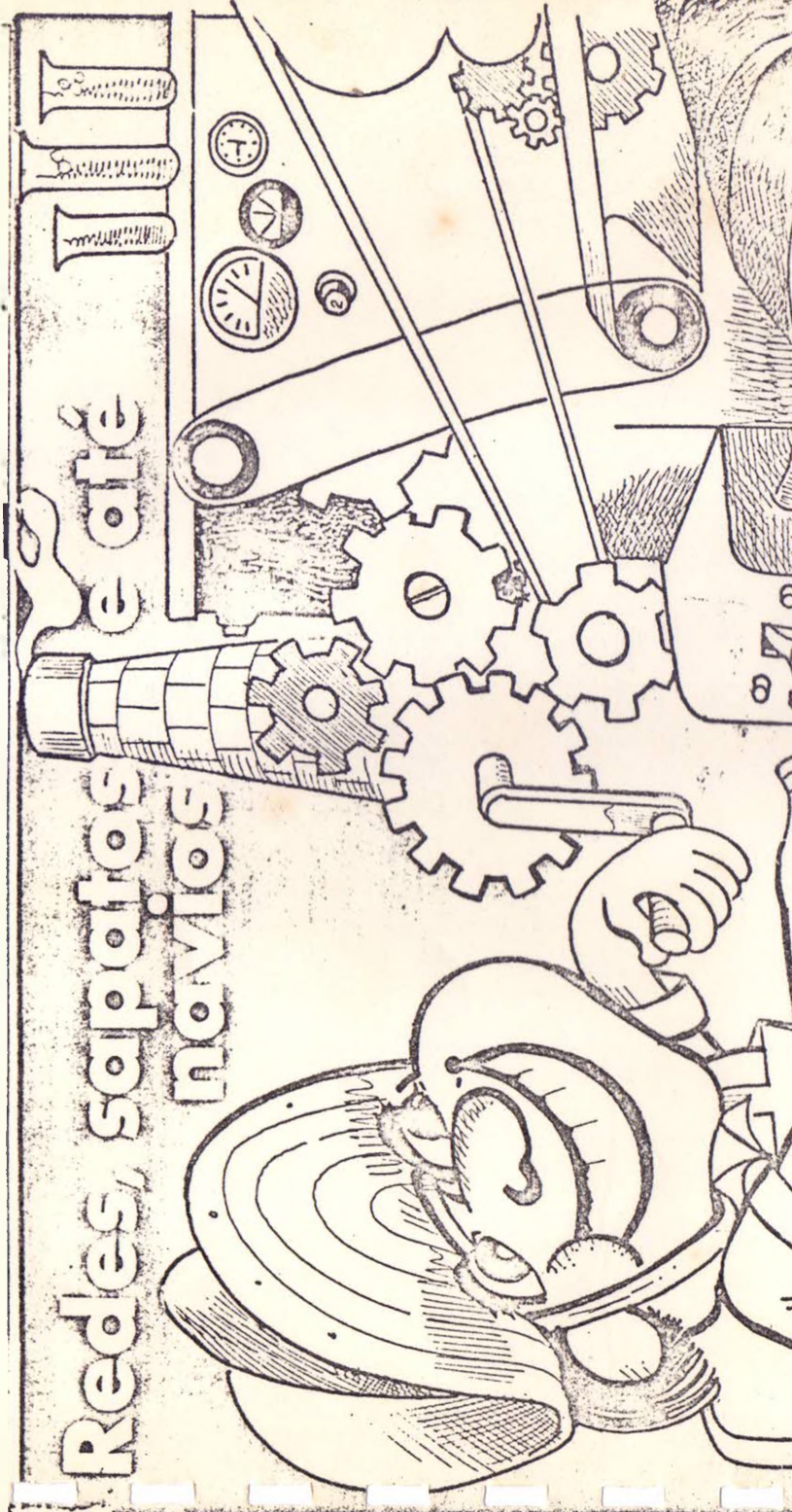
BSFEAC

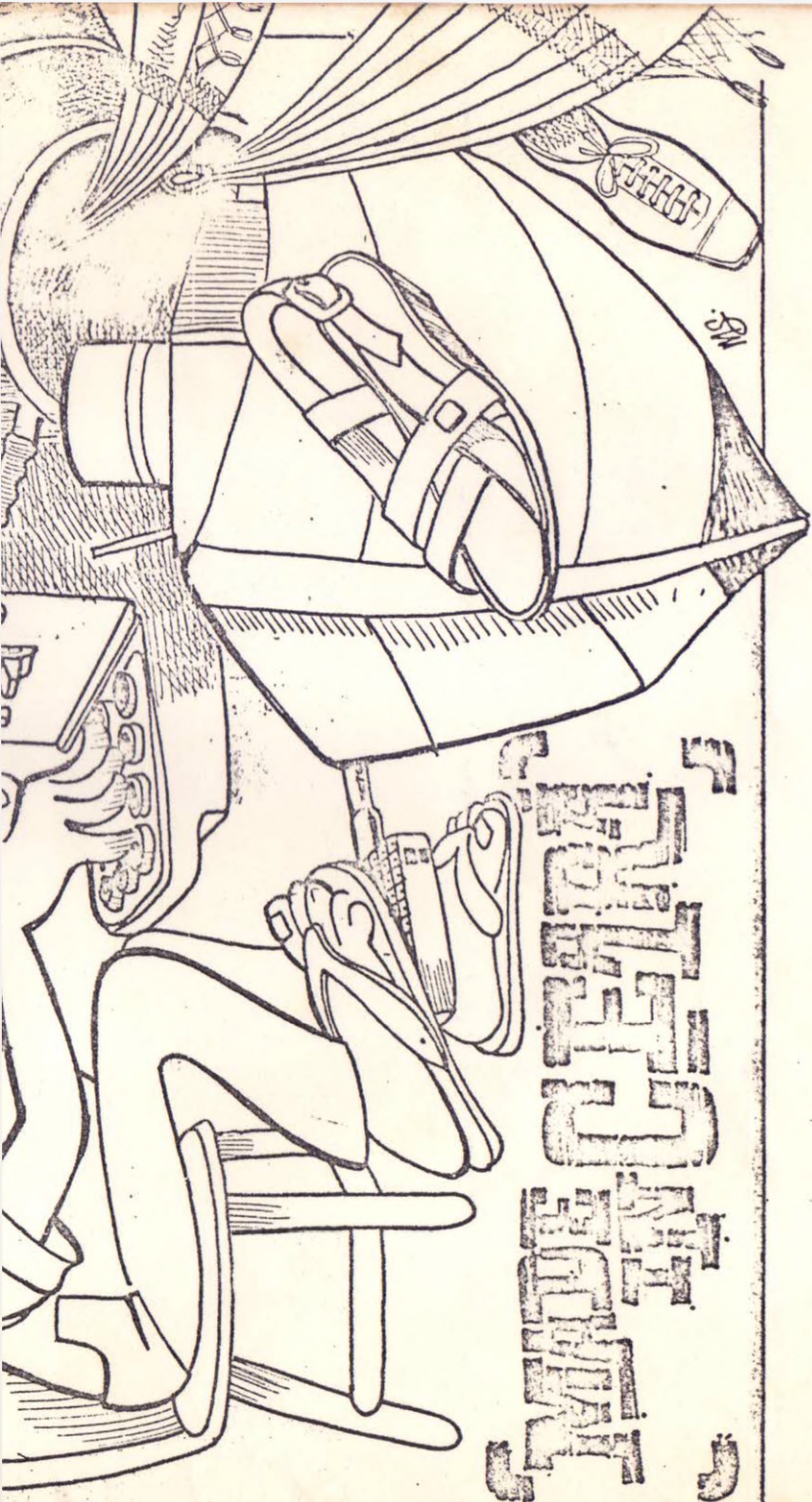
D E D I C A T Ó R I A

Aos meus Pais que com um esforço inau-
dito, propiciaram a minha educação
quando então tive a oportunidade de
realizar este trabalho.

Redes, zapatos
navios

e até





「新到」
「鞋」

APRESENTAÇÃO

A presente monografia tem como objetivo, dissertar sobre o marketing de exportação nas indústrias de Calçados Cearenses. Como é sabido, o setor de calçados brasileiros tem como característica predominante ser constituído por pequenas e médias empresas de capital exclusivamente nacional. E o Brasil possui um leque de vantagens comparativas que o tornam candidato privilegiado a ocupar as vagas abertas no mercado internacional de calçados. O Estado do Ceará, ocupa lugar de destaque na fabricação de calçados, sendo considerado, hoje, o principal centro produtor desse manufaturado na Região. O Ceará produz cerca de 46%.⁽¹⁾ de todo o calçado feito no Nordeste, enquanto boa parte desta produção é comercializada dentro do próprio Estado. Das aproximadamente quatrocentas indústrias hoje existentes, apenas uma média de 25 vendem fora e exportam para outros países.

Portanto, com esse trabalho pretende-se mostrar que o Ceará dispõe de todas as condições infraestruturais, de consolidar-se como III Polo Calçadista do Brasil, e aumentar o volume de suas exportações.

O Ceará tem a vocação de industrialização de calçados, fato já comprovado e que infelizmente não tem recebido a atenção que merece. Somente agora com o apoio da Secretaria da Indústria e Comércio, é que o setor vem recebendo melhor incentivo para explorar o seu grande potencial.

Fonte: (1) Pesquisa elaborada pela FUNCEX - Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior.

INTRODUÇÃO

O desenvolvimento do setor exportador brasileiro, deu lugar a um processo de urbanização mais ou menos intenso, ao longo do qual, se iam estabelecendo as chamadas indústrias de bens de consumo interno tais como as de tecido, "calçado", vestuário, móveis, etc. Estas, como se sabe, são indústrias tradicionais, de baixo nível de produtividade, presentes em quase toda a América Latina, que surgiram no bojo do próprio modelo exportador.

Essa reduzida atividade industrial juntamente com o setor agrícola de subsistência eram insuficientes para dar à atividade interna brasileira um dinamismo próprio. Assim, o crescimento econômico ficava basicamente atrelado ao comportamento da demanda externa por produtos primários, dando o caráter eminentemente dependente e reflexos à nossa economia.

Tendo em vista o exposto acima esta monografia tem início com uma dissertação sobre a evolução da exportação do Brasil e sua relação com o surgimento da indústria de calçados.

O Ceará foi o berço da chamada civilização coureira, que floresceu em nossa terra no século XVII e marcou profundamente a cultura do nosso povo.

"Os sertões guardam ainda na memória popular a epopéia de seu desbravamento, quando no rastro do boi, construiu-se toda a saga do vaqueiro destemido, que penetra celeremente pela intricada vegetação da caatinga, formando uma só unidade com seu cavalo, na arriscada proeza de capturar um novilhão desgarrado."(1)

Foi o "ciclo de boi" que proporcionou a acumulação de um excedente produtivo, permitindo a formação de um

BSFEAC

mercado de consumo que extrapolava as fronteiras do Nordeste, trazendo riquezas para a rudimentar economia cearense. A indústria artesanal de artefatos de couro, disseminada por todos os aglomerados populacionais sertanejos, supriu com muita eficiência as necessidades de uma sociedade marcadamente agropastoril. A nossa literatura registra com riqueza de detalhes uma época em que o couro era a matéria prima básica para a confecção de qualquer utensílio.

Esta monografia, espera mostrar a viabilização de programas estratégicos de interesse para o desenvolvimento regional, do Setor Calçadista e Afins, na potencialidade que poderá representar a nível nacional, mercê de suas vantagens comparativas.

Esta potencialidade é confirmada através de pesquisas sobre o setor de calçados, objeto de um trabalho realizado no CEAG/CE, NTCA, Sindicato dos Fabricantes de Calçados de Fortaleza, CACEX, FIEC, BNB, empresários locais exportadores representando todo o setor, e agentes de exportação.

FONTE:

(1) Revista Mensal da Secretaria de Comunicação Social do Governo do Estado do Ceará.

S U M Á R I O

| | |
|--|----|
| 01- EVOLUÇÃO DA EXPORTAÇÃO NO BRASIL | 01 |
| 02- HISTÓRICO DO CALÇADO | 25 |
| 2.1- O CALÇADO NO BRASIL | 27 |
| 03- CARACTERÍSTICAS DO CALÇADO | 30 |
| 04- A FUNÇÃO DO NORDESTE NAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CALÇADOS | 32 |
| 05- IMPORTÂNCIA ECONÔMICA E SOCIAL DA INDÚSTRIA DE CALÇADOS DO CEARÁ | 34 |
| 06- IMPORTÂNCIA DA PESQUISA MERCADOLÓGICA NO MARKETING INTERNACIONAL DE CALÇADOS E AFINS | 36 |
| 07- O CONSÓRCIO DE ARTEFATOS DE COURO NO CEARÁ | 41 |
| 08- COURO X PLÁSTICO | 47 |
| 09- PRINCIPAIS PROBLEMAS DO SETOR | 49 |
| 10- EXPERIÊNCIAS DE EMPRESAS CEARENSES NA EXPORTAÇÃO | 52 |
| 10.1- NTCA | 52 |
| 10.2- EBC | 59 |
| 10.3- CALÇADOS TABÔA | 63 |
| 10.4- CALÇADOS KIND | 65 |
| 10.5- CALÇADOS LA BELLE | 67 |
| 10.6- CALÇADOS KEMP | 68 |

| | |
|--|----|
| 10.7- SINDICATO DE CALÇADOS | 69 |
| 10.8- BRAZEX EXPORTAÇÕES | 73 |
| 11- CONCLUSÃO | 76 |
| 12- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 80 |

ANEXOS

| | |
|--|----|
| ANEXO I - O COMPORTAMENTO DO SETOR CALÇADISTA DO SUL . | 81 |
| ANEXO II - REPRESENTANTES DO SUL EM FORTALEZA . . . | 85 |
| ANEXO III - PRINCIPAIS PAÍSES IMPORTADORES DE CALÇADOS . | 86 |
| ANEXO IV - RESUMO DAS EXPORTAÇÕES CEARENSES DO PERÍODO DE JAN/DEZ/84 A AGO/85 | 87 |

01- EVOLUÇÃO DA EXPORTAÇÃO NO BRASIL

De 1530-1640 haviam dois setores de produção. O primeiro era dos grandes produtos de exportação, como o açúcar e o tabaco, e o outro era das atividades acessórias, cujo fim era manter em funcionamento a economia de exportação da época (economia de subsistência - caracterizada pela produção de gêneros alimentícios). O Brasil fornecia ao comércio europeu alguns gêneros tropicais de grande expressão econômica, e sua função era produzir e exportar esses gêneros. Tudo mais que existia era destinado unicamente a amparar e tornar possível a exportação.

O açúcar encontrava-se numa fase de prosperidade e os preços internacionais eram vantajosos; estimulando dessa forma a exportação, fator que afetava profundamente o consumo das áreas urbanas, pois não sobrava quantidade suficiente para atender as necessidades alimentares dessas áreas. Por este motivo existiam lavouras especializadas dedicadas à produção de gêneros de manutenção. Formou-se assim um tipo de exploração rural diferente, separado da grande lavoura. Tratava-se de pequenas unidades de Terra em que o proprietário era quem trabalhava, ajudado por sua família, e raramente por algum escravo. A população indígena contribuía em grande parte com esta classe de pequenos autônomos, começando o processo de colonização. Os produtos desta pequena agricultura de subsistência eram a mandioca, o milho, o arroz, o feijão e frutas.

As atenções estavam voltadas para o açúcar, cuja exportação deixava grande margem de lucro, e ninguém dava importância aos outros gêneros alimentares. Esse fato determinou um problema dos mais sérios que a população colonial enfrentou; o abastecimento dos povoados, on

de a insuficiência alimentar se tornara frequente. Essa questão apareceu mais seriamente no século XVIII, quando os centros urbanos adquiriram relativa importância.

Os senhores de engenho contornavam o problema, pois detinham a maior e melhor parte das terras aproveitáveis. Carestia e falta de alimentos não existia para eles; enquanto que a população colonial vivia num estado crônico de subnutrição.

O quadro social do Brasil, era o seguinte: de um lado abundância, prosperidade e grande atividade econômica, do outro a fome.

A carne bovina embora fosse um dos gêneros alimentícios fundamentais do consumo colonial, foi sempre deixada em segundo plano.

Apesar das condições precárias, as fazendas de gado se multiplicaram rapidamente por grandes áreas. A rapidez com que se alastraram no sertão nordestino se explica, pelo desenvolvimento da produção açucareira pelo povoamento, e pela baixa produtividade da indústria. No sul formavam-se outras regiões criatórias. A qualidade do gado era superior à do Nordeste, devido às próprias condições naturais.

1640 - 1770.

Portugal tendo sido arruinado pela política guerreira dos Habsburgo na Europa, perdeu o comércio asiático, e efetivamente só lhe sobrou o Brasil e algumas possessões na África. Boa parte das terras portuguesas foram ocupadas pelos Países-Baixos e a Inglaterra.

A África fornecia os escravos para o Brasil. Os ingleses e holandeses ocuparam durante longos anos o Brasil, e somente depois da independência portuguesa, os holandeses foram definitivamente expulsos do Brasil. Es-

sas circunstâncias modificaram profundamente a situação política de Portugal, que passou a depender exclusivamente do Brasil.

A partir de meados do século XVII, começou a emigração para o Brasil, e como consequência houve um rápido crescimento da população. Em um século os portugueses ocuparam efetivamente todo o território que ainda hoje constitui o Brasil. De certa forma, a ruína de Portugal provocou o desenvolvimento do nosso país. Por outro lado, provocou também um grande distúrbio, porque os recém-chegados desalojavam os já estabelecidos, gerando um conflito permanente.

A política no Brasil caracterizava-se por um longo liberalismo. Os estrangeiros podiam se estabelecer livremente na colônia e exercerem qualquer atividade assim como "o comércio direto" entre o Brasil e outros países também não sofria restrições alguma. Entretanto com o domínio espanhol começaram as restrições e depois que Portugal adquiriu sua independência adotou políticas rigorosas contra a facilidade do comércio de navios estrangeiros no Brasil.

Todavia, existiam companhias privilegiadas que reservavam a certas pessoas o direito exclusivo de realizarem o comércio externo da colônia. Essa política de privilégios e monopólios afetaram particularmente o "sal", cuja produção ficou proibida, para impedir o contrabando. Como também a fabricação de aguardente que fazia concorrência com os vinhos produzidos em Portugal.

À medida que a população colonial crescia, a política de restrições econômicas aumentava. Procurava-se impedir a produção de qualquer gênero que não interessava diretamente Portugal, ou que fizesse concorrência à sua produção nacional. Dessa forma, canalizava-se para o

Reino, o resultado de todas suas atividades, procurando compensar o que tinham perdido com os holandeses, ingleses e franceses.

O Brasil era apenas o produtor e fornecedor de gêneros úteis ao comércio português, e estes os vendiam com grandes lucros nos mercados europeus.

Com a descoberta de jazidas de ouro no Brasil, todas as demais atividades entraram em decadência, inclusive o próprio açúcar que por século e meio representou a razão de ser do Brasil.

Durante três quartos de século o ouro, tornou-se o centro das atenções de Portugal. As primeiras descobertas de ouro ocorreram em Minas Gerais, onde atualmente se acha a cidade de Ouro Preto. Depois se multiplicaram e alcançaram o mais alto nível de produtividade.

A exploração do ouro foi submetida a um regime de rigorosa disciplina, estabelecia-se a livre exploração, entretanto a quinta parte de todo o ouro extraído era reservado a coroa como tributo. Em cada capitania em que se descobrisse o ouro, era organizada uma intendência subordinada diretamente ao governo de Lisboa.

No final do século XVIII, o ouro entra em franco processo de decadência. Uma das causas foi o esgotamento das jazidas. Ainda hoje se encontra ouro nos estados de Minas Gerais, Goiás, boa parte do Mato Grosso e Bahia, mas numa percentagem tão baixa que sua exploração se torna antieconômica. O baixo nível intelectual dos colonos portugueses constituiu também um obstáculo ao desenvolvimento da mineração do País. Nessa mesma época, os diamantes foram explorados, e o Brasil tornou-se o primeiro grande produtor desta pedra, tendo conseguido o monopólio. A decadência da mineração dos diamantes ocorreu paralelamente a do ouro, e teve causas semelhantes.

A mineração teve um grande papel na vida do Brasil, e desenvolveu-se à custa da decadência das demais atividades.

O afluxo da população para as minas foi considerável e foi suficiente para desequilibrar a vida do País e lhe transformar completamente o aspecto. Por outro lado permitiu ocupar todo o centro do continente Sul-Americano. A própria capital da colônia transferiu-se em 1763 da Bahia para o Rio de Janeiro.

Enquanto ocorria a grande corrida para as minas, deu-se a colonização do Vale Amazônico. A base econômica a princípio, foi a cana-de-açúcar, mas devido às condições desfavoráveis não progrediu. Os gêneros utilizáveis no comércio eram: o cravo, a canela, a castanha, e sobretudo o cacau, além de peixes, caça e tartaruga. A mão-de-obra foi relativamente fácil, pois os indígenas eram numerosos e de nível cultural baixo, se conformavam com o trabalho que deles se exigia. A infiltração pelo rio Amazonas aumentou com o aparecimento dos jesuítas e carmelitas que realizaram uma grande tarefa econômica. Suas missões constituíram na verdade, importantes empresas comerciais. Os padres dotados de grande poder de persuasão e habilidade prática, conseguiam o que os colonos foram sempre incapazes de obter. Enquanto uma parte dos nativos dedicavam-se à cultura de gêneros alimentícios, os outros partiam para expedição de colheita de produtos na floresta, caça e pesca, que então, eram exportados, enriquecendo as Ordens Religiosas, dando-lhes em pouco tempo, grande poder e importância financeira.

Nesta época, o Marquês de Pombal, a quem estava entregue a administração portuguesa, resolveu abrir luta contra o poder excessivo dos jesuítas na América, que ameaçava tomar da Coroa Portuguesa grande parte da colônia.

Em 1755, é abolido o poder dos padres nas missões indígenas, conservando apenas os poderes espirituais. A reforma de Pombal não parou aí, a escravidão indígena foi totalmente abolida, e eles foram equiparados aos colonos brancos, e seu trabalho obrigatoriamente pago.

O complexo problema da assimilação de grandes massas indígenas fez da colonização amazonense muito mais aventura que a constituição de uma sociedade estável e organizada. A evolução brasileira de simples colônia tropical para nação, ainda não se completara, foi ao contrário, retardada. A amazônia ficou muito atrás das demais regiões ocupadas e colonizadas do território brasileiro.

1770 - 1808.

Com o declínio da mineração, ressurgiu em seu lugar novamente a agricultura, que voltou a ocupar posição dominante que desfrutara nos dois primeiros séculos da colonização.

A Revolução Industrial refletiu intensamente no Brasil. Seus mercados se alargaram e os produtos se valorizaram. A importância do comércio da colônia para os países da Europa, se manifestou através das lutas travadas, pois todos os conflitos europeus, tiveram sempre como causa o problema colonial.

Um outro fator que estimulou a agricultura brasileira foi o algodão, que tornou-se a principal matéria-prima industrial da época.

A América em pouco, tornou-se a grande produtora do algodão e este uma das principais riquezas da colônia. Mais uma vez, se verificou o papel que representou na economia brasileira, a exportação: foi ela o fator único determinante de qualquer atividade econômica

de vulto. O país inteiro foi atingido pelo BOOM, e equiparou-se aos grandes produtores mundiais da fibra. Entretanto seria por pouco tempo. O Brasil, não tendo acompanhado o aperfeiçoamento da técnica norte-americana, viu restringida sua área algodoeira.

Outras culturas apareceram nesta época, e representaram algum papel na economia brasileira como: o arroz, o anil, mas em pouco tempo desapareceram devido a concorrência. A pecuária também adquiriu importância excepcional e Minas Gerais constituiu-se seu centro criador de mais alto nível. A indústria de lactínicos tornou-se notável, o queijo fabricado ainda hoje é conhecido ("o queijo de Minas"). O renascimento da agricultura era promissor e finalmente o Brasil acordava de seu longo sonho de metais e pedras preciosas...

Com o renascimento da agricultura, ocorreu o deslocamento de seu eixo do interior para a marinha. Produzindo exclusivamente para o exterior, as atividades econômicas da colônia se fixaram próximo aos portos de embarque e exportação.

O que se pode concluir no tocante à agricultura é que a sua baixa produtividade, acabou numa esterilização quase que completa. Porém, o baixo nível técnico das atividades agrárias, não se deve atribuir unicamente à incapacidade do colono; pois eles não podiam fazer melhor, poderiam no máximo, acompanhar os seus concorrentes. A falha estava no próprio sistema.

Já no extremo-Sul a base econômica da colonização era a pecuária. O gado multiplicava-se tão rapidamente que embora sem trato especial algum, adquiriu uma proporção que não teve paralelo na colônia. "O principal negócio foi a princípio a produção de couros, que se exportavam em grande quantidade." Até fins do século XVIII

os couros formariam a maior parte da exportação da capitania. Encontrava-se também na exportação rio-grandense um gênero em que ela era única no Brasil: o sebo, empregado na indústria de graxa, e esta produção se devia sem dúvida à qualidade do boi.

A era colonial do Brasil, terminou em 1808 em bora a separação oficial datasse de catorze anos depois. Não se chegou a constituir na era colonial uma economia própriamente nacional, o caráter geral da economia brasileira, já comentado antes, permaneceu, que era a exploração dos recursos naturais de seu amplo território em proveito do comércio europeu. Este foi o traço que sintetizou a economia brasileira no momento em que o País alcançou a sua autonomia política e administrativa.

Além das atividades já citadas anteriormente, é interessante ressaltar também outras produções extrativas que representaram certo papel na economia colonial: a madeira, a pesca da baleia, o sal, salitre e erva-mate.

Deve-se dar ênfase também às manufaturas têxteis e do ferro. O Brasil dispunha de matéria-prima abundante e um mercado local relativamente grande.

No caso da indústria têxtil, os estados de Minas Gerais e Rio de Janeiro apareceram como manufaturas autônomas. Quanto à indústria de ferro, destacou-se Minas Gerais também, e foi mais feliz que a manufatura de tecidos.

Resumindo, achava-se a indústria brasileira, em princípios do século passado, em seus primeiros passos.

As comunicações e transportes exerceram influência considerável sobre a formação do Brasil. Eram utilizadas dois tipos de vias: fluviais e terrestres. Os rios brasileiros, com exceção do Amazonas, são muito im-

próprios à navegação, pois são muito acidentados. Apesar disso, as vias fluviais foram muito empregadas. As vias terrestres também não eram boas. O transporte se fazia, geralmente de cavalo. Apesar de todas essas deficiências, o sistema de viação interna teve um importante papel, pois contribuiu para a consolidação interior do Brasil.

Com relação ao comércio da colônia, foi a exportação que constituiu o elemento essencial das atividades comerciais.

Havia dois setores: o externo e o interno. O comércio exterior brasileiro, era todo ele, marítimo e como consequência, as maiores cidades coincidiram com os portos de exportação: Rio de Janeiro, Bahia, Recife, São Luis e Belém. Era nessas cidades que se produziam os gêneros destinados à exportação. O comércio de importação, também procurava estes portos. O Brasil importava nessa época, gêneros alimentícios de luxo, como o vinho, azeite de oliva e sal. Entretanto, o mais importante era o tráfico de escravos.

O comércio interno, era constituído por mercadorias que se destinavam à exportação, ou aquelas que provinham da importação, e como se viu, derivou do externo. Afora isso, só apareceu com alguma significância, na convergência de gêneros de subsistência para os grandes centros urbanos.

Portugal, funcionava como intermediário entre a colônia e os grandes mercados de consumo (1).

Com a abertura dos portos em 1808, Portugal sofreu um abalo profundo, de grande potência que fora no

(1) Como se vê a exportação nesta época era direta; da colônia para o País de destino.

passado, passou para um dos últimos lugares na Europa.

1808 - 1850

Na segunda metade do século XVIII, o capitalismo comercial entrou em decadência substituído pelo capitalismo industrial. Até então a indústria não havia entrado na fase capitalista e se achava inteiramente nas mãos do artesanato.

Em pouco tempo, o capital industrial autônomo e independente do comercial, tomou grande vulto e assumiu o domínio da economia européia.

O antigo pacto colonial, que representava o exclusivismo do comércio das colônias para as respectivas metrópoles, tornou-se desfavorável para o capital industrial, pois restringia as relações mercantis. Dessa forma, o capitalismo industrial voltou-se na segunda metade do século XVIII, contra todos os monopólios, já que impediam o seu desenvolvimento. Em virtude disso, os impérios coloniais fundados puramente no monopólio, desapareceram das colônias americanas.

Ao lado dessas forças exteriores, que condicionavam a libertação do Brasil, havia outras internas. Portugal havia chegado ao seu limite máximo de sua capacidade realizadora e colonizadora. Empobrecido e com recursos mínimos impunha ao Brasil as mais drásticas e severas medidas restritivas. Com a desagregação do regime colonial, toda a estrutura do Brasil foi abalada.

Aos poucos, tudo caminhava no sentido de transformar a antiga colônia numa comunidade nacional e autônoma.

Em 1807, com a invasão dos exércitos napoleônicos em Portugal, o regente D. João resolveu emigrar para o Rio de Janeiro, que se transformou em sede da monarquia.

quia portuguesa. Este acontecimento seria o precursor da independência do Brasil. Deixando o Reino ocupado pelos franceses, e fixando-se na colônia, o soberano rompeu todos os laços que ligavam o Brasil à sua metrópole, o restante foi consequência desta situação imprevista e revolucionária.

Com a abertura dos portos, o Brasil ficou com o comércio internacional livre. Essa medida, estabelecida provisoriamente, manteve-se em vigor mesmo depois que os exércitos napoleônicos foram expulsos, mas isto foi porque já não era possível voltar atrás.

A Inglaterra para compensar-se de suas derrotas no continente europeu passou a proteger Portugal, que a partir daí tornou-se um joguete nas mãos da Inglaterra. Aos ingleses juntaram-se os franceses, mas o que Portugal perdia, ganhava o Brasil, que obteve o privilégio de livre intercâmbio com todas as nações do mundo.

A corte e a presença do soberano constituíram um ponto de referência e atração que centralizou no Rio de Janeiro a vida política, administrativa, econômica e financeira da monarquia. A permanência da corte se prolongou por treze anos (1808-1821).

O Reino europeu encontrava-se empobrecido e devastado pela guerra e não oferecia mais grandes atrativos, enquanto a colônia em contraste, encontrava-se cheia de promessas tentadoras.

Foram construídas estradas, melhoraram-se os portos, e introduziram novas espécies vegetais no Brasil. Seu progresso econômico foi geral, e em todos os setores sentiu-se o efeito provocado pela abertura dos portos. Todavia, ocorreram algumas perturbações, principalmente na balança comercial externa. O comércio internacional do Brasil se tornou quase permanentemente deficitário. O de

fícit era saldado pelo afluxo de capitais estrangeiros, sobretudo empréstimos públicos, que agravaram a situação, pois significavam novos pagamentos de juros, amortizações, etc.

Outra grave perturbação provocada pela fraqueza comercial, ocorreu em certos setores da produção nacional, que tornou-se impossível de ser desenvolvida num país, pobre de recursos, frente à concorrência quase sem restrições da produção estrangeira. A qualidade, os preços, superavam a pequena indústria local; tudo passou a vir do estrangeiro, até mesmo caixões de defunto. A ruína da pequena indústria trouxe efeitos sociais importantes. Uma boa parte da população ficou desempregada, e causou graves agitações sociais e políticas.

O resultado de tudo isto, causou uma crescente animosidade contra o estrangeiro, uma hostilidade geral. Foi o caso particular dos ingleses.

Ocorreu também, uma súbita transformação dos hábitos da população, provocada pela introdução do luxo e conforto desconhecidos até então, trazidos por estrangeiros e seus costumes, que acabaram por desequilibrar as finanças de certas classes da população que conformadas com a mediocridade da vida colonial, começaram a sentir necessidade antes ignoradas, embora estivessem mal preparadas para isto.

Mais grave ainda, foi o que se passou nas finanças públicas. Com a transferência da corte para o Brasil, a reduzida administração foi substituída por um complexo aparelhamento administrativo. Instalaram-se grandes repartições públicas e serviços da corte. Centenas de funcionários viviam às custas das rendas públicas. A maior parte das despesas era desperdícios e a colônia não estava preparada para tamanhos gastos.

O sistema financeiro existente era excessivamente rudimentar. A renda mais segura e fácil que era cobrada, provinha dos impostos alfandegários que produziam a maior parte da arrecadação pública.

Tudo isto resultou em descrédito público, desvalorização da moeda, inflação, encarecimento da vida, etc.

Existia um contraste entre o sistema econômico legado pela colônia e as novas necessidades de uma nação livre e politicamente emancipada.

A transferência da corte para o Brasil, trouxe também outro problema: a questão do trabalho escravo. A escravidão foi aceleradamente perdendo sua base normal, logo depois da independência do Brasil, tornou-se alvo da crítica geral. Ninguém ousava defendê-la abertamente. As opiniões eram contraditórias: enquanto se criticava a escravidão, sustentava-se sua manutenção, reconheciam seus males, mas raros ousavam combatê-la e propor medidas para sua extinção. A realidade era que ela ainda constituía a mola mestra do País.

Os escravos constituíam um terço da população do País. O primeiro passo para a abolição partiu por parte dos ingleses, que conseguiram que o soberano português restringisse o tráfico de escravos, mas o plano não deu certo, pois era impossível controlar toda a imensidade dos mares.

O desenvolvimento de um espírito anti-escravatista no Brasil, prendia-se a fatores internacionais, que agiam contra o sistema servil. O assunto só foi francamente debatido, através do jornal "Correio Brasileiro" que contribuiu grandemente para a condenação do sistema. O tráfico aos poucos, tornou-se uma questão de honra nacional.

Com a abolição do tráfico dos escravos encerrou-se a fase de transição que se estendeu desde a transferência da corte portuguesa para o Brasil em 1808. A questão do tráfico africano representou nessa fase de desajustamento um papel de 1ª ordem. O processo de decomposição do sistema econômico colonial, foi substituído por outro equilíbrio dentro do qual o Brasil tomou um novo ritmo evolutivo: outros negócios foram ativados noutros setores e surgiu a inflação.

Novas iniciativas em empresas comerciais, financeiras e industriais foram feitas e todos os índices de atividade sobem de um salto.

1850 - 1889

Dois fatores contribuíram para transferir a distribuição das atividades produtivas do Brasil: 1º) a transferência da economia das regiões do Norte para o Centro-Sul; 2º) a decadência das lavouras tradicionais e o desenvolvimento paralelo de um gênero até então de pequena importância: o Café. Chegou-se então a uma inversão completa: o Norte estacionário e decadente e o Sul em pleno florescimento.

A cana-de-açúcar foi logo substituída pela beterraba. Os países europeus e os Estados Unidos passaram então, de consumidores do produto para produtores, e não somente para suas necessidades próprias, mas ainda com excessos exportáveis.

Entre os fatores que contribuíram para a decadência do Norte, pode-se citar a cessação de escravos importados da África, que constituíam mão-de-obra fácil e barata. Enquanto que o Sul, foi favorecido pela cultura de um gênero que tornou-se durante o século XIX importante comercialmente: o Café. Em pouco tempo consagrou-se co

mo alimento de luxo, nos países do Ocidente. Todavia, o Brasil em relação aos outros países, entrou muito tarde para a lista dos grandes produtores, que nessa época eram as Índias Ocidentais e a Insulásia.

O Brasil encontrou nos E.U.A., seu principal mercado consumidor. Foi no Rio de Janeiro, sobretudo, e também no Espírito Santo, que se localizou a riqueza cafeeira. Porém, isto foi apenas um pequeno começo, porque o cenário da lavoura cafeeira, foi o vale do rio Paraíba, onde as condições naturais eram esplêndidas.

Pouco depois da metade do século passado, o café atingiu o declínio. Como se vê, repetia-se mais uma vez, o ciclo normal das atividades produtivas do Brasil. A causa foi sempre a mesma: o acelerado esgotamento das reservas naturais por um sistema de exploração descuidado e extensivo.

Outra região veio substituir esta área: o oeste de São Paulo e, fisicamente era bem diferente da primeira; e ficou conhecido como o "MAR DE CAFÉ".(1)

A lavoura cafeeira seguiu os passos tradicionais e clássicos da agricultura do País: a exploração em larga escala, tipo "plantação" (2), fundada na grande propriedade monocultural trabalhada por escravos negros, substituídos mais tarde por trabalhadores assalariados.

Durante três quartos de século, toda a riqueza do Brasil, concentrou-se no café. Ele tornou-se o grande produtor mundial, com quase monopólio de um gênero que tomou o 1º lugar entre os produtos primários no

Fonte:

(1) Prado, Caio Júnior - História Econômica do Brasil

(2) Idem, idem.

comércio internacional. Inclusive teve uma frase que se tornou famosa: "O Brasil é o café". Vivendo exclusivamente da exportação, somente o café, contou seriamente na economia brasileira, contribuindo com mais de 70% do valor das exportações.

Social e politicamente teve as seguintes consequências: o café deu origem à última das três grandes aristocracias do país, depois dos senhores de engenho e dos grandes mineradores, os fazendeiros de café, se tornaram a elite social brasileira. São Paulo conquistou aos poucos o cenário político do Brasil e chegou à sua liderança efetiva às custas do café. A própria Federação e a República tiveram suas raízes na lavoura cafeeira.

O café também serviu para equilibrar um pouco a vida econômica do Brasil, tão abalada desde a transferência da corte portuguesa para o Rio de Janeiro e a emancipação política do País. A partir de 1860, o comércio exterior começou a se saldar com superávits crescentes, mesmo com o aumento das importações, que aliás, permitiu o aparelhamento técnico do país, inteiramente dependente neste terreno, do estrangeiro.

Foi somente nesta época que o Brasil, tomou conhecimento do que fosse o progresso moderno e uma certa riqueza e bem-estar material.

O decênio que se seguiu (1870 a 1880), foi considerado como um dos momentos de maior prosperidade nacional.

Contudo a economia brasileira, estava presa num círculo vicioso: ela se fundava e esgotava suas forças, naquilo que constituía sua fraqueza orgânica, a grande lavoura produtora de gêneros de exportação. Se era nesta que se buscavam a riqueza e a produtividade nacional, era nela também, em última análise, que se funda

mentava as acanhadas perspectivas do país. Disfarçava-se momentaneamente, esta profunda contradição, graças ao café, e alguns outros produtos como: o açúcar e o algodão já em processo de decadência, como também a borracha e o cacau. Esses foram os produtos que representaram a totalidade da exportação brasileira dos últimos anos do Império.

Apesar de todos os progressos realizados, em nenhum momento durante o Império, o Brasil gozou de estabilidade e segurança financeira. Todas as atividades desenvolvidas no Brasil, tiveram caráter especulativo.

1889 - 1930

Com o advento da República, o progresso material do Brasil, aumentou ainda mais. Em nenhum momento do passado ele teve perspectivas tão amplas. Entre os fatores externos que contribuíram para isso, podemos citar o grande incremento adquirido pelo comércio internacional, fruto do desenvolvimento da população européia e norte-americana da industrialização e do aperfeiçoamento técnico, tanto material (os sistemas de transportes) como da organização do tráfico mercantil e financeiro. A conjuntura interna também favoreceu esse quadro, pois a solução do problema da mão-de-obra, a grande questão do passado, foi completa: de um lado, pela abolição da escravidão, pois acabou com o obstáculo ao desenvolvimento do trabalho livre, do outro, pela imigração subvencionada, que canalizou para o Brasil, uma forte e regular corrente de trabalhadores.

Outro fator que estimulou as atividades brasileiras, foi a finança internacional que participou delas ativamente. Os empréstimos públicos desde os primeiros anos da Independência, tiveram grande papel na evolução do Brasil. Porém, não ficou só nisso, as iniciativas de ca-

pital estrangeiro em alguns setores privados (estradas de ferro, empresas de mineração, linhas de navegação), como também o estabelecimento de filiais de grandes bancos estrangeiros (ingleses, alemães, franceses e norte-americanos) e o largo impulso que logo adquiriram seus negócios, foram sintomas desta situação inteiramente nova.

O largo incremento da lavoura cafeeira, não teria sido possível sem os capitais e créditos fornecidos pela finança internacional. Boa parte dos fundos necessários ao estabelecimento das plantações e custeio da produção cafeeira era de bancos ingleses e franceses.

O grande resultado de todos esses fatores aqui analisados, se verificou sobretudo no desenvolvimento do comércio externo.

Ao café, juntou-se a borracha, que chegou a empalhar-se a ele, o cacau e o fumo. Em virtude dessas exportações, o Brasil dedicou mais uma vez, todas as suas atividades ao comércio externo, não sobrando margem alguma para outras ocupações. E em consequência, a produção de gêneros de consumo interno, tornou-se cada vez mais insuficiente para as necessidades do País, e obrigou a importar do estrangeiro a maior parte até dos mais vulgares artigos de alimentação. Os gêneros alimentícios figuraram na importação com percentagens consideráveis, situação paradoxal num país exclusivamente agrário como o Brasil.

No auge da prosperidade ocorreram as primeiras crises e desastres graves que comprometeram o futuro do Brasil. No caso do café, houve a super-produção, queda de preços, e dificuldade de escoamento normal da produção, isso possibilitou as iniciativas no sentido de diversificar a produção, sobretudo na indústria manufatureira. A partir desse período o café passa por fases consecutivas de valorização e desvalorização.

Paralelamente ao crescimento da lavoura cafeeira, uma outra atividade emparelhou-se a ela no balanço da produção: a extração da borracha. O Brasil tendo a maior reserva mundial da seringueira e com larga disponibilidade de mão-de-obra, tornou-se um grande exportador desse gênero durante mais de vinte anos. O setor de maior produção foi a princípio a baixa bacia do rio Amazonas' (Estado do Pará); e mais tarde o médio rio, onde hoje constitui o Estado do Amazonas.

A exploração da borracha foi sempre pelos mais rudimentares processos. Foi tipicamente uma indústria de selva tropical, tanto nos seus aspectos técnicos, como nos econômicos e sociais, consistia apenas em descobrir a seringueira e suas concentrações na floresta em que se distribuía irregularmente e colher a goma. Como aconteceu com gêneros já analisados anteriormente, em pouco tempo a borracha alcançou o seu máximo, para depois entrar em declínio. A causa foi simples: a borracha brasileira explorada em péssimas condições, não resistiu à concorrência do produto oriental que a substituiu quase inteiramente nos mercados mundiais.

Com menos importância que o da borracha, mas com aspectos muito semelhantes, desenrolou-se outro cenário no Brasil: o cacau. Cultivado primeiramente no vale amazônico, durante o período colonial, tornou-se a sua maior fonte de riqueza. Logo após foi plantado no sul da Bahia, onde encontrou excelentes condições naturais favoráveis. Foi lá que se localizou o grande centro moderno da produção brasileira de cacau. Porém o Brasil não estava só nos mercados internacionais. Muitos foram os concorrentes, e dentre eles pesavam sobretudo as regiões produtoras da África, cujo desenvolvimento foi mais rápido que o do Brasil.

Apesar disso as lavouras da Bahia, estenderam-se em ritmo acelerado, e a época foi de larga prosperidade. A Bahia conheceu então mais uma fase de progresso depois do longo período de decadência do açúcar. Todavia, logo surgiram as primeiras dificuldades. Começou-se sentir os efeitos de uma nova concorrência: a da Costa do Ouro. A oportunidade que num momento pareceu apresentar-se ao cacau brasileiro de se tornar uma grande riqueza semelhante à do café ou da borracha, não se concretizou. E se não teve um final dessastoso como o da borracha, ficou numa posição medíocre.

Durante a I Grande Guerra, o Brasil, começou a figurar como fornecedor de manganês, de que se tornou o terceiro produtor mundial. Toda a produção brasileira de manganês, foi a princípio controlada pelos Estados Unidos, através de uma indústria filial que operava no Brasil.

Logo em seguida ocorreram as exportações de minério de ferro. As reservas brasileiras eram consideráveis, calculava-se que o Brasil continha 22% do total das reservas de ferro conhecidas no mundo. Além do manganês e do ferro, o Brasil fornecia quantidades insignificantes de bauxita e minérios de chumbo, tungstênio e cromo.

Por volta de 1934 outra matéria-prima industrial, voltou a figurar no cenário de exportação do Brasil: o algodão: Depois da decadência desta produção, que já foi descrita anteriormente, o Brasil se viu praticamente excluído dos mercados internacionais, e mantinha apenas uma pequena produção para o consumo da modesta indústria textil indígena. O reaparecimento do Brasil, entre os grandes fornecedores mundiais foi condicionado pela conjuntura econômica e política internacional do momento; a separação dos grandes blocos imperialistas, de um lado os Estados Unidos e o Império Britânico, e do ou

tro a Alemanha e Japão, grandes condumidores também, mas sem produção própria. Este surto de produção algodoeira no Brasil, foi em parte de iniciativa japonesa. A imigração de orientais para o Brasil foi ativamente estimulada e oficialmente amparada. O governo japonês instalou no Brasil, um amplo aparelhamento de controle dos seus nacionais, aqui estabelecidos, fornecendo amparo técnico, crédito e facilidades comerciais. E um dos seus grandes objetivos era justamente obter o algodão de que necessitava a indústria japonesa. Quanto à Alemanha, ela tornou-se o maior comprador de algodão brasileiro (quase 60% da exportação total do Brasil).

Concluindo todas essas atividades aqui analisadas, foram alguns exemplos da intervenção do capital financeiro internacional no nosso país. A situação de dependência e subordinação da economia brasileira com relação ao conjunto internacional, é um fato que se prende às raízes da formação do país, como já foi citada anteriormente. O Brasil não foi mais que um dos participantes da grande corrente que envolve o universo e mantém ligados todos os povos numa única estrutura que tem por centro diretor os grupos controladores do capital financeiro internacional. Todas as atividades brasileiras, embora aparentemente sólida e de perspectivas brilhantes, foram gravemente afetadas e mesmo paralisadas em virtude de interesses dos grandes centros financeiros do mundo.

1930 - Até os dias de Hoje

A II Guerra Mundial (1939 - 1945) trouxe grandes modificações na evolução do Brasil. Durante a guerra houve um revigoramento do tradicional sistema do passado (isto é, uma economia exportadora de produtos primários e voltada essencialmente para o exterior). Com uma intensidade de que havia muito o país não tinha notícia, o Brasil se fazia de novo alvo de forte demanda internacional de gêneros alimentares e matérias-primas exigidas pe

las necessidades da luta em que se empenhavam as grandes potências de que o Brasil era e ainda é tributário. Ao mesmo tempo que se valorizava a exportação, declinava a importação. E em consequência desapareceu momentaneamente o desequilíbrio crônico da balança de pagamento exteriores. Um dos setores que se sobressaiu foi o de tecidos de algodão que encontraram nos países da América Latina e na África do Sul mercado para exportarem. Os próprios Estados Unidos se tornaram grandes importadores de tecidos brasileiros. A exportação de tecidos constituiu mais um elemento ponderável de reforço de nosso balanço comercial, chegando a figurar em segundo lugar na pauta das exportações.

A economia brasileira, encontrou assim, graças às circunstâncias excepcionais da guerra, um novo equilíbrio provisório. Porém esse momentâneo equilíbrio e artificial prosperidade começaram a declinar na medida em que desapareceram as circunstâncias que os tinham provocado. O impulso dado às exportações, embora se mantivesse depois da guerra, já não contrabalançava o aumento das importações. Nos anos de 1947, 8 e 9, o déficit de nosso balanço de contas subiu, tendo sido cobertos com empréstimos de novos capitais estrangeiros, aumentando o nosso desequilíbrio. Como consequência recorreu-se nesta situação ao controle rigoroso das importações, estimulando a alta de preços e o ritmo do processo inflacionário. Daí por diante, o Brasil passou por uma fase de precipitada inflação e desvalorização de moeda que se prolongou até os dias de hoje, com graves perturbações para a economia.

Concluindo, o Brasil durante todo esse tempo não passou de uma organização fundada na produção de matérias-primas e gêneros alimentares demandados nos mercados internacionais. Foi com essa produção e exportação

que se manteve a vida do País, pois foi com a receita daí proveniente que se pagou as importações essenciais à nossa subsistência.

De um modo geral a economia brasileira não mudou muito, sua base essencial se encontra naquela atividade pioneira. É o caso em particular da produção cafeeira, que com o subsídio de algodão, contribui substancialmente para o total das nossas exportações. A principal parte da produção brasileira de café e algodão provém de regiões de ocupação recente: extremo-oeste de São Paulo e noroeste do Paraná.

Segundo dados do Recenseamento de 1940, 1950 e 1960, observa-se que houve um aumento considerável da pecuária. A expansão das pastagens se fez em terras antes desocupadas, como em certas regiões de São Paulo, Goiás e Mato Grosso onde a expansão prossegue em ritmo acelerado, correspondendo às perspectivas de intensificação das exportações de carne. A pecuária constitui hoje um importante elemento e fator do novo sistema nacional de economia que vai surgindo em substituição à velha cultura colonial brasileira.

Em outros setores da agropecuária observa-se fatos semelhantes. O mais saliente caso é o açúcar que eliminado da categoria de produto essencialmente de exportação (no qual desempenhou no passado tão grande papel), se reconstituiu na base, nova para ele, do consumo interno. E não apenas como produto final, mas também como matéria-prima de uma indústria já de grande importância na economia brasileira, a de doces, confeitos e conservas. Ressalte-se o fato que o principal centro da produção açucareira se transferiu de sua tradicional localização no nordeste, para São Paulo, que é hoje o maior productor do país. (*o hoje a que me refiro, trata-se da déca

da de 1970). Embora numa forma mais complexa e exteriormente revestido de aspectos mais conformes com maneiras de ser dos dias de hoje, o sistema sócio-econômico brasileiro, continua o mesmo daquele passado. Isto é, uma sociedade apoiada inteiramente na produção primária de gêneros demandadas em mercados estrangeiros. É com essa produção e exportação que se mantém a vida do País.

02- HISTÓRICO DO CALÇADO

O homem, sempre, tem procurado algo para a proteção do pés, utilizando-se de tecidos, madeiras, materiais sintéticos, etc. Nos tempos mais remotos, já se usava couros de boi, de cachorro ou de cabra, embora não se conhecesse o processo de curtimento. O couro era simplesmente seco ao sol e untado com sebo. Para proteger os pés, o homem da época, cortava o couro, no tamanho do pé e o prendia, apenas por uma tira sobreposta no dedo maior. Com o tempo, veio a descoberta do processo de curtir o couro com seivas de plantas, e, mais tarde, com sais de cromo, dando mais resistência ao material e tornando-o mais adequado a seu emprego no calçado. Logo surgiu a idéia de pintar e ornamentar o couro e de confeccionar-se os sapatos, surgindo homens que se dedicavam inteiramente à arte de fazer calçados que deixavam de ser apenas, um objeto protetor dos pés, adquirindo características de elegância, de conforto e de condição social. Até meados do século XIX, o calçado era feito, exclusivamente sob medida. O sapateiro era um artista, um verdadeiro mestre. Além de fazer, sozinho, a forma para montar os calçados, conforme o pé de cada freguês, desenhava os modelos, cortava os materiais, costurava, montava e dava os acabamentos necessários. Uma só pessoa, portanto, começava, acabava e vendia o sapato sem a colaboração de ninguém. Não tardou a surgir alguém que compreendesse as grandes possibilidades industriais de uma padronização de formas. A partir de várias verificações organizou-se os padrões que correspondem as medidas mais comuns e estabeleceu-se, em vários tamanhos, para homens, mulheres e crianças, a produção em série das respectivas formas. Nascia, assim, a industrialização de calçados.

Surgiram sem demora, as primeiras pequenas fábricas de calçados, que padeceram dos problemas dramáticos do pioneirismo, pois desafiavam o costume da época. Até então, todos compravam calçados feitos sob medidas. Criou-se logo, um preconceito contra o produto já pronto. Propagou-se que o "sapato feito machucava o pé, e embora houvesse vários comprimentos (números), a largura e a altura não podiam combinar". Tudo indicava que as fábricas estavam predestinadas ao fracasso. Mas, deu-se exatamente, o contrário. Pouco a pouco, foi-se reconhecendo o progresso da fabricação, as facilidades e a comodidade de aquisição. Hoje, a não ser os que possuem pés anormais, todo mundo adquire calçados nas lojas. As exceções são raríssimas e se tratam de pessoas de gosto e exigências sofisticadas que ainda persistem no sapato sob medida, sofrendo todos os problemas, das demoras de fabricação, dos riscos de decepção e dos elevados custos. A partir dos meados do século XIX, o sistema industrial prosperou rapidamente, abrindo novas oportunidades de mercado através da popularização do sapato. Os sapateiros passavam a especializar-se, cada qual em uma etapa de produção ou em serviços de terminados. Desenvolvia-se o sentido de equipe em oposição ao individualismo de artesão.

Aprendia-se a discutir em termos de produtividade em vez de simples produção: de eficiência e de controle de qualidade em vez de exibição romântica de artista. A concorrência se tornava cada vez mais acirrada e o progresso industrial, principalmente por isso, tomava aceleração. Os custos se reduziam permitindo que camadas sociais de baixa renda ingressassem no rol dos consumidores de calçados. O mercado era sempre ampliado cada vez mais pela difusão de noções de higiene, pela urbanização e dinâmica de moda. Atualmente, não existe mais o preconceito contra o sapato feito em série. A indústria de cal

çados tornou-se uma realidade e em nossos tempos entra no regime da economia de escala, agregando mão-de-obra técnica altamente especializada, de engenharia e arquitetura, de marketing, administração e suprimentos.

2.1- O CALÇADO NO BRASIL

A indústria de calçados, no Brasil, nasceu com a chegada dos portugueses e desenvolveu-se com a vinda dos imigrantes italianos, espanhóis, alemães, etc, principalmente no Centro-Sul. O núcleo original foi o Rio de Janeiro, em seguida, São Paulo. O Rio Grande do Sul, surgiu depois. Atualmente, os principais centros produtores localizam-se no vale do Rio dos Sinos, às proximidades de Porto Alegre (RS) e no município de Franca (SP). Os gaúchos especializaram-se em calçados femininos e hoje, é o grande polo nacional do ramo. Os francanos dedicaram-se ao calçado masculino e são sem sombra de dúvida, os grandes produtores em suas linhas de fabricação. Entretanto, em todas as regiões brasileiras produzem-se sapatos. Em todo o território nacional, há abundância de couro e se consomem artefatos desse material.

No setor de calçados, a pequena empresa, ou mesmo a sub-empresa tem sido sempre o embrião dos futuros grandes estabelecimentos industriais. Na realidade, quase todas as indústrias atuais, de médio e pequeno porte, tiveram suas origens na tenda do artesão, no pequeno fabrico ou na oficina do mes

Fonte: Interessantes Aspectos da Indústria de Calçados.

Epitácio Cordeiro Lins.

Fortaleza - Ceará - Brasil - 1976.

tre-sapateiro. De um modo geral, a indústria do calçado, no Brasil, estacionou por muitas décadas. Predominava os conceitos empíricos, o bom senso tradicional, a falta de agressividade mercadológica, equipamentos obsoletos e o desânimo da capacidade ociosa. Somente, a partir do ano de 1969, a indústria despertou para a era moderna. Deve-se isso ao impacto das solicitações do mercado externo. De um momento para o outro, mobilizaram-se esforços e recursos. A reviravolta gerou uma nova mentalidade empresarial. Não foram poucos os calçadistas que se transformaram em autênticos caixeiros-viajantes e espões industriais, percorrendo os mais evoluídos centros de produção europeus e americanos, voltando com as bagagens cheias de idéias inovadoras e de métodos modernos de administração e produção, além dos contratos de aquisição de equipamentos atualizados. Em no Hamburgo, no Rio Grande do Sul e em Franca (SP), uniram-se aos empresários, as universidades, governos municipais e estaduais, todos coesos em torno do calçado. Hoje, as respectivas comunidades gozam de extraordinário progresso, dum movimentação cosmopolita, dum intercâmbio cultural, social e econômico com estrangeiros esclarecidos e empreendedores. As transformações, não se deram apenas nos meios calçadistas. A nova mentalidade empresarial contagiou, tam bém, os empresários fornecedores. Novos tipos de ma teriais, sintéticos e naturais, passaram a ser produzidos no Brasil, e o fornecimento melhorou em qua lidade e regularidade, por força das rígidas exigências estipuladas pelos importadores. Em 1972, em pouco mais de 2 anos, o Brasil se colocou entre os 5 maiores exportadores mundiais de calçados. Para o mercado americano, o Brasil é o 3º exportador de

calçados, perdendo, apenas para a Itália e a Espanha, países de longa tradição industrial e exportadora do ramo. As perspectivas de expansão são as melhores possíveis. O mundo tem fome de calçados e poucos dispõem de couro e de mão-de-obra ao mesmo tempo como tem o Brasil. O grande ponto de estrangulamento que se teme para um futuro breve, cujas primeiras manifestações já são sentidas atualmente, é a falta de técnicos de nível universitário. Franca e Novo Hamburgo já dispõem de universidades e preparam esses técnicos.

Fonte: Interessantes Aspectos da Indústria de Calçados.
Epitácio Cordeiro Lins.
Fortaleza - Ceará - Brasil - 1976.

03- CARACTERÍSTICAS DO CALÇADO

O calçado ou o sapato é um artigo de 1ª necessidade devido a sua importância na higiene e na proteção dos pés e para a comodidade e firmeza da marcha. Usam-se calçados para os mais diferentes fins, tipos de sola e graus de temperatura, além de ser indispensável à elegância e harmonia dos trajes humanos. Como um bem de consumo, o calçado pode ser uma obra de arte nascida do esforço e criatividade de artesões ou um produto de sofisticada tecnologia industrial. Entretanto, por mais rudimentar que seja o processo de produção, seja produzido inteiramente por um só artesão, em pequenas fábricas, em sub-empresa ou em fábricas modernas e de grande parte, o calçado tem suas técnicas próprias, sua engenharia e arquitetura, sua química, leis físicas, econômicas, etc(1). Existem os mais variados tipos de sapato. Além dos aspectos específicos da utilização, como nadar, pescar, andar ao sol, na chuva, na lama, jogar futebol, basquete, dançar, trabalhar, lutar box, etc. Há, também, os de natureza econômica de vaidade, gosto, peculiaridade dos usuários, sexo, faixa etária, posição social, etc, que determinam uma gama muito extensa de modelos, construção e classes de preços. Além disso, os calçados podem ser fabricados em diferentes tipos de matérias-primas, algumas das quais, exigem tipos especiais, aumentando-se assim a gama já tão extensa. Os melhores são de couro. Os de tecidos, de materiais sintéticos, palhas, madeiras, etc, são mais baratos e de qualidade inferior. O produto é tão importante do ponto de vista social que diversos paí

(1): Interessantes Aspectos da Indústria de Calçados.

Epitácio Cordeiro Lins

Fortaleza - Ceará - Brasil - 1976.

ses fundaram academias de calçados. Em Barcelona, na Espanha e em Nápolis, na Itália, acham-se as mais famosas.

O Núcleo de Tecnologia de Calçados e Afins foi criado como resposta à uma necessidade premente do Ceará e do Nordeste. Sua atuação está voltada para a formação de mão-de-obra e prestação de assistência técnica ao setor calçadista e afins, visando principalmente sanar uma deficiência básica existente bem como gerar um polo de desenvolvimento de tecnologia para o setor.

04- A FUNÇÃO DO NORDESTE NAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CALÇADOS

O Nordeste em termos de couros e peles tem servido basicamente, para alimentar o setor calçadista do Sul do País, para aumentar o saldo comercial do Nordeste com o exterior. A indústria de calçados da Região, atrofada, tem dimensionado a sua oferta para atender à demanda, pouco exigente em termos de qualidade, das camadas da população de baixa e média renda do Nordeste. O Estado do Ceará ocupa lugar de destaque na fabricação de calçados, sendo considerado hoje, o principal centro produtor desse manufaturado na Região. Contatos mantidos junto aos principais fabricantes cearenses revelaram a disponibilidade de tipos de couro, principalmente a "vaqueta". Grande parte da produção destina-se ao mercado local, outra parcela ao mercado do Sul e Centro-Sul brasileiros e o restante ao mercado exterior, compreendendo principalmente a Europa, Inglaterra e Alemanha. Observou-se que, geralmente as exportações para o exterior ocorrem com o couro em estágio de "wet-blue". Todavia, foi verificado que o produto cearense reclama um melhor nível de qualidade. Esta deficiência decorre do sistema de produção semi-artesanal e do baixo nível de qualificação de mão-de-obra cearense. Ressalte-se que a mão-de-obra cearense possui grande habilidade artesanal, sendo entretanto subutilizada em termos de sua potencialidade por falta de treinamento. E para suprir essa necessidade foi criada a Fábrica Escola de Calçados que funciona no Distrito Industrial.

A produção calçadista do Ceará abrange os seguintes bens: calçados masculinos, acessórios para calçados comuns (sola e placas microporosas), acessórios para

calçados ortopédicos e de madeira (palmilha ortopédica, madeira para tomanco e saltos de madeira), calçados femininos, calçados ortopédicos e sandálias japonesas. Além desses produtos específicos para calçados, há fabricação igualmente de acessórios femininos (bolsas, cintos e carteiras femininas) e acessórios masculinos (bolsas comuns, bolsas para aparelho de barbear e cintos).

05- IMPORTÂNCIA ECONÔMICA E SOCIAL DA INDÚSTRIA DE CALÇADOS DO CEARÁ

Estudos os mais diversos realizados por institutos de pesquisa tem identificado a existência de condições objetivas para o desenvolvimento de um pólo coureiro-calçadista de razoável porte localizado no Ceará, voltado para o atendimento do mercado regional e externo.

Uma série de indicadores favoráveis apontam ' nessa direção, dentre os quais cabe destacar o baixo custo dos empregos criados, a abundância de insumos locais, a participação elevada da remuneração da mão-de-obra no valor adicionado pela produção do setor e a grande potencialidade de exportação.

De acordo com o "Anuário da Indústria Nacional do Couro, Calçados e Afins", publicado pelo CTCCA, de Novo Hamburgo, o Ceará contava, em 1983, com 116 empresas de calçados, respondendo por 48% do total de unidades do Nordeste.

Levantamento recente, realizado pelo CEAG junto a 61 unidades industriais de calçados do Estado, enquadrados no setor "formal", revelou que a capacidade instalada dessas empresas é da ordem de 455 mil pares/mês ou 18 mil pares/dia, nível que corresponde a uma oferta de emprego da ordem de 2079 empregos. Adicionando-se a esses números, estatísticas colhidas, por via indireta, relativas ao setor informal, percebe-se a importância efetiva da indústria de calçados, dentro da estrutura econômico-social do Estado.

Nesse contexto, os empresários cearenses do setor começam a desfrutar para as suas promissoras perspectivas, sobretudo se se tem em conta o notável desempe

no das exportações nacional de calçados, nos últimos anos. Com efeito, entre 1973 a 1984, as exportações brasileiras de calçados saltaram de US\$ 93,7 milhões para US\$ 1,1 bilhão, acusando uma taxa média de crescimento da ordem de 25% a.a., de que resultou uma invejável participação do setor em relação as exportações globais do país, em 1984, estimada em 4%.

Com relação a sua potencialidade e suas perspectivas, o segmento industrial calçadista do Ceará, defronta-se, ainda, com razoável conjunto de dificuldades que limitam a sua expansão e consolidação como pólo industrial dinâmico.

Poucas são as empresas que utilizam máquinas nas diversas operações de seu processo produtivo, excetuando-se as operações de costurar e chanfrar que utilizam máquinas e equipamentos em maior proporção, como se constatou em pesquisa financiada pela SUDENE/BNB/IPEA.

Na área de recursos humanos, a carência de operários qualificados e de pessoal técnico de nível médio e superior, representa forte obstáculo a expansão das empresas, principalmente quando elas procuram voltar-se para o mercado externo, muito mais complexo e exigente do que o nacional. Para que se tenha uma idéia dessa limitação, no Ceará, basta que se registre que de 112 empresas exportadoras de calçados, sediadas no Sul do país - pólo industrial de calçados de maior expressão - 20,5% apresentavam como obstáculos ao crescimento das exportações, a falta de mão-de-obra especializada, precedido apenas do custo de matéria-prima, em ordem de importância.

06- IMPORTÂNCIA DA PESQUISA MERCADOLÓGICA NO MARKETING IN-
TERNACIONAL DE CALÇADOS E AFINS

O Mercado Internacional de artigos de couro é altamente competitivo. Os fornecedores tradicionais contam com longa experiência no atendimento às exigências existentes e possuem tecnologia especializada para trabalhar o couro. Além disso, o mercado de artigos de couro está constantemente submetidos às flutuações da moda. Estilos, cores e texturas devem estar na onda para atrair os principais compradores. É preciso adequar o produto em termos de desenho, cor, material, artesanato e técnicas de processamento. Muitas vezes o fabricante não pode cobrir todos os aspectos da moda que está em curso num determinado mercado. Mesmo assim ele pode dar certa individualidade à sua linha de produtos, tornando-os atraentes e facilmente identificáveis pelo consumidor final. Isto permite uma base segura para campanhas promocionais e os compradores valorizam este fator. Certo de que pode corresponder a todas essas exigências, o fabricante pode enviar suas amostras aos compradores, acompanhadas de uma lista de preços, variedade de desenhos e prazos para entrega. A resposta revelará o potencial mercadológico dos produtos.

Para determinar que mercados abordar e obter uma idéia básica das exigências feitas por eles, o exportador potencial de artigos de couro deve fazer pesquisa de mercado. Como o mercado para esses produtos varia muito nos diferentes países industrializados, é necessário um exame particular para cada caso, mas o esquema a seguir deve ser aplicado a todos os mercados-alvo.

Analisar as exigências do mercado:

- a- Tipos de artigos de couro mais vendidos;
- b- Fabricação desses artigos;
- c- Variação de preços para os artigos;
- d- Padrões de qualidade;
- e- Composição material dos produtos;
- f- Moda e desing;
- g- Flutuações sazonais nas vendas de artigos de couro.

Uma abordagem interessante nesta fase da pesquisa seria a compra de amostras dos artigos vendidos no mercado e a coleta do máximo de dados técnicos e mercado lógicos possível.

O estudo dos canais de importação e distribuição para os artigos de couro deve incluir:

- a- As organizações de compra;
- b- Os esquemas de distribuição;
- c- As comissões pagas aos agentes e distribuidores;
- d- Os aspectos legais da utilização de um agente no país;
- e- Os preços máximos no varejo e no atacado;
- f- Os períodos de compra;
- g- Principais épocas de fornecimento do mercado;
- h- Formação de estoques de reserva;
- i- Os procedimentos para pedidos.

O exame dos procedimentos de importação e os regulamentos relativos à venda de artigos de couro devem abranger:

- a- Acordos comerciais que favorecem a entrada do produto no país;

- b- Direitos alfandegários para artigos de couro;
- c- Direitos preferenciais;
- d- Licenciamento;
- e- Regulamentos especiais para as marcas;
- f- Outros regulamentos relativos aos artigos de couro.

Competição no setor de produtos de couro:

- a- Dos fabricantes locais (produção e vendas);
- b- Dos demais fabricantes sediadas no país do exportador e de outros países em desenvolvimento (volume de exportação).

Um dos problemas encontrados no estudo da demanda e do fornecimento de produtos de couro nos principais mercados é a carência de estatísticas sobre a produção e o comércio de tais itens. Os números disponíveis indicam valores em vez de volumes. Além disso, "artigos de couro" é uma expressão genérica que abrange artigos feitos de outros materiais associados ao couro, e assim é difícil precisar os limites da categoria.

MUDANÇAS NA MODA

Para produzir amostras que encontrarão ressonância entre os compradores, os exportadores devem atualizar permanentemente suas informações sobre as tendências da moda nos principais mercados mundiais. No mundo da moda em geral o antigo individualismo não tem mais vez. A moda pode ser dividida agora em quatro grupos principais: os estilos de vanguarda, a linha conservadora, o segmento esportivo, e uma versão casual. Um novo estilo leva certo período de tempo para influenciar a moda nos artigos de couro. Não existe fórmula segura para se analisar o desenvolvimento da moda, mas um fabricante pode

recorrer a jornais e revistas especializadas em produtos de couro para detectar a moda em curso. A cor é um elemento chave da moda e tem importância vital no desenvolvimento das exportações envolvendo o couro.

É preciso capacidade de previsão, porém é recomendável a realização de uma sólida pesquisa, principalmente entre as modas têxteis, porque os sapatos e os acessórios deverão associar-se com eles para produzir a moda total. As feiras internacionais de roupas e Têxteis também são fontes disponíveis para se estudar as cores em demanda. O fabricante pode analisar as tendências em evolução, especialmente na França, que determina as linhas e os materiais, e na Itália, que dita a moda para sapatos e acessórios em couro. Esse trabalho pode ser reforçado pela contratação de um serviço de consultoria em modas especializado em alguns mercados-alvo.

MATERIAIS ADEQUADOS

Os materiais são um dado fundamental para sustentar o padrão de qualidade do produto. O fornecimento local de couros de boa qualidade é essencial para a produção de produtos aceitáveis e o fabricante deve estar seguro de que os curtidores que o fornecem dispõem de capacidade técnica suficiente para produzir material capaz de atender às especificações da moda quanto à textura; a cor e ao acabamento.

CANAIS DE IMPORTAÇÃO

Analisado cuidadosamente o mercado e desenvolvidos os produtos mais adequados a ele, o exportador de artigos de couro deve escolher os canais para penetrar nos mercados-alvo. Como os canais variam de um país para

outro, sua escolha deve ser realizada no mercado em questão. Os canais variam muito de um País para o outro: escritórios no exterior de cadeiras verejistas, grupos de compras e cooperativas, vendas por correspondência, joint-ventures, importadores e agentes, lojas de roupas, sapatos e acessórios, etc.

INOVAÇÕES EM MARKETING

À medida que um exportador de artigos de couro ganha experiência nos principais mercados, ele deve decidir promover seus produtos através de estratégias de marketing com outros produtores, seja no mercado doméstico, seja no país importador. Esse acordo pode ser feito com uma firma do setor ou de outro ramo correlato da indústria. Por exemplo, trabalhando com fabricantes de calçados de alta qualidade, um produtor de itens em couro pode promover o uso de suas pastas, cintos, valises da moda com os sapatos, adaptando-os quanto ao estilo, para fornecer os acessórios adequados. Um outro exemplo, seria associar artigos de couro com cigarros e fumos de qualidade. Uma outra possibilidade seria associar o couro ao tecido, promovendo a venda de vestidos e calças com cintos de couro. Embora tais acordos conjuntos não sejam facilmente acessíveis aos fornecedores novos no mercado, estes exemplos ilustram as possibilidades existentes, no âmbito do marketing, nos países industrializadas.

07- O CONSÓRCIO DE ARTEFATOS DE COURO NO CEARÁ

INÍCIO DAS ATIVIDADES

O consórcio de artefatos de couro foi constituído em março de 1982, com a finalidade de possibilitar o desenvolvimento do comércio exterior das empresas consorciadas cearense, através da ação conjunta dos participantes com o objetivo de facilitar o acesso de seus produtos no mercado externo.

Inicialmente foram tomadas as providências para o cadastramento das empresas na Carteira do Comércio Exterior do Banco do Brasil S/A (CACEX), como exportadora.

As empresas correspondentes ao grupo, foram orientadas quanto à escolha de produtos para oferta no mercado externo, receberam instruções para composição do preço de venda e foram também beneficiadas com a impressão de um catálogo em três línguas que passou a ser enviado a importadores em potencial, selecionados de Listagens enviadas pelo Itamaraty, Embaixadas e Consulados do Brasil no exterior e CACEX a partir de julho de 1982.

Dentro do prazo de aproximadamente 45 dias do início da expedição de correspondências com catálogos, começaram a chegar pedidos de mostruários, cotação de preços e outras informações que possibilitem o início de operações comerciais.

ATIVIDADES COMERCIAIS

Por escolha dos próprios empresários, o Consórcio participou da Feira Internacional de Santiago -

FISA em novembro de 1982, como a primeira tentativa mais agressiva de comercializar no mercado externo.

A participação neste evento não resultou em vendas, porém gerou valiosas informações que foram repassadas e absorvidas pelos consorciados.

O mercado chileno até 1981/82 apresentava grande potencial para sapatos brasileiros, entretanto, no final de 82 o mercado já estava saturado, situação esta agravada pela emergente crise na economia chilena.

A época da feira (novembro) é tardia para comercialização de produtos de verão (jan/mar) que já deveriam estar chegando em fins de dezembro, o que seria impossível para eventuais vendas feitas em novembro.

Os preços estavam acima dos praticados por exportadores de Franca/SP e Novo Hamburgo, que já estavam exportando para o Chile, portanto nossos concorrentes. Em decorrência desta informação os preços foram revistos.

Foram transmitidas aos consorciados observações quanto à qualidade, modelagem, cores, etc, para uma melhor adequação do produto ao mercado.

Em 1983, o Consórcio foi reformulado, e número de empresas aumentaram e a maioria remanescente do Consórcio anterior.

A principal meta estabelecida no plano de marketing era a efetiva penetração no mercado da América Central o que seria viabilizado através da participação da Feira Brasileira no Panamá, o que já estava sendo cogitado desde o ano de 1982. Em 1983 o Consórcio participou da referida exposição, tendo sido beneficiado de maneira especial uma das empresas consorciadas, que foi contemplada com uma passagem ida e volta ao Panamá, utilizada pelo seu presidente.

Para representar o Consórcio na Feira, e constatar importadores na Zona Livre de Colón, viajou pelo CEAG/CE, o Coordenador do Programa, acumulando as funções de Gerente do Consórcio.

Os resultados desta viagem (feira e contatos' comerciais) não sugeriram na modalidade de vendas imediatasm mas mostrou a necessidade de visitar aquela praça para dar continuidade ao trabalho iniciado na feira quando foram contatados cerca de 100 importadores e visitados em seus escritórios, por mais de uma vez, com apresentação de amostras, discursão de aspectos, tais como: preços, qualidade, prazo de entrega e adequação de produto a cerca de 15 a 20 clientes, que posteriormente passaram a ser compradores dos produtos do consórcio.

O Relatório de Viagem apresentado, salientou a necessidade de voltar ao Panamá no período de julho/agosto/84 para a continuação dos contatos e vendas, pois este é o período de compra para o fim do ano. Entretanto o orçamento do consórcio não dispunha de recursos financeiros suficientes para uma nova viagem, tendo sido aventada a possibilidade dos empresários se cotizarem para o custeio desta viagem.

Nesta época, o consórcio foi procurado por um vendedor autônomo que se propunha a fazer viagens para as empresas recebendo adiantamento para cobrir as despesas de viagem para posterior acerto nas comissões. Evidentemente os consorciados preferiram esta opção de viagem a custo zero, pois caso não houvesse vendas o vendedor restituiria o valor do adiantamento recebido.

Recebendo todo o apoio logístico do CEAG/CE, inclusive os endereços dos importadores previamente visitados, que já conheciam os produtos através do contato mantido na Feira. Alguns importadores inclusive já esta-

vam de posse de amostras deixadas por ocasião da viagem' do coordenador ao Panamá.

Com a realização da viagem, na época de compras e trabalhando com clientes já visitados, surgiram as primeiras vendas que atingiram o montante de US\$ 70.000, efetivamente embarcados no trimestre jul/set US\$ 30.000. Em out/83 foi feita nova viagem, fechando vendas que totalizaram US\$ 102.000, faturados até dez/83.

Para a realização de todos os embarques o PRONAEX prestou assessoria na preparação dos documentos de embarques, treinando o pessoal das empresas e proporcionando uma economia de 02 salários mínimos por embarques, que é o custo normal cobrado por corretores e despachantes para tais serviços.

Em agosto de 83, como resultado de intercâmbio entre a coordenação do PRONAEX local com a de Recife, foi trazido um importador americano da empresa "Lexxel Corporation", de New York, que apresentou vários produtos novos para desenvolvimento pelos consorciados.

Praticamente todos os consorciados teriam condições de ser beneficiados, pois foram apresentados modelos de calçados masculino e feminino, porém não houve maior interesse por parte da maioria, a não ser com o fornecimento de amostras de suas linhas normais de fabricação, que não tinham grandes possibilidades de negócios. Apenas uma empresa, se propôs a desenvolver um novo produto, que passou a produzir um tipo de mocassin em forma adequada ao mercado americano, com tamanhos em pontos e meio-pontos, e que tornou-se o "carro chefe" das vendas da empresa.

Ao final de 83 foram feitos a maioria dos embarques, dos pedidos tirados pelo agente de venda, em

sua viagem no período de julho/agosto e por ocasião da 2ª viagem ao Panamá, em nov/83 onde permaneceu até fev/84, ele foi sistematicamente recebendo reclamações sobre a qualidade dos calçados embarcados, sendo necessário que alguns dos consorciados concedessem descontos em futuros pedidos, para o ressarcimento de prejuízos.

Apesar desta dificuldade, foram feitas novas vendas, despachadas no período jan/jun-84, e novamente surgiram problemas sérios de qualidade constatados pelo Gerente do Consórcio de Confecções em sua viagem ao Panamá em agosto/84.

Os planos de operação do Consórcio para 1984 previam a contratação do agente de vendas, como Gerente, atendendo a exigência unânime das empresas consorciadas, inclusive formalizada ao CEBRAE. Porém com o falecimento do mesmo, ocorrido em abril de 84 na Itália, para onde viajou, já doente no Panamá, as atividades de vendas no exterior praticamente paralisaram, a não ser alguns contatos mantidos pelo gerente do Consórcio de Confecções durante sua viagem.

Esta paralisação de vendas, entretanto, teve como uma de suas causas, a baixa qualidade e atrasos na entrega de alguns pedidos, o que desmotivou a realização de novas empresas por importadores do Panamá.

Entretanto tem havido constantes visitas as empresas consorciadas com importadores e agentes comerciais, que tem resultado em negócios, para Holanda e Caribe.

Com relação a transformação do Consórcio em Comercial Exportadora, apesar do impulso inicial tomado pela idéia, verifica-se que o atual grupo não atingirá esta fase devido a diferenças de mentalidade empresarial. A reformulação do grupo poderia ensejar a transformação.

Devido ao fato de que não há uma pessoa de dedicação exclusiva ao Consórcio, atraso nos pagamentos e pouco interesse por parte dos próprios empresários, a ativação do consórcio foi fraca nos últimos meses (maio/setembro/84).

08- COURO VERSUS PLÁSTICO

O tema é atual e de muita controvérsia . Qual o melhor: couro ou plástico?

É do conhecimento geral que o couro é a matéria-prima nobre, por excelência.

Para se analisa o problema, temos que fazê-lo tendo em vista dois enfoques: o industrial e o do consumidor. Além disso, tem se que salientar a questão do tipo de plástico a ser utilizado na confecção do calçado. Temos a utilização do plástico para a produção de injetados - Grendene, Francesinha, etc - e o plástico sob a forma de tecido.

O plástico para a produção de sapatos e sandálias injetadas sob o enfoque industrial, é de alta productividade, compensando o grande investimento que tem que ser feito, em termos da injetora - extrusora e das matrizes. Quanto ao plástico tecido, o aproveitamento no corte é muito superior àquele que se obtém do couro. Em termos de custo, apesar dos preços terem subido bastante, para a indústria é bem melhor a utilização do plástico.

Convém ainda ressaltar que uma ou talvez a principal razão da expansão das vendas de calçados plásticos e/ou de plástico é o baixo poder aquisitivo do consumidor brasileiro; tem condições para comprar o artigo plástico e não o tem para o de couro.

Sob o enfoque do consumidor o problema é totalmente diferente. O calçado plástico e/ou de plástico é sintético e não tem porosidade, portanto não transpira; podendo causar algumas alergias.

Os artigos de plástico tem pouca durabilidade, portanto, um barato que sai caro.

Os calçados de couro, em termos industriais, tem custos mais elevados, menos aproveitamento no corte e pelo baixo poder aquisitivo do consumidor brasileiro, menos lucrativo e conseqüentemente menos atrativo de ser fabricado.

Em relação ao consumidor, sem a menor sombra de dúvida, é muito mais interessante, por ter maior durabilidade, e ser mais confortável, usar os calçados de couro.

Há necessidade de se fazer, a nível nacional, uma ampla campanha de divulgação das qualidades e vantagens do uso do artigo de couro. Os fabricantes de calçados plásticos e/ou plástico, utilizam de forma violenta os meios de comunicação para difundir os seus produtos; e se aproveitam ainda do baixíssimo conhecimento do consumidor e da "esperteza" dos lojistas.

Apesar de já existir norma técnica aprovada proibindo o uso indevido da palavra couro e/ou similar, continua a propaganda induzindo o consumidor a adquirir o produto de plástico como se de couro fosse.

Em termos de lojistas, tem que se partir para uma legislação similar à da França, lá é proibido se expor na mesma vitrina os artigos de couro e plástico, sob pena de pesadas multas. (1)

09- PRINCIPAIS PROBLEMAS DO SETOR

Baseado em fontes secundárias, pode concluir-se que uma das principais dificuldades do Setor Calçadista do Ceará é a insuficiência de recursos financeiros para Capital de Giro que gera os seguintes problemas:

- Impossibilidade de aumento de venda por parte de recursos para financiar vendas e produção;
- Dificuldade de manter os níveis de estoque de matéria-prima e outros insumos;
- Necessidade de recorrer aos bancos com juros e exigências exteriores;
- Níveis de rentabilidade insuficiente ou mesmo negativos.

Além desses problemas, existem outros como:

- Dificuldades de colocação dos produtos no mercado;
- Retração do mercado;
- Dificuldades em efetuar descontos de duplicatas, por não possuírem limite necessário para descontos de títulos;
- Falta de melhores prazos dos fornecedores;
- Concorrência desleal que imita o produto e vende mais barato;
- Existência do intermediário;
- Deficiência na apuração real dos custos dos produtos fabricados;
- Dificuldade de estabelecer o preço de venda adequado;
- Inexistência de uma programação financeira;

- Aumento excessivo dos custos devido ao alto valor dos encargos sociais;
- Falha na programação de produção por falta de mão-de-obra especializada;
- Falta de especialistas na parte de administração e coordenação da produção;
- Deficiência no processo de fabricação;
- Desconhecimento de novas técnicas de modelagem e fabricação que não permitem melhorar o processo de fabricação;
- Inflação incide no custo;
- Desconhecimento do empresário de qualidade da matéria-prima;
- Distanciamento do fabricante aos outros fornecedores de insumos;
- Baixa produtividade.

CAUSAS DESSES PROBLEMAS

- Retração de crédito, impossibilita maiores descontos de duplicatas;
- Juros altos acarreta sensível redução de lucros;
- Falha nas previsões pela própria falta de uma programação financeira;
- Falta de fluxo de caixa que permita um melhor planejamento;
- Atropelamento dos cartórios.

SUGESTÕES PARA APOIO AO SETOR CALÇADISTA

- Devido os empreendimentos locais pertencentes ao setor

de calçados e afins contarem com pequeno fôlego financeiro, sugere-se uma maior abertura bancária na concessão de recursos financeiros para descontos de duplicatas e concessão de financiamento.

- Em virtude da escassez e inexistência de oferta local de determinados insumos e a importância adquirida em outros estados recomenda-se uma abertura maior por parte dos agentes de apoio a ampliarem os incentivos à implantação de empresas, voltadas para a produção de tais bens, dentre os quais destacam-se as seguintes: (1)

- . Colas;
- . Metais;
- . Formas e saltos;
- . Materiais para palmilhas;
- . Cadarços;
- . Viras;
- . Couro aglomerado;
- . Pré-fabricados, etc.

(1) Diagnóstico realizado pelo CEAG/CE nas Indústrias de Calçados.

10.1- NTCA

1- Antecedentes: A idéia da formação de um núcleo de tecnologia de couros, calçados e produtos afins para assistir as empresas cearenses proveio de um estudo realizado em 1977 num dos cursos do CETREDE, onde se evidenciou a necessidade da implantação de uma estrutura de suporte e apoio ao segmento coureiro-calcadista, que, apesar de apresentar excelentes perspectivas de expansão, se caracteriza por um desenvolvimento desordenado, com deficiências tanto na área tecnológica, quanto na qualificação de mão-de-obra especializada. No início, o NTCA agregou à sua estrutura vários equipamentos de fabricação alemã para a formação de seu laboratório para testes físico-mecânicos de controle de qualidade dos produtos utilizados e fabricados nas indústrias. O restante do material necessário foi sendo adquirido através de outros convênios realizados com o IPT (Instituto de Pesquisa Tecnológica) e com a Secretaria de Tecnologia Industrial do MIC.

Em julho de 1984, finalmente, o órgão conseguiu sua institucionalização como Fundação, vinculada à Secretaria da Indústria e Comércio do Estado do Ceará, com os seguintes e principais objetivos:

- Capacitar e treinar pessoal especializado e semi-especializado na área de calçados e afins;
- Desenvolver métodos racionais sobre manutenção e padrões de qualidade;
- Fornecer assistência técnica;

- Desenvolver programas de pesquisas quanto a materiais, processos e produtos;

- Fornecer assessoria, emitir laudos e elaborar projetos técnicos.

ESTRUTURA

Concebido para desenvolver suas atividades dentro de uma estrutura matricial, o NTCA tem como órgão máximo de deliberação um Conselho de Administração presidido pelo Secretário de Indústria e Comércio do Estado do Ceará e integrado por representantes de entidades públicas e privadas a seguir discriminadas:

- Secretaria de planejamento do Estado do Ceará;
- Secretaria de Tecnologia Industrial do MIC;
- Banco de Desenvolvimento do Ceará S/A - BANDECE;
- Fundação Núcleo de Tecnologia Industrial - NUTEC;
- Núcleo de Promoção de Exportação do Ceará - PROMOEXPORT;
- Sindicato das Indústrias de Calçados do Estado do Ceará;
- Fundação das Indústrias do Estado do Ceará - FIEC;
- Associação das Indústrias de Curtumes do Nordeste e Norte do Brasil;
- Sindicato dos Empregados das Indústrias de Calçados.

PROGRAMAS

Atualmente o NTCA, desenvolve os seguintes programas:

a) Programa de Capacitação e Treinamento que consiste na promoção de cursos regulares na própria sede, destinados à formação de pessoal para as indústrias de calçados, e de cursos especiais ministrados em unidades fabris interessadas. Em sua fábrica-escola, que dispõe de uma área construída de 1.200m², o NTCA, volta suas atividades, fundamentalmente, para capacitação e treinamento dos operários e chefes de seção, nas áreas de corte, pesponto, preparação de solados e palmilhas, montagem, acabamento e manutenção de máquinas e equipamentos. A duração dos cursos regulares é de 06 (seis) meses. O interesse é formar profissionais qualificados para colocação nas indústrias locais, pois a mão-de-obra nordestina possui grande habilidade artesanal, tendo sido sub-utilizada até então, em termos de sua potencialidade, por falta de treinamento adequado. Após o término do curso, os alunos recebem um certificado de qualificação, sendo encaminhados às empresas. Qualquer pessoa interessada poderá frequentar os cursos, desde que aprovada no processo seletivo. A entidade fornece alimentação e transporte gratuitos, dando prioridade de ingresso aos alunos encaminhados pelas fábricas e/ou que residam próximo a essas unidades.

b) Programa de Apoio Laboratorial.

Através de seu laboratório de Controle de Qualidade, o NTCA realiza testes físico-mecânicos, necessários à atividade de controle de qualidade de calçados e materiais empregados em sua fabricação.

Apoiado em uma moderna estrutura e contando com cerca de 20 (vinte) equipamentos, o laboratório vem realizando os seguintes testes: abrasão de solados, fadiga de costura, colagem de bico, teste de dureza, resistência à dobra de sola de couro, flexão de calçado a seco, entre outros.

c) Programa de Assistência Técnica.

O NTCA fornece ampla assistência técnica ao setor coureiro-calçadista cearense nas áreas de organização industrial, planejamento da produção, modelagem, técnica de fabricação de calçados e manutenção de máquinas e equipamentos, atualizando o setor sobre as inovações ocorridas no ramo e transmitindo novas técnicas no fabrico de calçados, contando, para tanto, com 3 técnicos de calçados e 2 eletromecânicos.

d) Programa de Desenvolvimento e Pesquisa Aplicada.

O Núcleo realiza estudos e pesquisas tecnológicas e básicas sobre materiais, matérias-primas, tipos de máquinas e equipamentos, levantamento de dados e estatísticas para detectar problemas ocorrentes no setor.

e) Programa de Documentação e informação.

Resume-se no desenvolvimento de um sistema de coleta, arquivo e divulgação de informações técnico-científicas relativas a couros, calçados e afins, para o intercâmbio com as indústrias da região e sua atualização permanente. Para disseminação dessas informações, o Núcleo elabora e distribui, periodicamente, um boletim técnico-informativo sobre as principais ocorrências e acontecimentos do setor.

INCENTIVOS LOCAIS

Os incentivos fiscais e financeiros proporcionados pelo governo estadual são os seguintes:

- Financiamento para aquisição de terrenos nos Distritos Industriais do Estado, destinados à implantação e realocização de empresas, a juros de 6% a.a. e 50% do valor das ORTN's, a título de correção monetária, no prazo de 8 anos, inclusive 02 de carência.

- Financiamento para formação ou reforço do capital de giro de empresas novas, realocizadas ou aplicadas. Trata-se de operação limitada em até 10% do faturamento mensal da beneficiária, com um prazo total de 10 anos. Os encargos são de 50% do valor da correção das ORTN's, além de juros de 6% a.a.

- Redução de até 50% das tarifas de água e esgoto para as empresas que se localizarem em Distritos Industriais do Estado.

INCENTIVOS TECNOLÓGICOS: NTCA

Procurando respaldar o desenvolvimento do setor coureiro calçadista com mais um instrumento de apoio, o Governo do Estado, atendendo a solicitação da Secretaria de Indústria e Comércio, institucionalizou, em junho de 1984, sob a forma de Fundação, o Núcleo de Tecnologia de Couros, Calçados e Afins.

Segundo contato mantido com o Gerente Executivo deste Núcleo, o mesmo afirmou que a sua localização não é a ideal, pois fica longe do pólo cou-

reiro-calçadista, que se localiza na Av. Leste-Oeste. Lá, estão funcionando a grande maioria das empresas calçadistas, enquanto no Distrito Industrial existem apenas 2 indústrias de médio porte. As micro e pequenas empresas que caracterizam este setor perdem muito com a distância do NTCA, em termos de assistência.

Dentre as dificuldades enfrentadas pelo NTCA para realizar o treinamento da mão-de-obra, destacam-se:

1) O problema da distância do Núcleo de Treinamento para as residências dos operários;

2) Adaptação com o horário do treinamento que é rígido;

3) Impacto causado pelo ambiente físico industrial;

4) O ritmo do trabalho do treinamento é diferente do ritmo do trabalho fabril.

E quanto ao preconceito que o consumidor, de um modo geral tem, de achar que o couro do sul é melhor do que o couro do nordeste, esta idéia é falsa, pois na realidade, o nosso couro não perde em qualidade para o couro do Sul. O que acontece é que, o couro ao entrar no curtume passa por um processamento químico e no final, sai com qualidade inferior ao do Sul.

Observa-se também que o setor cearense de curtumes tem reclamado uma maior atenção na aplicação de técnicas mais atuais e precisas, principalmente na área de acabamento de couro. A dificuldade neste sentido, diz respeito à falta de condições para adquirir material bibliográfico técnico até a difi

culdade de conseguir informações de pessoal mais gabaritado e experiente no assunto. E procurando atender a essa necessidade, o NTCA, programou, uma série de palestras com alguns profissionais alemães, voltados para tecnologia em acabamento de couro. O objetivo principal desses contatos, é colocar os curtumes cearenses em dia com as técnicas mais modernas das indústrias curtidoras do Sul do País.

O NTCA está partindo agora para direcionar sua colaboração à assistência das deficiências de ordem técnica que têm prejudicado as vendas dos nossos produtos, causando significativas perdas nesta área.

Um dos maiores e mais graves problemas constatados pelos técnicos do NTCA ainda é, por incrível que possa parecer, a colagem. A colagem quando não efetuada de forma precisa e eficiente pode levar uma empresa próspera à dificuldades sem fim, desde o aumento das reclamações até a devolução de toda a produção e, o que pode ser bem pior, à completa perda de credibilidade do produto no mercado e a ausência total de pedido. E para solucionar esse problema o técnico de calçados do NTCA apontou 6 etapas importantes a serem observadas no acompanhamento de uma boa colagem:

- 1- A escolha do Adesivo;
- 2- Asperagem - isto é, a preparação da superfície para colagem, ou seja, o aumento da área de colagem mecanicamente, limpando a superfície a ser colada através de solvente adequado, eliminando-se elementos que possam prejudicar na fixação do adesivo;
- 3- Aplicação do Adesivo;

- 4- Tempo de Secagem;
- 5- Reativação - que tem por finalidade criar no adesivo um melhor "tack" (liga);
- 6- Prensagem de Solado.

10.2- EMPRESA BRASILEIRA DE CALÇADOS S/A - EBC

A EBC é uma empresa de médio porte e engajou no comércio exterior em 1983, através do PRONAEX (Programa Nacional de Apoio à Pequena e Média Empresa Exportadora) administrado pelo CEAG/CE (Centro de Apoio à Pequena e Média Empresa do Estado do Ceará) fazendo parte da diretoria do consórcio de Artefatos de Couro. Inicialmente o consórcio exportava para o Panamá e Porto Rico, e dentre as empresas que constituíam o Consórcio, a EBC se destacava pela qualidade do seu produto: "mocassin americano". Entretanto em dezembro de 84, o Consórcio foi desativado, devido a uma desarticulação dos próprios empresários. Havia um confronto de objetivos, e daí uma dificuldade de homogeneizar o produto quanto à forma, qualidade, cor, modelo... Porém, apesar deste obstáculo, a EBC continua exportando, mesmo sem a ajuda do PRONAEX. Atualmente ela tem assessoria de uma corretora de câmbio.

Segundo o seu Presidente, a EBC já tem suporte para montar um departamento de exportação, o que dificulta, no momento, a sua criação, é a escassez de mão-de-obra especializada para atender a produção, e um gerente de marketing, com experiência em exportação, que possa viajar e manter contatos no exterior.

A idéia de transformar o Consórcio em Comercial Exportadora foi deixada de lado, pela heterogeneidade dos calçados. Conforme seu Presidente, é mais exequível exportar por conta própria.

Quanto a providência tomada pelo Presidente dos Estados Unidos em relação a restrições alfandegárias e dos protecionismos impostos, isso afetou demais as exportações da EBC, que durante 2 meses ficou sem exportar.

Com o intuito de promover a divulgação do mocassin cearense e fechar negócios, o Presidente da EBC participa todos os anos da Francal, e viaja para o exterior cerca de 3 vezes ao ano. O consumidor americano é extremamente exigente e a qualidade do calçado tem que ser fora do normal. Suas vendas para os Estados Unidos são canalizadas para atacadistas e varejistas. Enquanto que para o Panamá vende diretamente para importadores e lojistas atacadistas. O consumidor panamenho é bem menos exigente.

Os calçados cearenses perdem um pouco por falta de atualização nas cores, modelagem e variedade de modelos. Na Zona Libre de Colon (Panamá) sofre-se uma concorrência muito grande de exportadores asiáticos que dispõem de produtos novos e atualizados, sem falar na alta competitividade dos preços. Tanto os importadores/distribuidores de Colon como de Porto Rico, visitam sistematicamente todos os eventos/feiras específicas na Europa, como em Nova York.

Colon é um mercado tradicionalmente abastecedor de todos os países adjacentes com os quais existem vias permanentes de comercialização, tais como, Colômbia, Venezuela, Trinidad Tobago, Costa Rica e muitos outros.

O processo de abertura de mercado é lento e tem que haver muita confiabilidade de ambas as partes. Quando se consegue fechar o 1º negócio, deve-se ter em mente dois importantes pontos: a) O prazo de entrega, e b) A qualidade do produto. Se tudo ocorrer conforme especificações do importador, então pode-se considerá-lo cliente, tadavia se algo der errado, nunca aquele importador refará outro pedido. Todo cliente gosta de exclusividade e de um produto personalizado.

O Gerente de Exportação da Kemp, faz em média cerca de 4 viagens por ano para visitar seus clientes e manter novos contatos. Ele faz um planejamento de viagem por Continente, já que a Kemp Inac vende também para América Central e Latina, África, Oriente Médio e Estados Unidos. Segundo o Gerente de Exportação, a viagem é importante pelos seguintes fatores: a) Consolidar o mercado; b) Ver de perto a situação econômica do País e do cliente; c) Saber como chega sua mercadoria no país de destino e principalmente o quê o cliente acha de sua empresa e de seu produto; d) Observar os concorrentes. O mais difícil num processo de exportação é a penetração no mercado, até se conseguir fechar o 1º negócio leva muito tempo, e esse 1º pedido é apenas um teste. Deve-se dar muita atenção às correspondências recebidas, mesmo que não haja possibilidade de atender o pedido, não se deve deixar de responder muito diplomaticamente a todas as correspondências. A distância do importador para o exportador é muito grande, dessa forma a única maneira do importador ter noção da imagem e seriedade da empresa é através de telex e correspondências enviadas.

O cliente americano é o mais difícil de ser conquistado porque além de ser muito exigente, ele

também é traiçoeiro, no sentido de que prefere grandes quantidades e monopólio. O consumidor americano é muito egoísta, e destrói com a estrutura da empresa, porque cria uma relação de dependência, e mais tarde por motivos insignificantes, rompe com toda a negociação. Já o europeu é mais tratável, e bem menos exigente, compra em menor quantidade, mas em compensação oferece mais confiança. Enquanto o africano é bastante supersticioso devido à religião muçulmana, e gosta muito de barganhar. A África no todo, é um continente perigoso, onde ocorre muitos roubos, fraudes, e contrabando; impulsionado pela própria política protecionista de proibição de importação de calçados. E com o intuito de evitar problemas, o gerente de exportação da Kemp, possui um escritório em país, que o mantém sempre informado sobre todas as nuances políticas dos mercados potenciais.

No tocante às potencialidades do Setor Calçadista no mercado externo, ele é da opinião que brevemente haverá uma transferência do Sul para o Nordeste, invertendo-se as coisas, pois o Ceará dispõe de abundante mão-de-obra barata, contudo será necessário a criação de toda uma infraestrutura que lhe dê condições de concorrer e elimine de vez essa dependência do Sul.

O Ceará carece de indústria de acessórios como cola, produtos químicos, fivelas, cadarços, curtumes, máquinas, moldes, salto, sola... Aliado a essa carência, as indústrias daqui apresentam em comum um índice de produtividade relativamente baixo, falta espaço para expandir, capital de giro, e o que é mais importante "mentalidade empresarial".

Em termos de concorrência, a EBC não possui concorrentes no Nordeste. Seus principais concorrentes são os calçadistas do Vale dos Sinos (RS) e de Franca (SP). E com relação à qualidade, os calçados da EBC estão no mesmo nível dos calçados do Sul; a dificuldade que a EBC encontra para conquistar o mercado externo, explica-se pela tradição que o calçado do Sul adquiriu durante todos esses anos. Os importadores dos calçados do Sul, são clientes antigos, e por isso, para concorrer com eles, a EBC oferta seu produto a um preço mais baixo.

10.3- BOLSAS E CALÇADOS TABÔA LTDA

A indústria de Calçados Tabôa, tem cerca de 8 anos de funcionamento, e começou suas atividades fabricando calçados da linha "popular". Com o passar dos anos observou que havia uma carência em Fortaleza por calçados de melhor qualidade. Em função disso, resolveu investir num produto melhor, já que havia mercado suficiente para absorver a produção.

O seu produto é classificado pelos estilistas como um "clássico de vanguarda" tipo jovial, e não possui concorrentes locais. Segundo o seu diretor, é péssimo não ter concorrentes, pois a concorrência estimula a luta por um melhor acabamento, padronagem e perfeição. Todavia, sofre uma concorrência acirrada dos fabricantes do Sul, notadamente da fábrica de calçados "CZARINA", conhecida nacionalmente. Sem sombra de dúvidas o setor calçadista do Sul dispõe de grandes indústrias, muito bem equipadas e estruturadas, tanto em termos de know-how co-

mo profissionais treinados capazes de oferecer um produto de excelente qualidade, chegando a concorrer com Taiwan, Itália e Espanha, que são os maiores exportadores de calçados. No tocante a tecnologia, o seu produto ainda perde um pouco, porque inclusive, a mão-de-obra treinada pelo NTCA, sai qualificada para fabricar sapatos masculinos. Infelizmente o NTCA não dispõe de mão-de-obra qualificada para fabricar calçados femininos.

Com relação ao mercado, a Tabôa vende tanto para o Norte e Nordeste, como para o Sul. E seus consumidores são a maior parte constituídos de boutiques. Conforme afirmou o seu diretor, a Tabôa não tem interesse em vender para grandes lojas, embora não faltem pedidos, porque a sua política de comércio e a sua experiência lhe mostraram durante todos esses anos, que a dependência de determinados clientes não é uma boa estratégia de vendas. Ele prefere vender pouco, mas ter um mercado bem diversificado, do que aceitar grandes pedidos de poucos clientes grandes.

Como estratégia de marketing, a Tabôa oferece liquidação entre uma coleção e outra. Ela prefere dar um desconto do que investir em publicidade, é bem mais rentável. E para surpresa do seu diretor, recentemente descobriu que o seu calçado aos poucos está conquistando outras fatias de mercado com essa política de marketing.

Visando manter-se sempre informado sobre as tendências da moda, o seu diretor, todos os anos vai à Europa, e também participa de duas grandes feiras como expositor (a Francal e a Couromoda) como comprador participa da Courotec, que antigamente chamava-se Pré-seleção, que é uma feira de máquina e equipamentos.

Quanto ao mercado externo, a Tabôa vende apenas para o Caribe, Trinidad Tobago e Martinica. Seus contatos são feitos através de Feiras que participa, ou quando importadores o visitam. A Tabôa não tem tentado ser mais agressiva no mercado externo porque toda a sua produção, destina-se ao mercado interno, que absorve toda a linha de calçados femininos. Suas exportações até então realizadas foram poucas em termos de volume e valor, e não ocorreu ainda reclamações no que se refere a preço, qualidade ou embalagem. Seus importadores são varejistas, e não são exigentes.

E quanto à idéia formalizada dos empresários do seu setor, de acharem que a grande dificuldade enfrentada no momento, é a falta de capital de giro, entavando o crescimento das empresas, o seu diretor é da opinião que o grande problema do setor calçadista é a falta de mentalidade empresarial.

10.4- FÁBRICA DE CALÇADOS KIND

A fábrica de Calçados Kind, já tem 24 anos de existência, tendo sido uma das primeiras fábricas de calçados a surgir em Fortaleza. Devido ao tempo de funcionamento, seu produto tem uma clientela tradicional, dispensando conforme afirmou o seu proprietário, esforços promocionais e uma maior divulgação. De início fabricava calçados infantis. Mas a partir do 6º ano passou a fabricar calçados para senhora.

Seus fornecedores de matéria-prima são do sul; somente o material de embalagem adquire aqui na capital.

Seu produto é vendido para todos os Estados vizinhos do Norte e Nordeste e são na sua maioria varejista.

Com relação à concorrência, existem as chamadas "casquetas" - fabriquetas de fundo de quintal - as quais detêm 70% da produção de calçados de Fortaleza, produzindo com mão-de-obra barata e não especializada e colocando um produto no mercado de preço mais baixo e de qualidade inferior, mas para os olhos dos consumidores desinformados o produto torna-se igual ou até melhor aos fabricados tecnicamente, em virtude de alguns retoques que eles dão para melhorar a imagem.

Outra dificuldade enfrentada pela pequena indústria de calçados, são os pesados encargos sociais, que no final encarecem bastante o preço do calçado e por causa disso, muitas empresas são obrigadas a fecharem suas portas.

A respeito de exportação, a Fábrica de Calçados Kind começou a interessar-se pelo mercado externo quando foi criado o Consórcio de Artefatos de Couro, administrado pelo CEAG/CE e desde os primeiros contatos, até hoje, encontrou mercado para seu produto na Martinica, através de uma agente de exportação. Durante dois anos a empresa recebeu assistência do CEAG/CE sobre todos os nuances do comércio exterior, desde a divulgação do produto, entrada no mercado, até a tramitação da documentação e fechamento de negócio. Depois que o consórcio se desintegrou a empresa continuou exportando por con

ta própria. Frequentemente recebe boletins informativos do Ministério das Relações Exteriores contendo endereços de potenciais importadores. Seus compradores são os mesmos desde o surgimento do Consórcio. Dessa forma pode-se concluir que existe uma certa acomodação por parte da empresa, pois está com um mercado externo muito limitado.

10.5- COELHO MODAS LTDA - "LA BELLE"

A Indústria de Calçados La Belle tem apenas 2 anos e meio de existência, e apesar desse pouco tempo de funcionamento, já está exportando. Seu primeiro contato com o mercado externo se deu em abril deste ano, através de uma agente de exportação que administra uma comercial exportadora aqui em Fortaleza. Seus calçados são consumidos na Martinica e no Chile. E segundo o seu diretor, seu consumidor não é muito exigente, apenas exige que a mercadoria chegue no seu País conforme a amostra. O martiniquense gosta de cores berrantes e de modelos que chamem atenção, e essa é uma característica típica da raça negra.

Os produtos brasileiros têm dificuldade de penetração no exterior, devido ao alto preço da matéria-prima, onerando o preço final do calçado e impedindo que se torne competitivo. O couro sobe constantemente de preço e isso impede que se faça um custo programado de produção.

De um modo geral o setor calçadista cearense não está preparado para a exportação. Primeiro, porque o empresário cearense visa muito o lucro ime-

diato, não sabe investir a longo prazo. E segundo' porque geralmente a produção é pequena e só dá para atender o mercado interno.

Seria necessário que os empresários se unissem e formassem uma comercial exportadora. Mas teria que ser uma iniciativa deles, uma decisão de baixo para cima, e não uma criação do Governo. O setor está precisando de um apoio logístico, e ajuda no tocante à formação do preço de exportação, como penetrar nos mercados-alvo e conhecimentos do processo de exportação propriamente dito. O ramo de calçados é um ramo muito difícil, e não tem nenhum incentivo.

Quanto à divulgação de seus produtos a La Belle participa de Feiras como Fancal e Couro Modas. E com o objetivo de manter-se sempre informado sobre as tendências da moda, faz assinaturas de revistas especializadas, inclusive de bureaus italianos.

10.6- INDÚSTRIA DE CALÇADOS KEMP

A Indústria de Calçados Vulcanizados Kemp exporta há 8 anos, e é a única indústria de calçados que possui um departamento de exportação. Os primeiros contatos da Kemp foram com a Europa Ocidental, para onde exporta até hoje, mais precisamente para a Inglaterra, Holanda e Alemanha. Esses contatos foram feitos através do gerente de exportação que viajou, levando consigo mostruário. Na Europa a moda é muito organizada, e o modelo do calçado, a cor, a padronagem, são ditados pelas 4 estações.

Um aspecto interessante das indústrias cearenses de calçados é o fato de que são de pequeno e médio porte, e geralmente familiares, centralizando bastante suas atividades, o que dificulta a entrada de pessoas mais capacitadas para administrarem.

10.7- SINDICATO DE CALÇADOS

O Ceará tem probabilidade de se transformar no III Pólo Coureiro do Brasil. A concentração de mais de uma centena de indústrias de calçados no perímetro urbano de Fortaleza, abre uma perspectiva promissora para a economia cearense, que volta às suas raízes e reencontra no couro um dos esteios para sua redenção.

Segundo o Presidente do Sindicato de Calçados, no ano que vem a indústria de Calçados trará uma grata surpresa aos cearenses, pois espera que a atual produção de 45 mil pares/dia seja dobrada. Isso devido a instalação de 3 novas indústrias, e ampliação de 2. Seu otimismo está fundamentado numa perspectiva muito concreta da abertura de novos mercados, "invertendo" a tendência atual, quando 98% da produção destinam-se ao mercado interno. Tudo isso porque os importadores estrangeiros chegaram à conclusão de que é muito mais vantajoso, do ponto de vista de custos, importar do Ceará, ao invés do Sul do País, cujos portos estão muito mais longe. Como exemplo, pode-se citar o porto de Miami, nos Estados Unidos, 4.000 quilômetros mais próximo do Ceará, do que o porto de Santos, em São Paulo.

De Fortaleza a Miami, um navio cargueiro leva 6 dias. Se ele sair do Porto de Santos, com todas as escalas que tem de realizar, até chegar ao seu destino, nos Estados Unidos, terá gastado, pelo menos, 60 dias. E esse é um dado, que está sensibilizando, sem dúvida nenhuma, os importadores.

A concentração de 117 indústrias de Calçadistas no Ceará e o acréscimo de um número cada vez maior de empresas que para lá, se deslocam, estão dando o embasamento necessário para o Ceará concretizar o seu sonho de ser o III Pólo Coureiro do País. As empresas, além das vantagens citadas, contam com uma mão-de-obra excedente, muito mais barata, por exemplo, do que a do Rio Grande do Sul e São Paulo.

Atualmente a indústria calçadista oferece 8 mil empregos diretos. A perspectiva da ampliação desse mercado de trabalho, vem ao encontro de uma sociedade sedenta de empregos. E do ponto de vista do investimento, sai muito mais barato investir numa indústria de calçados do que no setor têxtil. Com 5 bilhões de cruzeiros monta-se uma empresa capaz de produzir 800 pares/dia. O custo benefício/emprego é muito menor.

O Presidente do Sindicato de Calçados, reconhece que a exportação de calçados exige toda uma estratégia diferente da até aqui desenvolvida. Não se pode fabricar o produto e sair oferecendo por aí. O modelo é uma imposição do importador. E isso naturalmente cria algumas dificuldades perfeitamente sanáveis.

Com relação à qualidade, afirmou que com a quase totalidade de suas empresas voltadas para a

fabricação de calçados femininos (apenas 3 se dedicam à linha masculina), o Ceará vem elaborando um produto bem mais acabado que atende perfeitamente aos padrões de qualidade dos exportadores mais exigentes.

A própria empresa Indústria de Calçados Capelo S/A, da qual o Presidente do Sindicato de Calçados é Superintendente é um exemplo da sofisticação alcançada pelo setor. É única na América Latina a produzir, em escala industrial sapatos para a correção de defeitos de pé e pernas. Uma especialização que já chamou a atenção de vários compradores latino americanos, que têm se abastecido justamente com o produto cearense. Países como Bélgica, Alemanha e Inglaterra, têm também feito consultas. O mais interessante é que toda a tecnologia é própria. A Indústria de Calçados Capelo é a única a fabricar tênis ortopédicos, já tendo dado entrada em sua patente de fabricação.

Para reforçar ainda mais o setor calçadista já é dada como certa a transferência de várias indústrias de componentes do Rio Grande do Sul para cá, tendo em vista os atrativos oferecidos pelo Ceará. Sem sombra de dúvida, isso possibilitará a existência de um padrão de qualidade ainda mais apurado.

REINVIDICAÇÕES

Um dos problemas maiores da indústria calçadista é a matéria-prima. O Superintendente da Indústria de Calçados Capelo é de opinião que o Governo devia proibir a saída de couro "in natura" para abastecer a indústria do Sul do País, e acres-

centou que o couro que eles deixam aqui, é de uma qualidade inferior. E aproveitou a oportunidade para fazer uma denúncia: existe um monopólio do couro "in natura" por apenas 4 pessoas. Ele acha que o Governo devia tomar uma posição, pois os curtiúmes locais têm todas as condições de produzir todo o couro necessário à indústria cearense.

Outra questão que assume uma gravidade muito grande é a que diz respeito à recuperação da malha rodoviária, destruído pelas últimas enchentes. Há dificuldade em escoar a produção e demora nos suprimentos, devido às péssimas condições das vias a fetadas.

Para finalizar o Presidente do Sindicato fez sugestões para que a Secretaria de Agricultura e Abastecimento, através de seus órgãos, desenvolva uma campanha junto aos criadores e abatedores para o manuseio mais cuidadoso do animal vivo. "Em primeiro lugar, deveria ser abatido o uso de cercas 'de arame farpado, pois maltrata o animal, prejudicando o couro".

As outras providências que ele sugeriu, vão desde a aplicação de novas técnicas na extração do couro, até o modo de ferrar o animal. Acha que a marca deve ser menor, e no rosto, ao invés da anca do animal, sua parte mais nobre.

Com essas sugestões, a indústria de calçados terá um couro de alta qualidade, pois tem-se já um clima ideal para proporcionar esse padrão.

10.8- BRAZEX EXPORTAÇÕES

Danielle Huber, começou seu trabalho como agente de exportação há 3 anos atrás, incentivada pelo seu marido, o qual é Gerente de Exportação da Indústria de Calçados Kemp. No início trabalhava em casa e com o crescimento dos negócios resolveu montar uma comercial exportadora. O seu trabalho consiste em contatar importadores que tenham interesse nos calçados cearenses e fechar negócios. Vale salientar que se trata de um trabalho muito difícil. Ele leva em média 6 meses para que o importador faça o 1º pedido, pois primeiro ela envia correspondência apresentando as indústrias de calçados que fabricam o calçado pelo qual o importador tem interesse, anexando catálogo e lista de preços. Depois é que as amostras são enviadas. O 1º pedido é apenas um teste. Se o cliente gostar e receber sua mercadoria segundo suas especificações, refaz naturalmente o pedido. Todavia, se algo der errado, estará tudo perdido. Ela acompanha todo o processo de fabricação do calçado, supervisionando se está de acordo com o modelo, cor, tamanho e exigências do importador. A embalagem é muito importante e deve ser dada uma atenção especial. Ressalte-se o fato de que a documentação necessária para a exportação fica sob a responsabilidade do exportador. Além dos importadores que visitam seu escritório de exportação, a BRAZEX possui 3 agentes de viagem, os quais são comissionados quando os negócios são concretizados. Geralmente eles viajam de 3 em 3 meses.

As oportunidades comerciais captadas pelos setores de promoção comercial das representações di

plomáticas do Brasil no exterior e divulgação pelo sistema de informação comercial do Departamento de Promoção Comercial do Ministério das Relações Exteriores, não é uma boa estratégia para se encontrar mercado, segundo a sua diretora. Pois ela tem observado que de 15 correspondências enviadas, só consegue fechar negócio com uma empresa.

Com relação aos países de destino, são os seguintes: na Europa-Holanda, na América Central - Panamá, Porto Rico, Martinica, e Guadalupe, e muito pouca para a África.

O calçado cearense tem boa aceitação na América Central, porque a forma se adequa à forma dos calçados de lá. Os consumidores são na maioria atacadistas, e pouco exigentes. Gostam de calçados abertos por causa do clima, bastante coloridos e joiais. As vendas para lojistas são em quantidades bem menores.

O que está faltando no empresário cearense é uma mentalidade empresarial voltada para o mercado externo. O processo de exportação é muito complexo e o exportador precisa estar sensibilizado para esse fato. Aliado a este fator, acrescenta-se a falta de indústrias maiores e bem estruturadas capazes de oferecer um produto de melhor qualidade, possibilitando dessa forma, a conquista de novos mercados de difíceis penetrações, como é o caso dos Estados Unidos.

"A qualidade é um fator essencial em termos de competitividade, tanto para a indústria de calçados como para qualquer outra indústria de bens de consumo. Naturalmente, acima de qualquer outro aspecto, a moda é o fator dominante e a força mo-

triz da indústria de calçados. Surgem, daí, frequentemente, muitas dificuldades, já que, muitas vezes, as coisas não acontecem na produção como estabelecem os modelistas ou estilistas, devido à sua pouca ou mínima noção da técnica. Por isso, para poder-se fabricar um produto sem problemas, a qualidade dos materiais empregados deve ser submetida a uma cuidadosa observação e controle. Custa muito dinheiro e causa muitos aborrecimentos quando surgem reclamações na produção, ou, pior ainda, quando são apresentadas pelos clientes. Quando se diz que a qualidade é o resultado de reclamações que foram evitadas, significa que uma qualidade incontestável só existe quando o número de reclamações durante a produção e de reclamações de consumidores e lojistas for o menor possível, por exemplo, menor que 1%. Então pode-se concluir que as especificações na fabricação do produto são realmente conhecidas e que as exigências que o importador estabelece para um determinado tipo de calçado representam uma medida certa da qualidade e das especificações para o fabricante". E os calçados cearenses ainda deixam muito a desejar em termos de qualidade.

11- CONCLUSÃO

Partindo de uma análise da atual situação do Setor Calçadista Cearense, este trabalho teve como finalidade sugerir algumas medidas que objetivassem viabilizar a participação deste segmento industrial no Comércio Exterior.

Conforme retratam as duas primeiras partes deste trabalho, a nossa economia sempre esteve voltada para o mercado externo, todavia para que o setor externo cresça, é necessário que o setor interno se desenvolva, e várias são as dificuldades enfrentadas pelas empresas para solucionarem seus problemas internos, a fim de que o externo se viabilize.

Muitas dessas dificuldades já foram anteriormente descritas, quando foram relacionadas as experiências das empresas cearenses na exportação. Portanto, pode-se concluir que poucas indústrias de calçados têm condições de participar de Feiras Internacionais, de visitar periodicamente as praças consumidoras, e de contatar sistematicamente seus clientes.

Assim, as indústrias de calçados não vendem seus produtos é que são comprados, na medida em que o importador impõe uma série de exigências, fazendo com que a empresa se auto-estruture para atender o seu pedido conforme suas especificações.

Quanto a problemática da falta de conhecimento do mercado externo, seria necessário a criação de um serviço de informação, sobre os mercados-alvos, clientes potenciais, consubstanciado com uma política de promoção de vendas que propicie aos empresários oportunidade de participarem dessas feiras e visitar, periodicamente os

clientes estrangeiros. O Governo poderia oferecer serviços de consultores estrangeiros, a fim de que os primeiros possam adaptar seus produtos às exigências do mercado consumidor.

No que diz respeito à oferta, os principais problemas das empresas, quanto a alcançar o mercado externo, são os seguintes:

- a) Escala de produção não compatível com a demanda;
- b) Falta de padronização do produto;
- c) Custo não competitivo no mercado Internacional;
- d) Inexistências de Tecnologia Mercadológica;

LIMITADA CAPACIDADE DE PRODUÇÃO E FALTA DE PADRONIZAÇÃO DO PRODUTO

Para solucionar estes problemas, a idéia seria a formação de associação de venda, com a ajuda dos órgãos governamentais, e a assistência de consultores estrangeiros. Poderia-se juntar vários produtores para atender a pedidos, que por seu volume (1), não pudessem ser satisfeitos por um só fabricante. Naturalmente este tipo de ação requer um trabalho persistente junto aos produtores, pois infelizmente aqui, no Nordeste, o associativismo, ainda é uma forma incipiente de comércio, porque os produtores são bastante individualistas.

(1) Ver experiência de Ind. de Calçados Tabôa).

FALTA DE PREÇOS COMPETITIVOS

No tocante a preço, o principal problema são os custos elevados de transportes. Neste aspecto, o maior entrave é o monopólio da VARIG, que controla o transporte para os principais mercados latino-americanos. O subsídio via preço real de transporte, seria fundamental para a expansão do Comércio Exterior por parte das indústrias.

Uma central de compras para materiais acessórios, que não estejam diretamente ligados ao "design" e ao acabamento do produto: (pois cada indústria apresenta suas peculiaridades), poderia ajudar em muito para o barateamento da mercadoria. (1)

TECNOLOGIA MERCADOLÓGICA

Seria necessário também, que houvesse um grande esforço no campo tecnológico, seja em termos de técnica de produção e controle de qualidade, seja em termos de estratégias mercadológicas. Isso poderia ser alcançado através da oferta de bons cursos profissionalizantes, oferecidos pelo Poder Público e entidades classistas.

Institucionalmente, os problemas se avolumam porque há um número bastante significativo de órgãos que, de uma maneira ou outra, tratam do Comércio Exterior no Brasil. Assim, há o CONCEX, a CPA, a CACEX, a FUNCEX, o PRONAEX, o PROMOEXPORT, o SECONE e o Instituto Visconde de Cabo Frio. Isto sem considerar o CEBRAE e os CEAG's que

(1) Ver experiência da La Belle, Kemp Inac e argumentos do Presidente do Sindicato.

mesmo indiretamente, tentam promover o comércio externo brasileiro.

O lastimável porém, é que a existência desses inúmeros órgãos também não é suficiente para que se estabeleça uma política coerente de promoção das exportações das empresas de uma maneira geral.

Desta forma, seria preciso a criação de um órgão único, com a junção de alguns já existentes e a extinção de outros, capaz de gerenciar toda a política de comércio exterior brasileira e de promover as exportações.

Este órgão, deveria ter representabilidade estadual a fim de que a estratégia a ser utilizada reflita, as particularidades de cada Estado. É de suma importância, que a classe empresarial tenha o poder de influenciar tal política.

Em relação às perspectivas de exportação cearense, existem 5 escritórios se implantando em Fortaleza. E realmente o Ceará começa a partir para exportar, marcando presença no Cenário Internacional.

O Ceará, com base nos negócios fechados neste final de ano e com embarque previsto para os três primeiros meses de 1986, fechará o ano de 1986 com US\$ 9.000.000, exportados.(1)

(1) Sindicato da Ind. de Calçados de Fortaleza.

12- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 01- PRADO, Caio Junior - História Econômica do Brasil - 2^a Edição, Ed. Brasiliense.
- 02- CORDEIRO, Epitácio Lins - Interessantes Aspectos da Indústria de Calçados - Fortaleza, 1976.
- 03- A Indústria de Calçados e Artefatos de Couros e Peles no Nordeste - Relatório Final, Resumo e Conclusões- SUDENE/BNB/IPEA - Fortaleza, 1980.
- 04- Revista "Informação Semanal CACEX" - Ano 19 - Rio de Janeiro - nº 894.
- 05- Jornal das Lojas, Indústrias de Calçados e Afins - nº 950 - Ed. Nacional.

O COMPORTAMENTO DO SETOR CALÇADISTA DO SUL

Conforme, se tem observado, no mercado internacional as vendas estão fracas desde o início desse ano e isso porque a demanda foi reduzida. A demanda externa por curtidos reage com muita moderação. A inibição do consumo de couros é consequência de vários fatores, quer sejam os fenômenos mercadológicas adversos no exterior, como pela reduzida oferta interna de matéria-primas e seus altos preços. Portanto, as perspectivas, segundo os empresários sulistas, são pouco animadoras no mercado internacional. Mesmo com a queda do dólar que reduziu sua diferença em relação às moedas européias, os curtidores não estão conseguindo viabilizar volumes maiores de negócios porque os preços do couro não são atrativos para os clientes estrangeiros. Entendemos curtidores sulistas que o preço da matéria-prima brasileira está fora da realidade do mercado internacional. E para solucionar esse entrave, os empresários defendem a modernização do parque fabril de curtidos brasileiros com a atualização tecnológica de sua estrutura mecânica "com unhas e dentes", empreendendo todos os esforços para preservar as exportações de couros acabados e recuperar os níveis de competitividade dos curtumes no mercado internacional.

Uma das reivindicações do setor calçadista do Sul, nos últimos tempos, tem sido insistentemente colocada à mesa das autoridades governamentais, qual seja a eliminação dos entraves à importação de máquinas. A questão do reequipamentos dos curtumes é uma preocupação generalizada do setor, especialmente porque as dificuldades que surgiram dos anos 70 até os dias atuais, em decorrência da falta de apoio financeiro e consequente descapitalização do setor, foram agravadas ainda mais por problemas conjun

turais do país, que fogem ao controle dos curtumes.

No entender dos empresários com o surgimento e proliferação dos produtos substitutos para a fabricação de calçados e manufaturados em geral, o couro, no mundo inteiro, passou a ser considerado um produto de categoria média para alta, despontando, portanto, como um artigo de moda de luxo. E em função disso, os países desenvolvidos, notadamente os lançadores mundiais de moda, passaram a dedicar uma atenção especial ao aprimoramento tecnológico dos segmentos ligados a industrialização do couro. A tese generalizada passou a ser a apresentação ao consumidor, de grande apelo visual e qualitativo, por um lado, e por outro, sanar produtividade e rentabilidade aos seus produtos. Assim, para apresentar novos tipos de couros, cada vez mais sofisticados e direcionados ao competitivo mercado de curtidos, países como a Itália, França, Alemanha, Inglaterra e Espanha despontaram na liderança mundial da moda do couro. Isso porque dispõem de um parque de máquinas para a industrialização de peles com o mais alto grau de sofisticação, qualidade e desempenho, fator primordial para garantir aos curtumes e consumidores (seus clientes) condições de produzir em couro tudo o que for necessário para atender a todos os níveis de demanda, mesmo dos mais exigentes mercados.

Os curtumes brasileiros, não só não acompanharam o desenvolvimento dos grandes centros lançadores, como registraram perdas tecnológicas em função da obsolescência de seu parque fabril, devido a falta de condições financeiras para substituir seus equipamentos por outros mais modernos. A consequência disso é que os couros nacionais estão perdendo seu espaço no mercado internacional.

A preocupação do setor é maior ainda, na medida em que os países como Índia, Coréia, Taiwan, Paquistão passaram a fazer concorrência com o menor preço. Além

disso, vários países africanos passaram a fazer pressões' no mercado mundial, ocupando assim espaços onde o Brasil se projetava com destaque. Isso porque, as empresas curtidoras desses países estão se equipando com maquinário sofisticado, enquanto que os curtumes brasileiros, pelo contingenciamento às importações continuam com seus equipamentos obsoletos.

Para muitos empresários sulistas, a situação da indústria curtidora brasileira, hoje, é consequência de uma política de comércio exterior distorcida, embutida num "falso protecionismo", que acabou provocando uma defasagem tecnológica nos curtumes de aproximadamente 20 anos, em relação aos líderes mundiais.

Aliado às dificuldades de preço e qualidade, que ainda persistem, os exportadores destes manufaturados geralmente encontram de parte de importadores potenciais, barreiras geradas pelo desconhecimento, falta de confiança, e um "ranço" de instabilidade política. Uma mudança da imagem no exterior seria de grande valia para novos projetos de exportação. Poderia-se fazer um bom trabalho de divulgação no Brasil como potência econômica e como parceiro confiável para negócios internacionais, serviria de grande impulso para os projetos de calçadistas brasileiros na Europa. O mercado europeu e o alemão em particular, ainda tem muito a ser explorado pelos brasileiros. Segundo alguns empresários é um mercado difícil de entrar. As dificuldades da distância devem ser vencidas na base da qualidade e do preço. Um ponto importante para dar impulso aos primeiros negócios, é a qualidade e pontualidade das entregas. As primeiras reservas devem ser tratadas com toda atenção, pois qualquer falha nestes itens, pode colocar tudo à perder. Será necessário também uma ajuda governamental no tocante ao frete, que é caríssimo.

Embora o Brasil já seja reconhecido como grande exportador de calçados, toda a experiência acumulada neste setor refere-se ao mercado americano, seu principal cliente e comprador de grandes volumes. Ao voltar os olhos para a Europa ou outros mercados ainda não devidamente explorados, o empresário brasileiro depara-se com o desconhecido com um potencial ainda não dimensionado e com todo o trabalho de campo ainda por fazer.

O que tem que ser mudado também é o sistema de transportes no Brasil, pois incluindo a taxa alfandegária e outros custos, é a mais elevada do mundo.

ANEXO II

REPRESENTANTES DO SUL EM FORTALEZA

Com a recessão do mercado brasileiro e as consequentes dificuldades que os calçadistas vem enfrentando na exportação, as grandes indústrias voltaram seus olhos para o mercado interno tentando, com novas modelagens e o desenvolvimento de cores e padronagens cada vez mais adequadas aos padrões de consumo do brasileiro, chamar para si a atenção do cliente nacional.

Paralelamente a esse interesse do fabricante, os representantes de calçados estão também preparando seus escritórios, instalando-se e aprimorando sua estrutura para melhor atender os clientes de suas regiões.

Lembrando que o representante é o elo de ligação entre as indústrias e os lojistas e pensando em melhor atender a seus clientes é que um grupo desses profissionais de venda instalaram seus escritórios aqui em Fortaleza, formando um show-room, onde transformaram o edifício onde foi instalado numa Feira Permanente de Calçados, Bolsas e Artefatos de Couro. Assim oferecem o melhor atendimento aos clientes do Ceará e dos Estados vizinhos.

Nos escritórios de representações, os clientes do Norte e Nordeste poderão encontrar as mais conhecidas marcas do mercado calçadista brasileiro.

PRINCIPAIS PAÍSES IMPORTADORES DE CALÇADOS

- Austrália;
- Bahamas;
- Bolívia;
- Estados Unidos;
- Hungria;
- Porto Rio;
- Alemanha Ocidental;
- Canadá;
- Irlanda;
- França;
- Reino Unido;
- República Sul Africana.

RESUMO DAS EXPORTAÇÕES CEARENSES DO PERÍODO DE JAN/DEZ-84
ATÉ AGO-85

JAN/DEZ - 84

EMPRESA BRASILEIRA DE CALÇADOS S/A

CALÇADOS DE COURO, DE USO

COMUM P/HOMEM E MENINO

| | <u>PESO EM Kg</u> | <u>U\$ FOB</u> |
|---------------------|-------------------|----------------|
| - Estados Unidos | 411 | 7.221 |
| - Hong Kong | 291 | 4.787 |
| - Martinica | 402 | 5.010 |
| - Países baixos | 4.085 | 39.692 |
| - Panamá | 7.255 | 71.227 |
| - Porto Rico | 1.154 | 13.962 |
| - Rep. Sul Africana | <u>2.819</u> | <u>50.663</u> |
| TOTAL | 16.417 | 192.562 |

INDÚSTRIA DE CALÇADOS CAPELO S/A

QUALQUER OUTRO APARELHO DE ORTOPEdia

| | | |
|-------------|-----|--------|
| - Colômbia | - | - |
| - Panamá | 614 | 19.936 |
| - Venezuela | - | - |
| TOTAL | 614 | 19.936 |

EMANUEL IND. DE BOLSAS LTDA

CALÇADOS DE COURO, DE USO COMUM, PARA HOMEM E MENINO

| | | |
|----------|-----|-------|
| - França | 291 | 4.871 |
|----------|-----|-------|

* As empresas aqui relacionadas são as principais.

Fonte: CACEX - BB.

CALÇADOS DE COURO, USO COMUM, PARA HOMEM E MENINO

| | | |
|--------------|-------|--------|
| - Porto Rico | 2.686 | 43.322 |
|--------------|-------|--------|

SANDÁLIAS, CHINELOS E SEMELHANTES DE COURO

| | | |
|--------------|--------------|---------------|
| - Porto Rico | <u>6.340</u> | <u>92.929</u> |
| TOTAL | 9.317 | 141.122 |

KEMP INDÚSTRIA DE CALÇADOS VULCANIZADOS DO NORDESTE S/A

CALÇADOS DE COURO, USO COMUM, PARA HOMEM E MENINO

| | | |
|------------------------|--------------|---------------|
| - Alemanha Ocidental | - | - |
| - Barbados | 2.582 | 21.929 |
| - Canadá | 48 | 476 |
| - Dinamarca | 920 | 6.474 |
| - Estados Unidos | - | - |
| - Gabão | - | - |
| - Guiana Francesa | - | - |
| - Hong Kong | 1.610 | 12.945 |
| - Hungria | 2.665 | 28.000 |
| - Martinica | 136 | 1.013 |
| - Nova Zelândia | 1.349 | 16.693 |
| - Países Baixos | 12.232 | 99.419 |
| - Porto Rico | 2.100 | 15.370 |
| - Rep. Centro Africana | <u>7.069</u> | <u>49.566</u> |
| TOTAL | 30.711 | 251.885 |

SILVEIRA E SOUSA LTDA

SANDÁLIAS, CHINELOS E SEMELHANTES DE COURO

| | | |
|-------------|--------------|---------------|
| - França | 362 | 5.242 |
| - Martinica | 730 | 13.598 |
| - Panamá | <u>1.834</u> | <u>33.091</u> |
| TOTAL | 2.926 | 51.931 |

CALÇADOS DICOURO LTDA

CALÇADOS DE COURO, USO COMUM, PARA MULHERES E MENINOS

| | | |
|----------|-----|-------|
| - Panamá | 199 | 2.877 |
|----------|-----|-------|

SANDÁLIAS, CHINELOS E SEMELHANTES DE COURO

| | | |
|---------------------|------------|--------------|
| - França | 278 | 4.038 |
| - Martinica | - | - |
| - Panamá | - | - |
| - Porto Rico | - | - |
| - Rep. Sul Africana | <u>222</u> | <u>3.628</u> |
| TOTAL | 699 | 10.543 |

CALÇADOS NORDESTINO COM. E IND. LTDA

CALÇADOS DE COURO, USO COMUM, PARA HOMEM E MENINO

| | | |
|----------|-------|--------|
| - Panamá | 1.245 | 11.832 |
|----------|-------|--------|

CALÇADOS DE COURO, USO COMUM, PARA MULHERES E MENINO

| | | |
|--------------|-----|-----|
| - Porto Rico | 218 | 900 |
|--------------|-----|-----|

SANDÁLIAS, CHINELOS E SEMELHANTES DE COURO

| | | |
|-------------|------------|--------------|
| - França | 250 | 2.742 |
| - Martinica | 213 | 2.702 |
| - Panamá | <u>360</u> | <u>1.063</u> |
| TOTAL | 2.286 | 19.239 |

JAN/AGO - 85EMPRESA BRASILEIRA DE CALÇADOS S/A

CALÇADOS DE COURO, USO COMUM, PARA HOMEM E MENINO

| | <u>PESO EM Kg</u> | <u>U\$ FOB</u> |
|---------------------|-------------------|----------------|
| - Estados Unidos | 285 | 2.559 |
| - Hong Kong | - | - |
| - Martinica | - | - |
| - Países Baixos | 967 | 14.169 |
| - Panamá | 6.182 | 72.010 |
| - Porto Rico | 950 | 11.932 |
| - Rep. Sul Africana | - | - |
| TOTAL DO ÍTEM | <u>8.384</u> | <u>100.670</u> |

SANDÁLIAS, CHINELOS E SEMELHANTES DE COURO

| | | |
|------------------|--------------|---------------|
| - Estados Unidos | 334 | 1.075 |
| - França | - | - |
| - Hong Kong | - | - |
| - Panamá | 1.512 | 13.912 |
| - Porto Rico | - | - |
| TOTAL DO ÍTEM | <u>1.846</u> | <u>14.987</u> |
| TOTAL DA FIRMA | 10.230 | 115.657 |

INDÚSTRIA DE CALÇADOS CAPELO S/A

QUALQUER OUTRO APARELHO DE ORTOPEDIA

| | | |
|----------|-----|--------|
| - Panamá | 361 | 12.664 |
|----------|-----|--------|

KEMP. IND. DE CALÇADOS VULCANIZADOS DO NORDESTE S/A

CALÇADOS DE COURO, USO COMUM, PARA HOMEM E MENINO

| | | |
|------------------------|--------------|---------------|
| - Barbados | - | - |
| - Canadá | - | - |
| - Dinamarca | - | - |
| - Hong Kong | 570 | 4.793 |
| - Hungria | 10.000 | 70.830 |
| - Martinica | - | - |
| - Nova Zelândia | - | - |
| - Países Baixos | 556 | 5.913 |
| - Porto Rico | 5.303 | 36.050 |
| - Rep. Centro Africana | <u>3.601</u> | <u>25.189</u> |
| TOTAL | 20.030 | 142.777 |

CALÇADOS NORDESTINO COM. E IND. LTDA

CALÇADOS DE COURO, USO COMUM, PARA HOMEM E MENINO

| | | |
|----------|---|---|
| - Panamá | - | - |
|----------|---|---|

CALÇADOS DICOURO LTDA

SANDÁLIAS, CHINELOS E SEMELHANTES DE COURO

| | | |
|---------------------|------------|--------------|
| - França | - | - |
| - Rep. Sul Africana | <u>268</u> | <u>4.714</u> |
| TOTAL | 268 | 4.714 |

EMANUEL IND. DE BOLSAS

CALÇADOS DE COURO, USO COMUM, PARA HOMEM E MENINO

- França - -

CALÇADOS DE COURO, USO COMUM, PARA MULHERES E MENINO

- Porto Rico 1.473 25.128

SANDÁLIAS, CHINELOS E SEMELHANTES DE COURO

- Porto Rico 490 7.458

TOTAL 1.963 32.586

SILVEIRA E SOUSA LTDA

SANDÁLIAS, CHINELOS E SEMELHANTES DE COURO

- França - -

- Martinica - -

- Panamá - -

TOTAL - -