

O calçado brasileiro na ofensiva

O diretor da Abicalçados em entrevista sobre a indústria brasileira de calçados na GDS, a maior feira de calçado do mundo, e no mercado internacional

INTERVIEW

Tópicos: O senhor pode descrever a evolução da indústria brasileira de calçados?

Heitor Klein: Até os anos 60 a indústria brasileira de calçados era restrita ao atendimento da demanda brasileira. Nos anos 70 iniciou-se as exportações de calçados no Brasil e as exportações cresceram de zero para \$1 bilhão ao ano. Até o final dos anos 80, a indústria teve uma concentração muito forte e dependente do mercado dos Estados Unidos. Só de 1980 para cá começou haver uma diversificação. A adoção do Plano Real em 1994 prejudicou fortemente a indústria, e foi só em 1999 que a desvalorização do real devolveu novamente à indústria o acréscimo de competitividade que necessitava para exportar. E desde então houve uma estabilização das exportações brasileiras num patamar de \$1,5 bilhão anuais.

Tópicos: Qual é a posição do Brasil nas negociações com a Área de Livre Comércio das Américas (ALCA) e a União Europeia (UE)?

Heitor Klein: O Brasil é o sexto maior exportador do mundo e tem uma posição privilegiada na ALCA, em particular, e um pouco menos privilegiada na UE. Nos 34 países que formam o que poderá ser a ALCA, o Brasil é de longe o maior e o melhor produtor no sentido de competitividade com 650 milhões de pares produzidos por ano. O segundo maior produtor é o México com 200 milhões de pares. A ALCA como um todo produz um total de 1,2 bilhões de pares por ano e o consumo interno é de 3,3 bilhões de pares. Existe uma importação de 2,1 bilhões de pares principalmente vindo dos países da Ásia. Admitindo-se a ALCA como área de livre comércio, são 2,1 bilhões de pares que se comercializaria de forma preferencial e, teoricamente, sem imposto. Se ocorresse um acordo entre o Mercosul e a UE, nós entraríamos com alguma preferência no produto contra a Ásia, com quem competimos. Com isto conseguiríamos complementar aquele segmento de

calçados, que não é atendido pelos produtores europeus. Nunca na história da indústria calçadista se abre um conjunto de condições tão favorável como é este da ALCA e do acordo entre o Mercosul e a UE para a indústria brasileira.

Tópicos: Quais são os desafios da indústria brasileira de calçados hoje em dia?

Heitor Klein: A tecnologia desenvolvida



Heitor Klein

ist Geschäftsführer des brasilianischen Schuhverbandes Abicalçados. Mit der Initiative „Brazilian Footwear“ soll die Popularität und damit der Absatz brasilianischer Schuhe im Ausland gefördert werden. Auf der GDS, der weltgrößten Schuhmesse, die vom 18. bis 21. September in Düsseldorf stattfand, präsentierten sich 22 brasilianische Unternehmen unter der Federführung der Abicalçados. Foto: Merklinger

no Brasil para a produção de calçados é para calçado de uso comum. Ainda importamos os equipamentos de alta tecnologia, principalmente, para a produção de calçados esportivos e de tênis. Com relação ao desenvolvimento do produto, o Brasil tem ainda alguma deficiência. Não

são todas as fábricas que têm, por exemplo, estações de Computer Aided Design (CAD) e Computer Aided Manufacturing (CAM) para o desenvolvimento de produto em computação.

O Brasil tem uma posição destacada no mercado internacional e tem todas as condições para rapidamente atingir um crescimento muito grande na indústria. Existe toda a tecnologia necessária no país, existe o suprimento interno das matérias primas necessárias, a mão-de-obra está preparada, existem escolas de treinamento e capacitação tanto da mão-de-obra quanto dos supervisores e mestres de linha e existe uma boa capacidade instalada na indústria local. O que nos falta é imagem, o reconhecimento dos compradores internacionais a respeito da oportunidade do calçado brasileiro. E esta deficiência de reconhecimento é culpa nossa, pois hoje é muito comum na Alemanha um consumidor comprar um sapato e usar sem imaginar que é feito no Brasil, porque não existem marcas brasileiras reconhecidas no mercado internacional.

Tópicos: O que pode ser feito para enfrentar estas deficiências?

Heitor Klein: Acreditamos que as ações que nós estamos desenvolvendo agora no programa de “Brazilian Footwear” – que aqui na Alemanha tem seu ponto máximo na próxima edição da GDS – podem trazer a resposta para o preenchimento desta lacuna e possamos ter um canal de comercialização direto sob a coordenação da indústria brasileira se apresentando diretamente ao mercado comprador, e, com isto, construindo marcas brasileiras reconhecidas no mercado internacional com uma visão brasileira da moda internacional. Isto demanda um esforço da parte dos empresários, um investimento conjunto da indústria e do governo, e, principalmente, muito tempo e persistência. ■

Das Interview führte Christian Zilly

ANZEIGE



Seit über 40 Jahren
engagieren wir uns für Menschen in Lateinamerika.
Helfen Sie mit!

Lateinamerika-Zentrum e.V.
Kaiserstraße 201 · 53113 Bonn · Telefon 0228-21 07 88
www.lateinamerikazentrum.de

Spendenkonto:
Deutsche Bank Bonn
BLZ 380 700 59 · Konto-Nr. 0388025