

DESENVOLVIMENTO LOCAL E ATIVIDADE EXORTADORA: A INDÚSTRIA DE CALÇADOS DE FRANCA E O DILEMA EXPORTAÇÃO X SALÁRIOS

ÀREA TEMÁTICA: GESTÃO DE COMÉRCIO EXTERIOR

AUTORES

HÉLIO BRAGA FILHO

UNI-FACEF

pesquisa@facef.br

FERNANDINA FERNANDES DE LIMA

UNI-FACEF

fernandinafernandes@zipmail.com.br

ALINE CORREIA DE SOUSA

UNI-FACEF

alinecsousa@yahoo.com.br

BRUNO MORETTI ZONETTI

UNI-FACEF

brunozonetti@netsite.com.br

RESUMO

Este artigo procura refletir sobre o envolvimento de empresas calçadistas da cidade de Franca, no Estado de São Paulo, com o comércio internacional. Diante do processo de globalização da economia, o comércio entre as nações cresceu a taxas superiores ao do crescimento do produto nas economias, assumindo desta maneira importante papel no desenvolvimento econômico das nações. Inicialmente, realizou-se uma revisão bibliográfica, destacando os principais autores da área. Posteriormente, verificou-se o problema relacionado às exportações brasileiras, apontando os principais indicadores pertinentes a esse assunto. Em seguida, realizou-se uma pesquisa a fim de verificar o desenvolvimento das atividades das indústrias calçadistas vinculadas ao comércio internacional. A pesquisa foi aplicada a empresas do setor de calçados de grande e médio porte. Como resultado verificou-se que todas as empresas pesquisadas possuem relações internacionais, no entanto, as exportações apenas serão totalmente viáveis para a cidade de Franca se os empresários do setor calçadista se unirem e criarem uma marca forte para o calçado francano e, ao mesmo tempo, expandindo a renda interna para propiciar o desenvolvimento econômico local.

ABSTRACT

This article looks for to reflect on the involvement of **shoe manufactory** companies of the city of Franca, in the State of São Paulo, with the international trade. Ahead of the process of globalization of the economy, the commerce between the nations in this way grew the superior taxes to the one of the growth of the product in the economies, assuming important paper in the economic development of the nations. Initially, a bibliographical revision was become , detaching the main authors of the area. Later, the problem related to the Brazilian exportations was verified, pointing the main pertinent pointers to this subject. After that, a research was become in order to verify the development of the activities of the calçadistas industries tied with the international trade. The research was applied the companies of the sector of footwear of great average e transport. As result was verified that all the searched companies possess international relations, however, the exportations will only be total viable for the Franca city of if the entrepreneurs of the **shoe manufactory** sector if to join and to create a strong mark for **francano** footwear e, at the same time, expanding the internal income to propitiate the local economic development.

PALAVRAS-CHAVES: Calçados, exportação, competitividade.

KEYWORDS: Footwear, exportation, competitiveness.

1 INTRODUÇÃO

É inquestionável o papel do comércio internacional de bens e serviços para o desenvolvimento das economias, uma vez que, o seu crescimento nas três últimas décadas registrou cifras superiores às taxas de crescimento do PIB (Produto Interno Bruto) em escala mundial (salvo exceções), confirmando por sua vez o seu próprio dinamismo.

"Este dinamismo reflete acima de tudo a capacidade das empresas inovarem tanto em processos como em produtos, em novas tecnologias, no aprimoramento da qualidade, na política de comércio exterior, na redução de custos e no aumento da produtividade entre tantos outros determinantes da competitividade e da estratégia empresarial.¹

Do mesmo modo, o comércio internacional reveste-se de grande importância principalmente para as economias subdesenvolvidas do Terceiro Mundo, assim como para as economias denominadas "emergentes".

É correto afirmar também que o crescimento do produto da economia (PIB) examinado sob a ótica da despesa dependa da expansão do consumo das famílias, do investimento privado, dos gastos do governo, e do setor externo enquanto resultado das exportações menos as importações, ou seja, a contribuição do setor externo para o desenvolvimento da economia dependerá do esforço do conjunto das atividades econômicas direcionadas para o comércio exterior, sobretudo no sentido de aumentarem as exportações em quantidade como principalmente em valor de tal sorte a produzir saldo comercial (exportações menos importações) suscetível de ampliar as reservas internacionais da economia reduzindo inclusive sua vulnerabilidade, o que por sua vez, dependerá entre outros fatores, da capacidade das empresas de ampliarem seu "*market share*".

Este objetivo, por conseguinte, para se consolidar dependerá das estratégias adotadas pelas empresas, da política de comércio exterior do governo, de tal sorte que a atividade exportadora possibilite: expansão da renda do trabalhador de maneira que seu padrão de vida experimente mudanças tanto quantitativas como qualitativas, do mesmo modo que o agente produtor/exportador possa ser devidamente remunerado via lucro, o que contribuiria decisivamente para garantir a sua permanência no mercado ao mesmo tempo em que serviria de estímulo à atividade exportadora de maneira que sua continuidade se desenvolvesse no quadro de referência da competitividade.

“As transformações econômicas dos anos 80 e 90 ampliaram, em todos os fóruns especializados, a noção de competitividade das nações. Uma definição particularmente influente foi proposta em 1985, pela Comissão da Presidência dos EUA sobre Competitividade Industrial: Competitividade para uma nação é o grau pelo qual ela pode, sob condições livres e justas de mercado, produzir bens e serviços que se submetam satisfatoriamente ao teste dos mercados internacionais

¹ BRAGA, Hélio. Desenvolvimento econômico e social no processo de globalização. In: Agenda 21 Sustentável: Subsídios Técnicos para a Construção da Agenda 21 no Município de Franca e Região. José Walter Canoas [et. all] – Franca: UNESP/FHDSS, 2001, p.63.

enquanto, simultaneamente, mantenha e expanda a renda real de seus cidadãos. Competitividade é a base para o nível de vida de uma nação”.²

De certo modo, seria ingênuo da nossa parte acreditar piamente na possibilidade das economias submeterem-se à concorrência no mercado internacional sob condições de liberdade e justiça, de maneira que ao mesmo tempo em que se submetem à avaliação dos mercados sob regime de intensa concorrência, possam simultânea e efetivamente consolidar o objetivo de manterem e expandirem a renda de seus cidadãos, bastando para isto examinarmos alguns fatos concretos.

Diante destes argumentos acreditamos que de alguma forma, a questão do desenvolvimento, associado ao comércio internacional (relações de troca) seja o resultado de algumas possibilidades decorrentes da exploração do capitalismo cêntrico exercida sobre as deprimidas economias do Terceiro Mundo, em razão da sua inserção passiva no mercado mundial, da ausência de estratégias mais arrojadas de penetração nos mercados, da dificuldade de equacionamento da concorrência pelas vias do rebaixamento dos custos da produção combinada com a melhoria do padrão de vida na perspectiva de elevação da renda dos cidadãos.

A partir desta perspectiva, esse artigo abordará as teorias do comércio internacional, discorrendo sobre as alternativas de atuação no mercado internacional e analisando o caso de algumas indústrias de calçados de Franca.

Para tanto, foi realizada uma revisão bibliográfica entre os principais autores do tema, seguida de uma pesquisa de campo, de caráter qualitativo. O universo da pesquisa é composto por empresas de grande e médio porte, produtoras de calçados situadas na cidade de Franca. Como classificação quanto ao tamanho das empresas, utilizou-se o critério proposto pelo SEBRAE, ou seja, o número de funcionários. Assim, a empresa de grande porte é aquela que possui acima de 500 funcionários e a de médio porte de 100 a 499 funcionários.

O interesse de pesquisar as médias e grandes empresas deve-se ao fato, de que, segundo o Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio (2004), no Brasil, essas empresas foram responsáveis por mais de 90% das exportações. A pesquisa é composta por 3 empresas, sendo válido ressaltar que esta amostra não é inadequada para o objetivo da pesquisa: fazer um estudo qualitativo sem ter a necessidade de generalizar os resultados encontrados.

2 AS TEORIAS SOBRE O COMÉRCIO INTERNACIONAL

O entendimento do processo de internacionalização das empresas, pode ser feito através da análise das várias linhas de pensamento que procuram explicar o comportamento da firma ao tentar atuar no mercado externo.

Dentro de um enfoque macro, as teorias do comércio internacional, originárias da Economia, tanto a teoria clássica, como a teoria da proporcionalidade dos fatores, procuram entender e explicar as transações comerciais entre países. As novas teorias do comércio internacional apresentam avanços instrumentais e conceituais, ao reconhecer e considerar em suas formulações, as imperfeições do mercado, que afetam as condições de concorrência (Barretto, 1998).

Embora essa abordagem macro seja importante na definição das ações governamentais, ela não lida com o fato de que não são os países, mas as empresas, que

² COUTINHO, Luciano G. ; FERRAZ, João Carlos. (coords.) Estudo da competitividade da indústria.

efetuem transações entre si, no comércio internacional. Deste modo, vamos analisar, neste trabalho, apenas as teorias oriundas da Administração, e que apresentam uma visão micro do processo de internacionalização, com foco no comportamento da empresa e/ou de seus dirigentes.

2.1 AS TEORIAS SOBRE O PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO DA EMPRESA

Boa parte dos modelos que tratam da estratégia de entrada no mercado externo, defendem a idéia de que a internacionalização da empresa ocorra por meio de uma série de etapas, cujo número e natureza diferem de acordo com o autor.

Esse enfoque da internacionalização como um processo seqüencial abrange diversos modelos que, embora apresentem concepções diferentes, partem de uma premissa básica comum: as empresas, no desenvolvimento de suas atividades internacionais, evoluem de forma seqüencial e consistente, através de uma aprendizagem organizacional contínua.

2.1.1 O Modelo de Johanson e Vahlne (1977-1990)

De acordo com Melin (1992), dentre todos os modelos que compartilham o caráter seqüencial da internacionalização, o mais citado, discutido e com maior influência no campo dos negócios é o desenvolvido pela Escola Escandinava. O modelo tem suas raízes em dois trabalhos publicados na segunda metade da década de 1970, desenvolvidos por pesquisadores da Universidade de Uppsala, que deram origem ao que se convencionou denominar de “modelo de Uppsala” (U-Model), base de quase todos os estudos posteriores da escola nórdica.

O trabalho pioneiro, de autoria de Johanson e Wiedersheim-Paul (1975), analisou o processo de internacionalização de quatro empresas industriais suecas com grande atividade no mercado externo - Sandvik, Atlas-Copto, Facit e Volvo - constatando a existência de características comuns entre elas e um padrão linear no desenvolvimento das suas operações internacionais. A pesquisa permitiu identificar como se desenvolveu o processo de ingresso daquelas empresas em um país estrangeiro concreto e explicar as pautas seguidas em sucessivas entradas em outros mercados.

A teoria das “fases de desenvolvimento” estabelece que a empresa passa por quatro diferentes estágios no processo de penetração em um mercado estrangeiro, constituindo o que os autores denominam de “cadeia de estabelecimento” (Johanson e Wiedersheim-Paul, 1975):

- Estágio 1 – Exportações esporádicas não regulares;
- Estágio 2 - Exportações por intermédio de representantes independentes;
- Estágio 3 – Implantação de filial comercial no país estrangeiro; e
- Estágio 4 - Implantação de unidade produtiva no país estrangeiro.

O segundo corolário deste modelo está relacionado com a progressão geográfica das atividades internacionais, associadas ao conceito de distância psicológica, definida como o conjunto de fatores que impedem ou dificultam os fluxos de informação entre a empresa e o mercado alvo (diferenças lingüísticas, culturais, políticas, educacionais ou de desenvolvimento industrial). Esta variável adquire especial importância na decisão sobre qual mercado estrangeiro penetrar nas primeiras fases do processo de internacionalização.

Johanson e Vahlne (1990), admitem a possibilidade de ocorrerem exceções ao processo linear e seqüencial de ingresso no mercado externo. Segundo os autores, existem casos em que as empresas possuindo recursos suficientes podem dar saltos maiores, adquirindo, por exemplo, empresas instaladas no mercado alvo. Também, quando as condições dos mercados são estáveis e homogêneas, o conhecimento relevante pode ser

obtido de outras formas que não a experiência, como, por exemplo, através da contratação de recursos humanos especializados. Por último, pode ocorrer que as empresas por possuírem uma larga experiência em mercados com condições semelhantes, podem generalizá-la para um mercado específico.

2.1.2 O Modelo de Inovação

Paralelamente ao modelo desenvolvido pela Escola Escandinava, e seguindo também o enfoque seqüencial, surge outra corrente de autores – Bilkey e Tesar (1977), Cavusgil (1980), Reid (1981) e Czinkota (1985) – cujos trabalhos dão origem ao chamado “Modelo I”, por enfocarem o processo de internacionalização da empresa sob a perspectiva de uma inovação (Andersen, 1993). Este está integrado por um conjunto de modelos que tem em comum, por um lado, a defesa do caráter seqüencial do referido processo e, por outro, a utilização de distintos níveis de comprometimento com a atividade exportadora, por parte da empresa, como variável definidora das distintas etapas de expansão internacional da mesma. Em seu desenvolvimento teórico Bilkey e Tesar (1977) limitaram-se a explicar o comportamento exportador da firma.

O modelo de Cavusgil (1980) apresenta semelhanças com o de Johanson e Vahlne (1977), sendo concebido como um processo de internacionalização gradual e incremental, no qual cada estágio representaria um comprometimento de recursos sucessivamente maior, como decorrência das incertezas, dos custos de informação e da falta de conhecimento das atividades de marketing no exterior.

Como diferença, procura analisar o início da atividade exportadora sob a perspectiva de uma inovação, sugerindo o entendimento de que este "processo pelo qual uma empresa decidiria ingressar na atividade exportadora deveria ser visto de forma semelhante à adoção de outros tipos de inovação" (Barretto, 1998).

Reid (1981) elaborou o seu modelo a partir do papel do tomador de decisão na entrada e expansão das firmas no mercado internacional, com foco especial nas empresas de pequeno porte. Nestas empresas, a interação das características pessoais daquele indivíduo, com as da firma, determinaria o comportamento exportador da empresa, sugerindo, ainda, que esta atuação poderia ser mais bem compreendida e analisada sob a perspectiva de adoção de um tipo de inovação. A novidade apresentada neste modelo, em relação aos anteriores, é a análise das características pessoais dos executivos e a sua interação com as características da firma, mostrando que o compromisso com o mercado externo seria decorrência da experiência internacional, da motivação e das expectativas do executivo maior da empresa.

3 PROBLEMAS DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS

A economia brasileira vem experimentando nos últimos quatro anos resultado crescente e positivo no setor externo, obtido por meio de saldo comercial (exportações menos importações) superavitário, o que tem ainda mais motivado o governo a priorizar este setor, notadamente a imperiosa necessidade de se adotar uma postura mais pró-ativa em termos de política de comércio exterior integrada à agenda da política econômica no âmbito da promoção do desenvolvimento econômico.

Contudo, apesar do esforço do setor exportador, a economia do país sofre de algumas deficiências crônicas em relação à sua inserção e participação na corrente do comércio mundial.

Tabela 1 – Balança comercial de Atividades Industriais Seleccionadas – 2001 a 2003

ATIVIDADES INDUSTRIAIS	2001	2002	2003
Setores Estruturalmente DEFICITARIOS (US\$ milhões)	-17.673	-12.960	-11.212
Mecânica	-5.437	-3.920	-2.159
Material Elétrico e de Comunicações	-6.433	-3.947	-3.615
Química	-4.524	-3.819	-4.206
Setores Estruturalmente SUPERAVITÁRIOS (US\$ milhões)	16.748	19.130	23.566
Produtos Alimentares	5.828	6.030	6.852
Material de Transporte	3.313	3.896	4.885
Vestuário e Calçados	1.970	1.830	2.064

Fonte: Elaborada pelo IPES a partir dos dados do IEDI (instituto de estudos para o desenvolvimento industrial).

Curiosamente, o resultado produzido pelos setores estruturalmente deficitários é compensado por certos segmentos da indústria tradicionais (produtos alimentares, vestuário e calçados) constituintes dos setores estruturalmente superavitários.

Todavia, do lado dos setores estruturalmente superavitários, como é o caso do segmento de fabricação de calçados, sua contribuição para o saldo comercial é deveras considerável, no entanto, trata-se de um setor que de acordo com estudo do IEDI intitulado "Radiografia das Exportações Brasileiras" apresentou as seguintes configurações:³

- dada a reduzida participação relativa das exportações de calçados brasileiros (2001), no total das exportações mundiais (4,74%), classificou-se este setor como "setor em decadência classificado pelas exportações";
- por contribuir positivamente na geração e saldo comercial (SC>O) este setor foi classificado como (V) setores com vantagem comparativa;
- trata-se de uma indústria intensiva em trabalho; e
- em razão do pífio crescimento das exportações de calçados, frente às taxas mais elevadas experimentadas por outros setores, este ramo da atividade econômica recebeu a classificação pelo dinamismo no comércio mundial de demanda em declínio.

De acordo com o mencionado estudo, entre outros, podemos destacar que segundo o IEDI, o Brasil exporta pouco, e precisa desenvolver ainda mais uma pauta exportadora diversificada, ou seja, ao contrário da especialização, o país precisa é da diversificação.

Cumpra ainda salientar que é mais imperiosa a necessidade de uma política industrial e de comércio exterior, e, que de maneira resumida podemos conciliar alguns itens contemplados pela PITCE (Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior).

- Modernização do setor industrial, buscando aumentar a eficiência produtiva;
- Geração e absorção de tecnologias, com destaque para as tecnologias portadoras de futuro;
- Ampliação do comércio exterior, alcançando também a exportação de mercadorias com maior valor agregado.

Acreditamos a priori, que o setor de fabricação de calçados deva no mínimo no bojo da política industrial, tecnológica e de comércio exterior priorizar a modernização industrial e a ampliação do comércio exterior a partir da exportação de mercadorias com maior valor agregado.

3.1 INDICADORES DA ECONOMIA BRASILEIRA

³ IEDI – Radiografia das Exportações Brasileiras, abril 2003.

Com o intuito de corroborar os argumentos até então explicados, apoiamo-nos em indicadores selecionados e recentes da economia brasileira: as exportações brasileiras segundo categorias de produtos (volume, valor e preço médio em US\$) nos anos de 2000 e 2003, e, o salário médio mensal (em R\$) nos anos de 1994, 1995 e 1996 de subsetores da atividade econômica pertencentes ao ramo da indústria de transformação, onde procuramos destacar o subsetor da indústria de calçados comparativamente a outros ramos da indústria brasileira.

Tabela 2 – Exportações brasileiras, segundo categorias de produtos, volumes (toneladas), valor (US\$ 1.000,00) e preço médio (US\$) – 2002 e 2003

PRODUTOS (CATEGORIAS)	VOLUMES (TONELADAS)		VALOR (US\$ 1.000,00)		PREÇO MEDIO (US\$)	
	2000	2003	2000	2003	2000	2003
Básicos	192.177.69	242.187.23	12.561.83	21.200.33	65,37	87,54
Semimanufaturados	22.340.05	31.857.27	8.498.83	10.943.90	380,43	343,53
Manufaturados	25.316.21	41.954.14	30.911.11	38.009.46	1.221,00	905,98
Calçados, partes, comp.	113.20	116.78	1.617.07	1.622.17	14,28	13,89
TOTAL	239.947.15	316.115.41	53.588.84	71.175.85	223,34	221,06

Fonte: Elaborada pelo IPES a partir dos dados do MICT (Ministério da Indústria, Ciência e Tecnologia), 2005.

Com base nos dados da Tabela 2, verificamos de forma bem transparente que se não fosse o acréscimo percentual da ordem de 33,91% do preço médio dos produtos básicos (no ano de 2003 com relação ao ano de 2000), o preço médio total das exportações brasileiras teria descrito uma trajetória diferente, ou seja, a economia teria exportado um volume maior de mercadorias, porém, o valor destas exportações teria sido inferior, basta verificar no grupo de manufaturados que um aumento do volume exportado da ordem de 65,72% (2003/2000), experimentou um decréscimo do preço médio (US\$) exportado de 25,80%, do mesmo modo que, um acréscimo de 3,16% das quantidades exportadas de calçados, partes e componentes, foi acompanhado de uma redução do preço médio de 2,73%.

Tabela 3 - Brasil, salário médio nominal mensal segundo subsetores da indústria de transformação (R\$) - 1994, 1995 e 1996

Subsetores de Atividade Econômica	Salário Médio Mensal (R\$)		
Indústria da Borracha	282,86	488,02	646,40
Artigos de Plástico	238,92	415,35	512,44
Farmácia e Perfumaria	357,46	659,87	801,62
Fabricação de Calçados	101,69	170,34	197,72
Indústria Têxtil	157,99	275,65	332,40
Abate de Animais	159,09	263,77	297,85

Fonte: Elaborada pelo IPES a partir dos dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), 2005.

Dentre os subsetores da atividade econômica, entre outros, selecionamos (com exceção da indústria farmacêutica e perfumaria), os ramos da indústria de transformação mais próximos ao da indústria de calçados, ainda assim, pudemos constatar que nos anos considerados, a fabricação de calçados configurou-se como o subsetor de mais baixa remuneração média nominal mensal, sendo 15 vezes menor que o ramo de abate de animais, e, 4,0 vezes inferior ao subsetor farmacêutico e de perfumaria. Para o ramo de fabricação de calçados, até aqui examinado na perspectiva da indústria nacional, verificamos que apesar do reduzido aumento do volume exportado no ano de 2003, vis-à-vis ao ano de 2000, o preço médio exportado sofreu ligeiro recuo, e que os salários pagos neste ramo da atividade econômica, são os mais baixos, comparativamente aos subsetores da indústria de transformação selecionados.

4 INDICADORES DA INDÚSTRIA DE CALÇADOS DE FRANCA

Considerando nesse trabalho o “trade-off” entre a amplitude do tema, e a escassez de espaço, procurando respeitar o segundo aspecto, destacaremos apenas alguns aspectos da indústria calçadista francana, empregando para tanto um grupo seletivo de indicadores relacionados ao tema das exportações.

No entanto, a priori, lançamos mão de determinadas evidências que procuraremos corroborar a respeito da referida indústria, quais sejam:

- a partir de 1990, o índice de quantum descreve nítida trajetória descendente;
- o índice de preços a partir de 1990 diminui, porém moderadamente em comparação com o índice de quantum;
- o salário médio dos trabalhadores formais empregados por esta indústria é baixo.

Tabela 4 – Indústria de calçados de Franca, exportações segundo índice de quantum e índice de preços 1990 a 2003.

ANO	ÍNDICE DAS EXPORTAÇÕES	
	Quantum	Preços
1990	53,0	69,5
1991	42,2	74,1
1992	63,7	73,9
1993	86,6	76,7
1994	69,4	83,8
1995	44,1	100,0
1996	36,1	98,6
1997	28,2	95,4
1998	21,4	94,2
1999	24,2	84,9
2000	33,1	87,2
2001	37,1	81,8
2002	35,6	79,8

2003

42,8

79,3

Fonte: Elaborada pelo IPES a partir dos dados do SINDIFRANCA (Sindicato da Indústria de Calçados de Franca). Índice base fixa: índice quantum (1984=100%) e índice de preços (1995=100%).

Enquanto o índice de quantum das exportações de calçados do município de Franca despenca do pico em 1993 de 86,6% para 42,8% no ano de 2003, o índice de preços, de forma mais moderada descreve movimentos similar caindo do patamar de 100% em 1995, para a casa dos 79,3% no ano de 2003.

Quanto à remuneração dos postos de trabalho na indústria de calçados de Franca, as informações relacionadas aos postos formais, segundo a remuneração em salários mínimos, adotam os dados do RAIS/MTE (Relatório Anual de Informações Sociais – Ministério do Trabalho e Emprego) entre os anos de 1995 e 2002.

Tabela 5 – Município de Franca, postos de trabalho, remuneração média (em salários mínimos) e massa de salários – 1995 a 2002.

Anos	Postos Formais de Trabalho (1)	Remuneração média (2)	Massa de salários (3)=(1)x(2)
1995	14.057	3,42	48.074,94
1996	15.539	3,15	48.947,85
1997	12.609	3,01	37.953,09
1998	12.099	2,69	32.546,31
1999	14.354	2,62	37.607,48
2000	16.649	2,66	44.286,34
2001	16.490	2,42	39.905,80
2002	17.371	2,32	40.300,72

Fonte: Elaborada pelo IPES a partir dos dados RAIS/MTE.

O aumento de 23,58% dos postos de trabalho formais na indústria de calçados no ano de 2002, em relação ao ano de 1995, foi seguido de uma redução de 32% da remuneração média mensal (medida em quantidade de salários mínimos).

O salário mínimo vigente no país no ano de 1995 era de R\$ 100,00, já no ano de 2003, o seu valor foi de R\$ 200,00, ou seja, os acréscimos do salário mínimos em curso anualmente foram seguidos, no caso desta indústria especificamente, de reduções graduais, refletindo de modo negativo nas condições de vida do próprio trabalhador e na economia local sob a forma de compressão da capacidade aquisitiva de fração deveras relevante da população economicamente ocupada, pois, caso a quantidade de salários mínimos tivesse permanecida inalterada, no ano de 2002, a massa de salários teria atingido a cifra de 59.408,82 salários mínimos, ou seja, 19.108,10 acima dos 40.300,72, o que convertido em Reais (considerando o salário mínimo de R\$ 200,00) produziriam ao invés de uma massa nominal mensal de rendimentos de R\$ 8.060.144,00, um total de R\$ 11.881.764,00, ou seja, R\$ 3.821.620,00 mensais, atingindo aproximadamente a quantia anual de R\$ 45.859.440,00, soma de recursos visivelmente importante para os setores de comércio e serviços locais.

5 A PESQUISA - PROBLEMAS NAS EMPRESAS DE CALÇADOS DE FRANCA

Para verificar problemas vivenciados pelos produtores e exportadores de calçados do município de Franca, aplicamos um questionário contendo perguntas abertas em três empresas do setor, sendo que, duas empresas são de grande porte e atuam no mercado externo desde 1971-1972, isto é, há mais de trinta anos, e a outra é de médio porte, e sua atuação no mercado externo é inferior a vinte anos.

Devemos ressaltar ainda que as duas empresas de grande porte além de atuarem a mais tempo no mercado externo, são empresas com mais de cinquenta anos de fundação, portanto, configuram experiência, maturidade e também tradição no ramo em que atuam.

Em relação aos problemas mencionados pelos industriais consultados, verificamos:

- De forma consensual, todos os três evidenciam nitidamente forte inclinação pela visão tradicional de competitividade;⁴

- Com relação aos fatores para atuarem no mercado internacional, as opiniões mostraram diferentes considerações, tais como: incremento da produção, acultramento da empresa a nível internacional, ampliação das instalações, fonte de receita para ampliar o leque de vendas, e cobrir as falhas existentes no mercado interno;

- Quanto às vantagens para exportar, as opiniões também foram divergentes, pois, contemplam aspectos como: amadurecimento da empresa, possibilita a implementação de processos novos na produção, promove a qualificação do pessoal diretamente ligado à produção, bem como, do quadro gerencial administrativo, possibilita o desenvolvimento de novos produtos, e um dos entrevistados atesta inexistência de vantagens para exportar;

- Em se tratando de políticas específicas para exportação de calçados declararam não haver uma política dedicada ao comércio internacional apesar do setor contar com uma entidade de classe do porte da ABICALÇADOS;

- Quanto ao destino das exportações, os percentuais apurados mostram que:

- A empresa A destina 89% das exportações à América do Norte, 6% para a Europa, e 2% para a Ásia;
- A empresa B exporta 85% para a América do Norte, 11% para a América Latina, 2% respectivamente para a Europa e Ásia; e
- A empresa C destina 10% das exportações para a América do Norte, 10% para a América Latina, 70% para a Europa, e distribui os 10% restantes entre a Ásia, África e Oceania;

- Em se tratando de preço de venda e margem de lucro, as opiniões são consensualmente convergentes no sentido de afirmarem que o preço de venda e a margem de lucro são menores em se tratando do mercado externo, do mesmo modo, que é unânime a opinião dos industriais consultados ao declararem ser a diferença entre o preço de custo e o preço de venda menor na exportação, vis-à-vis ao mercado interno;

- No que trata dos investimentos exigidos para o atendimento das exigências do mercado internacional, as opiniões contrastam: aquisição de máquinas e equipamentos modernos, design, programas de P&D, aprimoramento da mão-de-obra e da qualidade do produto;

- Ausência de domínio e influência sobre os canais de distribuição até o consumidor;

⁴ Estão superadas as visões econômicas tradicionais que definiam a competitividade como uma questão de preços, custos (especialmente salários) e taxas de câmbio. Esta concepção levou, no passado, a políticas centradas na desvalorização cambial, no controle dos custos unitários de mão-de-obra e na produtividade o trabalho, com o objetivo de melhorar a competitividade das empresas em cada país. Nas duas últimas décadas, os países que se mostraram competitivamente vitoriosos (Alemanha e Japão) afirmaram-se no mercado internacional, apesar de terem experimentado fortes incrementos nos seus custos salariais e de terem enfrentado longos períodos de relativa sobrevalorização cambial.

- As vendas para o mercado externo são realizadas através dos agentes de exportação, e não diretamente; e
- Necessário se faz alinhar as instituições de suporte do setor (SEBRAE, IPI, SINDICATOS, BANCOS, ESCOLAS, ASSOCIAÇÃO COMERCIAL) com as empresas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O papel do comércio internacional para as economias de modo geral é fundamental enquanto canal escoadouro do excedente econômico elaborado por estas mesmas economias.

Assim, é do mesmo modo inquestionável o papel desenhado pelo comércio internacional para a economia brasileira, uma vez que, em razão da má distribuição da renda e da riqueza no país, o baixo consumo per capita induz as empresas a buscarem outros mercados como alternativa de melhor utilização da capacidade produtiva instalada.

Com base nos dados coletados pode-se afirmar que as empresas estudadas têm um grande vínculo com o comércio internacional, já que todas afirmaram realizar atividades de exportação.

Porém, é possível dizer que as exportações seriam mais uma alternativa do que uma escolha, tendo em vista que a renda interna dos trabalhadores não é expandida devido a própria política adotada pelos empresários locais, ou seja, os mesmos com o intuito de preservar as respectivas margens de lucro, que por sua vez, já são mais estreitas no mercado externo, comprimem a renda dos trabalhadores locais ficando atrelados a própria dinâmica do mercado externo, diminuindo a demanda efetiva interna e submetendo as exigências dos compradores internacionais.

Pôde-se concluir que as exportações serão viáveis para a cidade de Franca apenas se os empresários se unirem para conseguirem ampliar seu poder de barganha tanto na compra de insumos, como na venda de produtos acabados, criando uma marca forte e ao mesmo tempo expandindo a renda interna, para propiciar o desenvolvimento econômico local e o bem estar social.

REFERÊNCIAS

BARRETTO, H. **The entrepreneur in microeconomic theory**. London: Rout ledge, 1998.

BILKEY, W. J.; TESAR, G. The export behavior of smaller sized wisconsin manufacturing firms. **Journal of International Business Studies**, v.8, p.93-98, 1977.

BRAGA, H. Desenvolvimento econômico e social no processo de globalização. In: **Agenda 21 Sustentável: subsídios técnicos para a construção da agenda 21 no município de Franca e Região**. Franca, UNESP, p.63, 2001.

CAVUSGIL, S. T. On the internationalization process of firms. *European Research*, v.8, p.273-281, 1980.

COUTINHO, L. G.; FERRAZ, J. C. (coords.). **Estudo da competitividade da indústria**. Campinas, 1993.

CZINKOTA, M. R. Distribution of consumer products in Japan international. **Marketing Review**, autumn, p.39-51, 1985.

IBGE – **Estatísticas do século XX**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br.htm>>. Acesso em: 12 dez. 2004.

IEDI – **Instituto de estudos para o desenvolvimento industrial**. Disponível em: <http://www.iedi.org.br>. Acesso em: 10 ago. 2004.

JOHANSON, J. VAHLNE, J. E. The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. **Journal of International Business Studies**, v.8, p.23-32, 1977.

JOHANSON, J. VAHLNE, J. E. The mechanism of internalization. **International Marketing Review**, v.7 n.4, p.11-24, 1990.

JOHANSON, J. WIEDERSHEIM, P. F. The internationalization process of firms, four swedish cases. *Journal of Management Studies*, v. 12, p.305-322, 1975.

MELIN, L. Internationalization as a strategy process. **Strategic Management Journal**, vol.13, p.99-118, 1992.

REID, L. M. **Sediment production** from gravel, surfaced forest roads, clear water basin. University of Washington, 1981.