



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

**ALLISON WAGNER SOUTO RAPOSO**

**Gira Calçados como oportunidade estratégica para feira de negócios.**

CAMPINA GRANDE – PB  
2014

**ALLISON WAGNER SOUTO RAPOSO**

**Gira Calçados como oportunidade estratégica para feira de negócios.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação de Administração Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador (a): Viviane Barreto Motta Nogueira

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

R219g Raposo, Allison Wagner Souto  
Gira calçados como oportunidade estratégica para feira de negócios [manuscrito] / Allison Wagner Souto Raposo. - 2014.  
31 p. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2014.

"Orientação: Profa. Dra. Viviane Barreto Motta Nogueira, Departamento de Administração e Economia".

1. Gira calçados. 2. Polo calçadista paraibano 3. Feira de negócios. 4. Empresa calçadista. I. Título.

21. ed. CDD 658.022

ALLISON WAGNER SOUTO RAPOSO

**Gira Calçados como oportunidade estratégica para feira de negócios.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Aprovada em: 17/07/2014.

Siviane Barreto Motta Nogueira  
Profª Drª Viviane Barreto Motta Nogueira / UEPB  
Orientadora

Maria Dília Guedes  
Profª MSc. Drª Maria Dília Guedes / UEPB  
Examinadora

Yeda Silveira Martins  
Profª Drª Yeda Silveira Martins / UEPB  
Examinadora

## DEDICATÓRIA

À Djulia, pessoa com quem partilho toda a minha vida. Com você tenho me sentido mais vivo de verdade. Obrigado pelo amor, carinho, parceria e por nunca me deixar entristecer pelas dificuldades que a vida colocou em meu caminho.

## AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a Deus, por permitir que eu tenha uma vida cheia de oportunidades de fazer o que eu gosto e de permitir que eu tenha saúde para conquistar meus objetivos.

Aos meus pais Roberto e Graça que sempre foram exemplos de dedicação, sempre incentivando os filhos a alcançarem seus objetivos.

À minha namorada, Djulia Cavalcante que hoje é minha parceira de vida e que sempre está ao meu lado em todos os bons e maus momentos. Te amo.

À minha orientadora, Viviane Barreto Mota, que foi de extrema importância para conseguir elaborar este trabalho ao qual me orgulho muito.

Ao corpo docente da UEPB, em especial aos professores Luís, Dilma, Geralda, Yeda, Zé Gomes, Kaline, João Rodrigues, Geraldo que em muito contribuíram para que eu me tornasse tão apaixonado pela Administração, possibilitando que exercesse desde o início os passos de um Administrador, na organização de grandes eventos acadêmicos, como a saudosa Semana do Administrador, o Encontro Regional dos Estudantes de Administração entre tantos outros eventos.

Ao SEBRAE que me proporcionou dois anos de estágio que foram muito importantes para criar um networking fantástico, em especial à Ericka Vasconcelos, gestora do Projeto Calçadista Paraibano pelo apoio e por ser uma chefe extremamente competente.

Aos bons amigos que fiz dentro do curso que fica até difícil mencionar o nome de todos, mas que em pensamento todos são lembrados, meu muito obrigado.

***"O mais importante ingrediente na fórmula do sucesso é saber como lidar com as pessoas."***

***Philip Kotler***

## **Gira Calçados como oportunidade estratégica para feira de negócios.**

RAPOSO, Allison Wagner Souto<sup>1</sup>  
NOGUEIRA, Viviane Barreto Motta<sup>2</sup>

### **RESUMO**

A crescente globalização e transformação dos mercados permitem que as empresas ampliem sua atuação local, onde os clientes são mais exigentes e esperam que suas expectativas sejam atendidas através de produtos e serviços voltados às suas necessidades específicas. O mercado aberto sugere novas oportunidades, entretanto, aumenta a competição doméstica devido à entrada de novos concorrentes internacionais. Neste contexto, questiona-se: que oportunidades as empresas calçadistas do Nordeste têm para acessar novos mercados? Portanto, o presente trabalho teve como objetivos apresentar o Gira Calçados como oportunidade de férias de negócios para as empresas calçadistas do Nordeste no intuito de acessar novos mercados e que impacto essa participação gera para este. O Gira Calçados visou proporcionar às micro e pequenas empresas o acesso a ferramentas de marketing, utilizadas na promoção de produtos e serviços, alargamento da carteira de clientes e exposição direta junto a compradores e fornecedores.

**PALAVRAS-CHAVE:** Feira de negócios, polo calçadista paraibano, gira calçados.

### **ABSTRACT**

Increasing globalization and transformation of markets allow businesses to expand their local operations, where customers are more demanding and expect their expectations are met through products and services tailored to their specific needs. The open market suggests new opportunities, however, increases domestic competition due to entry of new international competitors. In this context, questions are: what opportunities the footwear companies in the Northeast have access to new markets? Therefore, this study aimed to present an opportunity turns Shoes vacation business for the footwear companies in the Northeast in order to access new markets and what impact such participation generates for this. The GiraCalçados aimed to provide micro and small businesses access to marketing tools used to promote products and services, expansion of the customer portfolio and direct exposure along with buyers and suppliers.

**KEYWORDS:** Tradeshows, Paraíba polo footwear, gira calçados.

## 1 INTRODUÇÃO

A crescente globalização e transformação dos mercados permitem que as empresas ampliem sua atuação local, onde os clientes são mais exigentes e esperam que suas expectativas sejam atendidas através de produtos e serviços voltados às suas necessidades específicas. O mercado aberto sugere novas oportunidades, entretanto, aumenta a competição doméstica devido à entrada de novos concorrentes internacionais. Este processo exige das empresas locais, principalmente das micro e pequenas, um posicionamento estratégico eficiente para competir neste cenário.

A busca por posições estratégicas nas micro e pequenas empresas, que superem a posição adotada pelas grandes corporações, é um grande desafio empresarial e ditará a direção futura dos negócios, seja para o sucesso, seja para o fracasso. Entretanto, a identificação das referidas posições requer uma compreensão muito profunda das fontes de vantagens competitivas e das ameaças que o processo de globalização traz, além dos benefícios que os clientes procuram ao adquirir um produto ou serviço. Vários pequenos negócios aparentemente promissores e bem posicionados atingiram objetivos muito diferentes dos esperados, causando grandes e irreversíveis prejuízos às empresas. Após o processo de abertura do mercado brasileiro, iniciado na década de 90, o número de falência de pequenas empresas aumentou consideravelmente, conforme dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas(SEBRAE) de 2008. Segundo esta mesma instituição, metade das pequenas empresas pede falência antes de completar dois anos devido à forte concorrência atual, elevada carga tributária e falta de acesso a financiamento.

A tarefa de gerenciar um negócio, seja de pequeno ou grande porte, exige do empreendedor muito mais do que investimento financeiro. A preparação contínua e um olhar estratégico frente às exigências de cada fase do processo são essenciais para alavancar os negócios e, com isso, ganhar escala e acessar novos mercados.

Neste contexto, questiona-se: que oportunidades as empresas calçadistas do Nordeste têm para acessar novos mercados?

Surge então o Gira Calçados, um evento que agrega todos os setores produtivos, onde pode-se acessar novos mercados, através da Rodada de Negócios; adquirir produtos de alta tecnologia através do Salão de Inovação, que permite ao expositor fechar negócios, tais como maquinário com melhor tecnologia e componentes, como ferragens, sintéticos, solados, couro etc.; e se capacitar, com o Seminário Regional da Indústria Calçadista que busca oferecer aos

microempresários a oportunidade de verificar as tendências de novos produtos e acesso à informação para que eles tomem as melhores decisões para o futuro do seu empreendimento.

Portanto, o presente trabalho tem como objetivos apresentar o Gira Calçados como oportunidade de férias de negócios para as empresas calçadistas do Nordeste no intuito de acessar novos mercados e que impacto essa participação gera para este.

Apresenta na sua primeira parte uma série de conceitos que permitem compreender melhor os aspectos teóricos sobre o tema. A seguir, apresenta-se uma abordagem sobre o município Campina Grande, breve histórico do início das atividades calçadistas e sua importância. Finalizando, o trabalho apresenta as principais considerações obtidas com a pesquisa bibliográfica onde esta é usada como passo inicial na construção efetiva do texto, baseando-se em referências de ancoragens dos autores citados.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 SETOR CALÇADISTA BRASILEIRO**

O setor calçadista brasileiro vem conquistando espaço nos mercados nacional e internacional. Segundo o anuário do SEBRAE (2011) é considerado o terceiro maior fabricante de calçados do planeta, atrás apenas da China e da Índia, o setor exporta seus produtos a mais de 140 países. Em 2011 foram produzidos aproximadamente 820 milhões de pares, colocando o país como um dos principais personagens globais do setor. A indústria calçadista brasileira é uma das mais bem organizadas do mundo. Está dividida em clusters calçadistas, ou seja, em uma mesma localização geográfica, grupos de empresas, fornecedores, agentes de conhecimento, instituições e consumidores que relacionam-se entre si.

Conforme dados da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (ABICALÇADOS) de 2011, o Nordeste é o maior fabricante e exportador de calçados do Brasil. Ele produz mensalmente 400 mil pares de calçados. Este setor emprega mais de 125 mil pessoas, o que corresponde a 36% do mercado nacional. São mais de 600 produtores formalizados na região faturando R\$ 8 bilhões anualmente. Quem atua neste setor sempre tem um aumento de quase 10% ao ano, segundo estatísticas do SEBRAE.

O Estado da Paraíba foi apontado pelo SEBRAE como o segundo maior exportador de calçados do país. De acordo com os dados fornecidos por esta, o estado é o terceiro maior produtor do Brasil, e o setor cresce cerca de 10% ao ano, empregando mais de 25 mil pessoas.

A pesquisa realizada por esta instituição mostra que João Pessoa é a cidade que mais produz calçados na Paraíba e o município de Campina Grande é responsável por 90% das exportações do setor.

A Paraíba é um Estado pioneiro e evolutivo na exportação de calçados. “Segundo dados da ABICALÇADOS de 2011, houve um aumento de divisas de 17,4%. No quesito faturamento, a Paraíba fechou esses sete primeiros meses com US\$ 51,7 milhões, que corresponde a uma diferença de US\$ 7,6 milhões comparados ao mesmo período no ano passado. No ranking brasileiro, a Paraíba é o segundo em volume embarcado e o seu faturamento supera as exportações do Rio Grande do Sul (13,9 milhões de pares), ficando atrás apenas do Ceará, com 24,8 milhões de pares exportados”, disse a gestora do projeto de Calçados do SEBRAE, Éricka Vasconcelos.

Pensando na comodidade do fabricante, existem formas mais interessantes e de baixo custo para acessar novos mercados e elevar as vendas, tais como feiras organizadas por empresas e também pelo Sebrae que visam oferecer ao empresário uma oportunidade interessante de trazer os compradores para a região onde os produtos são fabricados, agregando valor cultural, e Gira Calçados é uma destas oportunidades de acesso a novos mercados para os micros e pequenos empresários.

## **2.2 BREVE HISTÓRICO DO SETOR CALÇADISTA EM CAMPINA GRANDE – PB**

Segundo Farias (2009) em 1926, às margens do Açude Velho, na cidade de Campina Grande, João Francisco Motta e seus irmãos abrem o primeiro curtume na cidade. Chamado a princípio de “Fábrica de Beneficiamento de Couros Motta & Irmãos”, com o passar dos anos, ficou conhecido como “Curtume dos Mottas”, sendo referência por muito tempo e os principais responsáveis pelo incremento na atividade do couro, que gerou mais emprego para a cidade e posteriormente, desenvolveu o setor de calçados. Para Farias (2009), A cidade de

Campina Grande não se restringiu a um curtume, pois em 1936 Antonio Villarim abre mais um sendo nos anos seguintes os estabelecimentos mais significativos da região.

A atividade nos curtumes estimulou a atividade calçadista, pois no processo de manuseio artesanal do couro, haviam desperdícios, provocando a formação de sapateiros para confecção de chinelos e consertos. Porém, apenas na década de 30, com o comércio mais efetivo de sandálias alpargatas e utensílios de couro, surgiu, segundo Sousa(2006), a primeira fabriqueta de sapatos, sendo esta oriunda de uma pequena oficina de conserto e confecções de calçados.

Os anos de 1937 a 1945 foram assinalados pelo surgimento de aproximadamente 35 novas indústrias desse ramo. Depois desta fase, muitas faliram, pelas dificuldades econômicas da época. No entanto, na década de 1950 surgiu um terceiro curtume, o Santa Adélia, que veio consolidar a supremacia campinense do setor de curtimento de couro Sousa, 2006). É notório que a crise calçadista não afetou com grande intensidade a atividade coureira, já que os curtumes não dependiam apenas do mercado interno, por comercializarem também para outros países.

A fabricação do couro no município teve seu período de apogeu nas décadas de 1940 e 1950, principalmente durante a Segunda Grande Guerra. Nas décadas de 1960 e 1970, a indústria coureira entrou em decadência, particularmente pela forte concorrência com o Estado do Rio Grande do Sul. É neste tempo que as atividades de calçados iniciam seu crescimento (SICTCT, 1994 apud LEMOS, 2003).

Hoje, existem três curtumes formais em Campina Grande, o Centro de Tecnologia de Couro e Calçados Albano Franco (CTCC), a Indústria e Companhia de Sandálias Campinense (INCOSAL) e a Indústria de Couros Profissionais da Paraíba Ltda. (INCOPAR).

Percebe-se então, que para a Cidade de Campina Grande, o setor calçadista movimenta não apenas a economia do município, como também faz parte do seu contexto histórico. O ramo calçadista se desenvolveu e tem participação significativa na economia da cidade, sendo esta caracterizada como polo calçadista, onde as indústrias de calçados são as que mais geram empregos.

O desenvolvimento da indústria de calçados da Paraíba, recebeu alguns incentivos através dos planos para o desenvolvimento do Nordeste, principalmente após a criação da SUDENE em 1950.

Vê-se então uma série de fatores históricos e sociais que contribuíram para o estado da Paraíba estar entre os maiores exportadores de calçados, porém o uso de algumas ferramentas

é de demasiada importância também para a repercussão das atividades calçadistas. Participação em feiras de negócios são vitrines para exposição dos trabalhos.

### 2.3 AS FEIRAS DE NEGÓCIOS:

As feiras de negócios tiveram início no Brasil no final da década de 50, idealizadas pelo empresário e publicitário brasileiro Caio de Alcântara Machado. Desde então vem crescendo tanto em número de edições e empresas participantes, como em quantidade e qualidade destas.

Para Giacaglia (2003, p.42), a definição de feiras se dá como:

Eventos direcionados a segmentos específicos de mercado, com duração média de uma semana e são organizados e comercializados por empresas especializadas no ramo. Normalmente ocorrem em pavilhões de exposições especialmente preparados para esta finalidade detenção. São eventos criados para exposição de serviços e produtos industriais, técnicos ou científicos a serem comercializados, nos quais se reúnem comprador, vendedores, fomentadores e financiadores. O planejamento criterioso de uma feira, tanto do ponto de vista do organizador, quanto do expositor e do visitante gera uma relação otimizada de custo/benefício. As feiras são também um forte elemento de sustentação de imagem da empresa e/ou produto que se pretende em evidência; podendo, assim, constituir-se em realizações paralelas aos congressos.

A realização de feiras de negócios sempre traz dividendos para a sociedade: propicia a movimentação econômica, transferência de tecnologia, conhecimento e ativa a rede de serviços, gerando renda para a comunidade, servindo como elo entre a cadeia produtiva e seus canais de distribuição e/ou consumidor final. As feiras representam tanto para expositores quanto para visitantes uma excelente oportunidade, senão única, de conversar com um grande número de clientes ou empresas fornecedoras em um curto espaço de tempo.

Giacaglia (2003) define como característica principal de um evento “propiciar uma ocasião extraordinária ao encontro de pessoas, com finalidade específica, a qual constitui o tema principal do evento e justifica sua realização”. As feiras representam hoje uma nova maneira de negociar produtos e serviços, agregando várias marcas e tecnologias em um mesmo espaço, proporcionando aos seus consumidores os benefícios do produto em relação ao seu concorrente.

Para Pancrázio (2000), a promoção de vendas é definida como o propósito maior de incentivar a venda e compra de produtos e serviços para diversos públicos, diretos e/ou indiretos, podendo ser praticada em qualquer lugar onde se encontre seu público-alvo.

Apresentando resultados a curto prazo colocando o consumidor em contato direto com o produto ou serviço, as feiras de negócios são uma excelente oportunidade para se estabelecer conexões. Quantitativamente, podemos considerar o número de visitas recebidas no estande que geraram um mailing. Estes visitantes podem se tornar novos clientes e dependendo do tipo de negócio do expositor, o número total de vendas gerado pelo evento pode ser considerado até um ano após a sua realização, portanto não basta avaliarmos apenas a quantidade de visitantes em um estande, porém a sua qualidade e sua potencialidade em gerar novos contratos que são fatores essenciais a serem considerados. Para algumas empresas expositoras, esses eventos chegam a ser o principal meio articulador e gerador de negócios. São também um grande ponto de encontro do mercado, oportunidade de expor as novidades de cada setor, tendências de mercado, avanços da tecnologia e alternativas para que empresários de todos os portes possam desenvolver seus negócios.

## **2.4 AS FEIRAS DE CALÇADOS NO BRASIL**

O Brasil, de acordo com a Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (ASSINTECAL), possui hoje importantes feiras internacionais de calçados:

A COUROMODA em São Paulo é uma Feira Internacional de Calçados, Artigos Esportivos e Artefatos de Couro, que reúne mais de 1.000 empresas expositoras, de porte grande, médio e micro, ocupando 51.000 m<sup>2</sup> de área de exposição no Pavilhão do Anhembi/São Paulo, para apresentar as coleções outono-inverno de aproximadamente 2.000 marcas. Representando 13 estados brasileiros, as empresas participantes da feira respondem por 90% da produção brasileira do setor, que hoje supera os 850 milhões de pares anuais.

A FRANCAL, também em São Paulo apresenta as novidades da temporada primavera-verão. São mais de 1.000 empresas expositoras de todos os portes, entre elas, marcas consagradas mundialmente. Reúnem-se em 82 mil m<sup>2</sup> - área total disponível do pavilhão de exposições do Anhembi – para apresentar seus lançamentos a um público altamente

qualificado, formado por cerca de 60 mil profissionais do setor, sendo a maioria formada por lojistas nacionais e internacionais focados na realização de negócios.

A participação em eventos internacionais, é muito eficiente para que o empresário conquiste novos clientes, introduza novos produtos no mercado internacional, contate com representantes locais, divulgue novos modelos, obtenha informações sobre tendências de mercado e de moda, conheça novas tecnologias, esteja em contato com concorrentes e conheça a reação do consumidor ao se deparar com o seu produto.

As feiras e exposições também são importantes canais para promover as empresas, bem como um poderoso instrumento de auto avaliação, na medida em que permite o cortejo, direto com os concorrentes.

Uma feira concentra vários fabricantes e compradores numa mesma área, reduzindo, assim, muitas viagens a uma só, além de propiciar ao fabricante a análise dos concorrentes e o aprofundamento das exigências dos consumidores; por outro lado, permite contatos com representantes comerciais, facilitando a seleção de agentes, distribuidores e importadores.

Além de divulgar a sua marca, as feiras também possibilitam o conhecimento de novas tecnologias, novos materiais e novas tendências de mercado.

O expositor, em uma feira, tem como detectar, rapidamente, se o produto por ele oferecido é adequado ou não para o mercado onde se encontra exposto, assim como também para os mercados dos países visitantes. Através da avaliação das reações do público frente aos produtos oferecidos o fabricante poderá saber quais são suas preferências e exigências em relação a design, materiais utilizados, cores, modelos, saltos, solado, testes requeridos, preços, condições de venda, prazos de entrega, embalagem, etc.

Em feiras e exposições também se realizam vendas imediatas e a participação nestas, é um aprendizado para readequar seu produto garantindo vendas em futuras participações

Além destas duas feiras internacionais, são realizados eventos nacionais nos principais polos calçadistas, dentre elas, o Gira Calçados.

## **2.5 O GIRA CALÇADOS:**

É o maior evento do setor calçadista do Nordeste, visto que não há nenhum outro que seja voltado totalmente à cadeia produtiva. Para completar sua utilidade, ele agrega três

possibilidades, como conquistar novos mercados, comprar e vender, além de se capacitar. Composto pela Rodada de Negócios, Salão de Inovação e o Seminário Regional da Indústria Calçadista, o evento é de grande porte e destaca cada vez mais o seguimento econômico dos calçados no cenário nacional e internacional.

A primeira edição (2012) foi um sucesso em público, exposições e negócios, rendendo R\$ 7 milhões, com perspectivas de vendas durante seis meses. Contou com a participação de 236 compradores de 21 estados do Brasil que compareceram à Rodada de Negócios.

A segunda edição em 2013 também alcançou a meta de vendas e foi realizada de 4 a 6 de junho. O Gira Calçados rendeu R\$ 8 milhões em negócios que se estenderão em até um ano. O local foi o mesmo, na Federação das Indústrias da Paraíba (FIEP), em Campina Grande. Em três dias, o Gira Calçados 2013 gerou muito mais negócios que no ano passado. A informação é do Presidente do Sindicato da Indústria de Calçados da Paraíba - SINDICALÇADOS/PB, Eduardo Souto. O evento contou com apoios importantes como o SEBRAE/PB, o Sistema FIEP/SENAI, o Governo do Estado, do SINDICALÇADOS/PB, Prefeitura de Campina Grande, ABICALÇADOS e ASSINTECAL.

Considerado o maior evento do setor calçadista do Nordeste, o Gira Calçados, trouxe na edição de 2013 grandes lançamentos do seguimento, atraindo grande número de empresários que tiveram a oportunidade de expor produtos, conhecer as principais tendências e tecnologias do setor, além de se capacitarem e participarem da Rodada de Negócios. Um dos atrativos em 2013, foi o showroom de máquinas para calçados e componentes, de fabricantes nacionais e internacionais. Para o presidente do Sindicato de Couros da Paraíba, Everaldo Miranda, que foi um dos expositores da feira, ressaltou a importância do evento para o setor, destacando que no ano de 2013, houve um aumento de 20% nas negociações.

As oportunidades mais comuns ao participar do Gira Calçados é encontrar uma boa compra ou venda na Rodada de Negócios, onde os compradores são previamente selecionados e convidados, como a Riachuelo entre outras; adquirir máquinas de alta tecnologia no Salão de Inovação, dentro do Showroom de Máquinas e Componentes para Calçados; se atualizar com os assuntos de tendência de mercado no 1º Seminário Calçadista Brasileiro e com palestras, e ainda aproveitar as oficinas e clínicas tecnológicas oferecidos pelo evento.

Essas Rodadas de Negócios são eventos promovidos por entidades como o SEBRAE, Federações de Indústrias, Associações Comerciais, Câmaras de Comércio, entidades governamentais, têm como objetivo criar oportunidades para que as empresas negociem seus calçados e/ou estabeleçam novas parcerias, e podem se realizar no Brasil ou no exterior.

Trata-se de um instrumento de promoção comercial, cujo objetivo principal são as reuniões de negócios que colocam, frente a frente, compradores e vendedores. Além de negociar seus produtos, esses empresários poderão realizar parcerias, joint-ventures, sociedades, investimentos, transferência de tecnologia, etc.

Considerando as feiras como uma vitrine da produção brasileira, o Gira Calçados funciona como impulsionador dos setores pela comercialização dos produtos e serviços do setor calçadista abrindo a porta para negociações de grande porte, como também possíveis exportações.

O setor calçadista da Paraíba está em plena expansão. De um lado, os médios e grandes empresários, que fazem do Estado o segundo maior vendedor do Brasil no mercado externo. De outro, os micro e pequenos empresários (MPEs), que aumentam as oportunidades de emprego e renda. Para apoiar os MPEs, o governo estadual financiou R\$ 428.300,00 durante abertura do Gira Calçados em Campina Grande. Esse valor é referente ao programa Empreender, que cobre com empréstimos boa parte dos negócios paraibanos na área de avicultura, minério e cooperativa de papel, entre outros setores.

Para o representante dos MPEs, Ribamar Alves, em entrevista concedida no Gira Calçados 2013,

“Nós que somos micros e pequenos empresários ainda precisamos de apoio e este programa só nos deixa mais firmes na caminhada. Apesar do setor ser forte, nós que ficamos com uma pequena fatia do mercado interno precisamos dos incentivos fiscais e bancários. O Gira Calçados abre esta oportunidade de dialogarmos com todos”.

### **3 METODOLOGIA**

Conforme Lakatos e Marconi (2005, p.83), o método “é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões na pesquisa”.

O trabalho foi desenvolvido através de pesquisa descritiva, com o levantamento de dados secundários e a análise dos mesmos, além da pesquisa bibliográfica documental e literatura relacionada ao tema.

Para Cervo (1983), a pesquisa descritiva observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los. Busca conhecer as diversas situações e relações que ocorrem na vida social, política, econômica e demais aspectos do comportamento humano, tanto do indivíduo tomado isoladamente como grupos e comunidades complexas.

De acordo com Cervo (1983), a pesquisa bibliográfica procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos. Pode ser realizada independentemente ou como parte da pesquisa descritiva experimental. Em ambos os casos, busca conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado existentes sobre um determinado assunto, tema ou problema.

Segundo Lakatos e Marconi (2005), “a pesquisa bibliográfica abrange toda a bibliografia já tornada pública em relação ao estudo e com a finalidade de colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que já foi dito sobre determinado assunto”. Neste trabalho, foi realizada a pesquisa sobre a caracterização do Gira Calçados, como o evento foi concebido e que possíveis vantagens este evento trará para as empresas do Polo Calçadista Paraibano.

A pesquisa documental também é necessária, pois representa o melhor entendimento do estudo em questão além do levantamento bibliográfico e para corroborar evidências coletadas por outros instrumentos e fontes, possibilitando a confiabilidade de achados, conforme as ideias de Martins (2006).

O levantamento de dados secundários foi feito por meio de material publicado por instituições como SEBRAE, ABICALÇADOS, ASSINTECAL dentre outras relacionadas, através da análise de relatórios, estudos e dados estatísticos divulgados pelos mesmos, entre os anos de 2012 a 2014, além do confronto destas fontes com os conceitos encontrados na pesquisa bibliográfica.

#### **4 RESULTADOS**

O Gira Calçados, evento voltado ao fortalecimento calçadista do Nordeste foi realizado no período de 3 a 5 de Junho de 2014, na FIEP, em Campina Grande, na Paraíba. O Estado é o terceiro maior produtor de calçados do país e será sede da terceira edição do evento. Dos 700 milhões de pares de calçados produzidos por ano no Brasil, cerca de 250 milhões são fabricados na Paraíba, com a geração de mais de 20 mil postos de trabalho.

O evento aproximou os micro e pequenos negócios das últimas inovações do segmento e das tendências em produtos, insumos, máquinas e serviços, além de ampliar o mercado e desenvolver a indústria regional.

O Gira Calçados descentralizou a realização de eventos deste porte das regiões Sul e Sudeste para o Nordeste e possibilita que as micro e pequenas empresas locais tenham acesso a informação e transformem isso em conhecimento, geração de mais empregos e competitividade de negócios locais.

O evento integrou a cadeia produtiva do calçado, ligando o setor em três eixos de atuação:

**CAPACITAÇÃO:** Palestras; oficinas e clínicas tecnológicas focadas em inovação, gestão, mercado, crédito, sustentabilidade e processos de Produção Mais Limpa.

**MERCADO:** Realização da terceira Rodada de Negócios do setor calçadista do Nordeste: Onde fabricantes de calçados e acessórios do Nordeste estarão ofertando seus produtos a compradores Nacionais e Internacionais sendo estes lojistas e representantes de grandes redes focados na realização de negócios.

**INOVAÇÃO:** Showroom de Máquinas e Componentes para calçados, onde empresas calçadistas do Nordeste terão a possibilidade de realizar troca de informações, conhecimento sobre as novas tecnologias em máquinas e componentes, e principalmente o fechando parcerias comerciais.

A ideia é a realização de Evento com propósito de promover o setor através do acesso a novos mercados, fortalecendo as marcas e produtos através de Showroom das indústrias calçadista do Nordeste incluindo Rodadas de Negócios onde participarão compradores Nacionais e Internacionais sendo estes lojistas e representantes de grandes redes focados na realização de negócios.

Figura 01 - Planta baixa da FIEP – (Fonte: Sebrae)



## Público Alvo

- Micro e pequenas empresas fabricantes de calçados, bolsas, cintos, carteiras e acessórios da região Nordeste;
- Fabricantes de máquinas e equipamentos, matérias primas e componentes para as indústrias calçadistas de qualquer parte do Brasil;
- Lojistas e distribuidores de calçados, bolsas, cintos, carteiras e acessórios de todas as partes do Brasil;
- Associações, Sindicatos e Cooperativas;
- Governanças, Gestores e Técnicos;
- Profissionais que atuam na área de produção e designers;
- Estudantes de Cursos de Graduação e Cursos Técnicos.

## Objetivo Geral

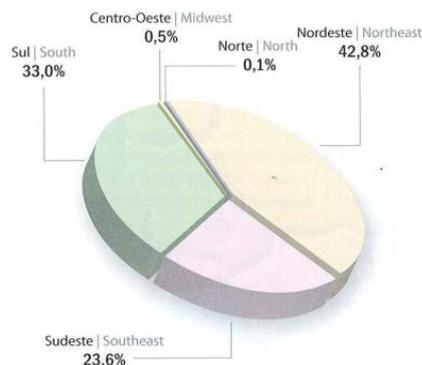
Apresentar e destacar o NORDESTE - em particular a PARAÍBA - como um importante centro de inovação e tecnologia e o maior produtor e exportador de calçados do Brasil, sediando a primeira edição do evento Gira calçados focado na cadeia produtiva do setor de calçados e na prospecção e ampliação de novos mercados, inovação tecnológica e gestão empresarial.

### **Objetivos Específicos**

1. Apresentar o potencial produtivo do setor coureiro calçadista da Região Nordeste.
2. Reunir no evento, Fabricantes de calçados, bolsas, cintos, carteiras e acessórios da região Nordeste para exposição e comercialização de produtos;
3. Showroom de máquinas e equipamentos, matérias primas e componentes para as indústrias calçadistas de qualquer parte do Brasil para facilitar o acesso as novas tecnologias e equipamentos no mercado de calçados;
4. Buscar e atrair lojistas e distribuidores de calçados nacionais e internacionais para prospectar novos canais de comercialização;
5. Promover um espaço privilegiado para apresentação de coleções da indústria calçadista do Nordeste
6. Apresentação de palestras técnicas, promovidas por profissionais atuantes no setor e por conferencistas de renomeada competência, os quais irão contribuir para a atualização e a disseminação das novas tendências através do Fórum de inspirações e do 16º Seminário Nacional de Calçados.
7. Desenvolver, estimular e apoiar as ações de parceria e cooperação entre os empresários do setor calçadista do estado e região Nordeste.

Figura 02 - Distribuição da Produção (em pares) (Fonte: Abicalçados – 2013)

**Distribuição regional da produção (em pares)**  
Regional distribution of the production (in pairs)



Fonte: IEMI

Source: IEMI

O Nordeste se destaca pela produção de chinelos, sandálias e tênis, em sua maior parte injetados e moldados em plástico, em processo de alta escala, e que requer muita tecnologia. O setor calçadista se destaca pela relevância de sua produção e capacidade de gerar emprego. Em 2011 o setor calçadista empregou na região Nordeste de forma direta 87.271 trabalhadores, e em média mais 50% desse número de empregos indiretos.

Figura 03 – Empregos gerados (Fonte: Abicalçados – 2013)

Segmento Segment	2007	2008	2009	2010	2011
<b>Região Region</b>	233	281	263	371	415
Norte North	100.523	99.889	116.358	125.601	120.739
Nordeste Northeast	83.251	79.098	78.492	89.647	87.271
Sudeste Southeast	129.660	3.218	120.963	129.742	125.119
Sul South	2.841	<b>306.584</b>	3.098	3.330	3.959
<b>Total <sup>(1)</sup></b>	<b>316.508</b>	<b>306.584</b>	<b>319.174</b>	<b>348.691</b>	<b>337.503</b>

Fontes: IEMI / RAIS / CAGED

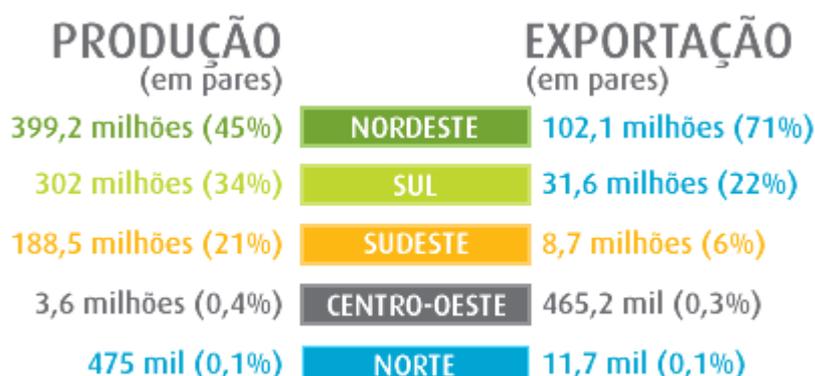
Notas: (1) Número de empregados em dezembro de cada ano

Sources: IEMI / RAIS / CAGED

A Indústria calçadista do Região Nordeste é a que mais cresce no país nos últimos anos, dos quase 894 milhões pares produzidos no Brasil em 2011 em média 400 milhões foram fabricados na região Nordeste conforme dados da Associação Brasileira das Indústrias

de Calçados – ABICALÇADOS. Nas exportações também despontamos em primeiro lugar com mais de 100 milhões de pares.

Figura 04 – Produção e Exportação por Região (Fonte: Abicalçados – 2013)



Diante do cenário promissor faz necessário apoiar o setor através de ações que capacitem os fabricantes em gestão, tecnologia e acesso a mercado.

Para isso a Paraíba será sede da 3ª edição do GIRA CALÇADOS no período de 3 a 5 de Junho de 2014, em Campina Grande-PB. O evento busca a integração dos estados fabricantes de calçados da região Nordeste.

A Paraíba é o terceiro maior produtor de calçados do país. Dos 894 milhões de pares de calçados produzidos por ano no Brasil, cerca de 200 milhões são fabricados na Paraíba, com a geração de 20 mil postos de trabalho. A produção de calçados na Paraíba deu um salto qualitativo muito grande nos últimos dez anos pelos investimentos realizados com destaque para o designer, inovações tecnológicas e no parque produtivo.

Dados atualizados apontam que Paraíba assumiu o segundo lugar nas exportações de calçados do país. O acompanhamento estatístico realizado pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) em outubro de 2013 mostra que o estado comercializou para o exterior mais de 18 milhões de pares de jan-set, e comparado ao mesmo período de 2011 teve um crescimento de mais de 20% na produção.

Figura 05 - Exportação Brasileira de calçados Jan-Set/2013 (Fonte: Abicalçados – 2013)

QUADRO COMPARATIVO POR ESTADO										
ESTADO	2012 JAN-SET			2013 JAN-SET			2012 % Participação s/ Total		2013 % Participação s/ Total	
	US\$	PARES	VM <sup>2</sup>	US\$ ▼	PARES	VM <sup>2</sup>	US\$	PARES	US\$	PARES
RIO GRANDE DO SUL	287.191.473	11.108.000	25,85	290.117.051	12.107.998	23,96	35,8%	13,8%	35,9%	13,7%
CEARA	228.514.705	33.183.993	6,89	227.961.879	37.904.947	6,01	28,5%	41,1%	28,2%	42,9%
SAO PAULO	87.279.646	4.107.357	21,25	107.132.166	7.010.058	15,28	10,9%	5,1%	13,2%	7,9%
PARAIBA	82.374.942	21.662.235	3,80	70.020.729	18.726.881	3,74	10,3%	26,8%	8,7%	21,2%
BAHIA	55.154.749	3.722.771	14,82	50.470.985	4.482.439	11,26	6,9%	4,6%	6,2%	5,1%
SERGIPE	15.677.298	1.040.011	15,07	14.841.005	918.556	16,16	2,0%	1,3%	1,8%	1,0%
MINAS GERAIS	13.671.956	980.471	13,94	14.736.608	967.849	15,23	1,7%	1,2%	1,8%	1,1%
PERNAMBUCO	7.069.599	3.084.221	2,29	9.945.640	4.170.323	2,38	0,9%	3,8%	1,2%	4,7%
SANTA CATARINA	7.372.522	550.280	13,40	8.674.588	611.764	14,18	0,9%	0,7%	1,1%	0,7%
PARANA	6.884.039	447.290	15,39	6.724.060	484.800	13,87	0,9%	0,6%	0,8%	0,5%
OUTROS	10.319.046	869.692	11,87	8.177.934	966.475	8,46	1,3%	1,1%	1,0%	1,1%
<b>TOTAL</b>	<b>801.509.975</b>	<b>80.756.321</b>	<b>9,93</b>	<b>808.802.645</b>	<b>88.352.090</b>	<b>9,15</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: MDIC/SECEX; Elaborado pela Abicalçados

<sup>1</sup>Nota: Calçados compreendem os produtos classificados entre as NCMs grupo 6401 e 6405.

<sup>2</sup>Nota: Valor médio por par.

▼ Classificação do maior para o menor com base no valor.

Uma das principais características da região Nordeste é o mix de produção, onde são fabricados calçados masculinos, femininos, infantil e equipamentos de proteção individual, fazendo com que essa região tenha capacidade produtiva para atender a demanda de todas as áreas de consumo.

Apesar do cenário favorável o setor calçadista da região Nordeste está se desenvolvendo com algumas dificuldades em função de que as empresas fabricantes de calçados são, na sua quase totalidade, de micro e pequeno porte. Ou seja, possuem pouca capacidade de articulação, poucos recursos financeiros para participar de eventos nacionais, acesso deficiente à inovação tecnológica, maquinários modernos e matérias primas de alta qualidade. Com a realização do GIRA CALÇADOS, elas terão espaço e condições para expor os seus produtos, terão acesso aos expositores de matérias primas e máquinas de todo o país e lhes será permitido participar de rodadas de negócios com compradores de outras regiões do país.

O GIRA CALÇADOS é um evento inovador que trabalhará e torno da cadeia produtiva do calçado através da realização de Rodadas de negócios, Showroom de máquinas e componentes, Seminários, palestras e clínicas tecnológicas para discutir a cadeia coureiro calçadista, tudo isso sendo realizado durante os 3 dias de evento.

Um dos principais objetivos é criar condições para inserir empresas de micro e pequeno porte em cadeias produtivas, facilitando o acesso ao crédito, estimulando a cooperação entre as empresas, organizando Showroom e rodadas de negócios e incentivando o desenvolvimento de atividades que contribuem para a geração de emprego e renda, como também fomentar a

interação entre empresas e instituições públicas, juntamente com a sociedade local e usar o poder de compra dessas instituições como indutor da competitividade.

O evento aproxima os micros e pequenos negócios das últimas inovações do segmento e das tendências em produtos, insumos, máquinas e serviços, além de ampliar o mercado e desenvolver a indústria regional.

A ideia é a realização de Evento com propósito de promover o setor através do acesso a novos mercados, fortalecendo as marcas e produtos através de Showroom das indústrias calçadista da Paraíba, Ceará e Pernambuco incluindo Rodadas de Negócios onde participarão compradores Nacionais e Internacionais sendo estes lojistas e representantes de grandes redes focados na realização de negócios. No evento terá uma área de Inovação, onde será realizado um showroom de Maquinas e Componentes para calçados, onde empresas calçadistas do Nordeste terão a possibilidade de realizar troca de informações, conhecimento sobre as novas tecnologias em máquinas e componentes, e principalmente o fechando parcerias comerciais.

### **Resultados Esperados para 3ª edição do Gira Calçados**

1. Integração com os setores de confecção e Acessórios para ampliar o evento com a participação de empresas desses segmentos
2. Realização do Seminário Regional da Indústria com debates referentes a cadeia coureiro-calçadista, confecções e joias e integração com o varejo;
3. Apresentar novas tecnologias de maquinas e equipamentos através do showroom, aproximando a indústria com fabricantes de maquinas e equipamentos;
4. Apresentação e exposição através de rodadas de negócios entre lojistas e fabricantes de calçados e afins da região Nordeste.
5. Participação de 500 lojistas nacionais e internacionais, sendo destes 150 convidados selecionados pelo comitê gestor devido a sua capacidade e interesse de compra;
6. Realização de R\$ 8.500.000,00 (Oito milhões e quinhentos mil reais em negócios);
7. Aumento em média de 20% da produtividade das empresas com a aquisição de novas tecnologias;
8. Formalização de 30% das empresas que ainda atuam na informalidade que participaram do evento.

## **5 CONCLUSÃO**

O Brasil tem representado um importante papel na história do calçado. O maior país da América Latina é um dos mais destacados fabricantes de manufaturados de couro, detendo o terceiro lugar no ranking dos maiores produtores mundiais, tendo ainda importante participação na fatia de calçados femininos que aliam qualidade a preços competitivos. Os embarques para o exterior vêm crescendo anualmente para mais de uma centena de países, confirmando a capacitação para atuar no comércio internacional.

O sucesso na inserção de uma empresa no mundo dos negócios internacionais está diretamente ligado à procura por informações, que antecede a fase das negociações propriamente dita. Isto é, a melhor maneira de identificar mercados potenciais é através de pesquisas que forneçam elementos para uma análise minuciosa do mercado alvo, pois as exigências dos consumidores podem não ser as mesmas com as quais a empresa está acostumada. As pesquisas podem basear-se em dados coletados diretamente nos países, através de entrevistas, contatos com representantes e clientes potenciais ou utilizar fontes secundárias, buscando informações através da utilização de estatísticas comerciais referentes aos países e aos produtos. As que coletam os dados diretamente junto aos mercados importadores são caras e demoradas para serem realizadas. As apoiadas em fontes secundárias têm um custo menor e, na maioria das vezes, podem ser obtidas gratuitamente junto aos organismos voltados ao desenvolvimento do comércio internacional.

Nessa busca por informações, a balança comercial de cada país é uma ferramenta importante, pois nos mostra quais as mercadorias importadas e exportadas, seus principais parceiros, quantidades, valores comercializados com o exterior e o comportamento do mercado com relação aos calçados.

As feiras de negócios colaboram com os objetivos das organizações que delas participam. Estes eventos constituem uma das ferramentas da comunicação integrada, que visam auxiliar na consecução destes objetivos. O GIRA CALÇADOS, visou proporcionar às micro e pequenas empresas o acesso a ferramentas de marketing, utilizadas na promoção de produtos e serviços, alargamento da carteira de clientes e exposição direta junto a compradores e fornecedores. É importante citar que o evento supriu uma lacuna de ofertar capacitação aos empresários, expositores, compradores e demais interessados sobre as novas tendências de moda, matérias primas, maquinários. O encontro reuniu grandes empresários representantes de toda a cadeia produtiva de calçados, contendo além dos debates sobre as instituições de calçados, um salão de inovação e rodadas de negócios. Esses fatores

contribuíram para uma nova visão sobre os novos cenários e particularidades do setor calçadista, bem como para o compartilhamento de ideias e informações sobre o setor de atuação, a possibilidade de negociação de máquinas e equipamentos, além da aproximação de lojistas com as próprias indústrias de calçados. Para uma Cidade Polo calçadista como Campina Grande, sediar uma feira de grande porte é de extrema importância, haja vista que se trata de um grande propulsor da economia local, que vem desenvolvendo-se ao longo dos anos sendo de demasiada importância para a histórica econômica e cultural do município.

## REFERÊNCIAS

ABICALÇADOS. **Resenha estatística 2011**. Disponível em: <[www.abicalçados.com.br](http://www.abicalçados.com.br)>. Acesso em: 12/06/2014.

ALBUQUERQUE, E.M.S., OLIVEIRA, N.M., PAIVA, E.A. **Pólo de couro e calçados da Paraíba**. SEBRAE, João Pessoa, 2001.

BRAZILIAN FOOTWEAR. Disponível em <<http://www.brazilianfootwear.com.br/sobre-o-brasil/industria/>>. Acesso em 01/06/2014.

BRUM, A. **Desenvolvimento econômico brasileiro**. Petrópolis RJ: Editora Vozes, 1998.

CAMPOS, L.H.R. **A indústria calçadista de Campina Grande: um estudo do setor industrial local**. Tese de Doutorado, Universidade Federal de Pernambuco, 2010.

CÂMARA, Epaminondas. **Datas Campinenses**. 2. ed. Campina Grande: Caravela, 1998.

\_\_\_\_\_. **Os alicerces de Campina Grande**: esboço histórico-social do povoado e da vila (1697 a 1864). Prefeitura Municipal/Secretaria de Educação/Núcleo Cultural Português. Campina Grande: Caravela, 1999.

CERVO, Amado Luiz; Bervian, Pedro Alcino. **Metodologia científica**: para uso dos estudantes universitários. 3.ed. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983.

CORRÊA, Roberto Lobato. **O Espaço Urbano**. São Paulo: Ática, 1989 (Série Princípios).

\_\_\_\_\_. **Territorialidade e Corporação**: um exemplo. In: (org.) SANTOS, Milton; SOUZA, Maria Adélia A. de; SILVEIRA, Maria Laura. Território: Globalização e Fragmentação. São Paulo: HUCITEC, 2002, p. 251-256.

COUTO, C.F. **O Couro**: História e processo. Fortaleza: Edições UFC, 1999.

COUROMODA. Disponível em <[www.couromoda.com.br](http://www.couromoda.com.br)>. Acesso em: 23/05/2014.

FEIRA FRANCAL. Disponível em <[www.feirafractal.com.br](http://www.feirafractal.com.br)>. Acesso em: 26/05/2014.

GIANCAGLIA, Maria Cecília. **Organização de eventos**: teoria e prática. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

GIRA CALÇADOS. Disponível em: <[www.giracalçados.com.br](http://www.giracalçados.com.br)>. Acesso em: 03/06/2014.

LAKATOS, E.M.; MARCONI, M.A. **Fundamentos da metodologia científica**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2005.

LE MOS, Cristina. Inovação para arranjos e sistemas produtivos de MPME. In: LASTRES, Helena Maria Martins (et al). **Interagir para competir**: promoção de arranjos produtivos e inovativos no Brasil. Brasília: SEBRAE: FINEP: CNPq, 2002.

MARTINS, G.A. **Estudo de caso**: uma estratégia de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2006.

PANCRÁZIO, Paulino Dan San. **Promoção de vendas**: O gatilho do Marketing. São Paulo: Futura 2000.

PORTAL SEBRAE, Disponível em <[www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)> Acesso em: 22/05/2014.

OLIVEIRA, Júlio César Mélo. **Campina Grande**: A Cidade se Consolida no Século XX. Monografia (Graduação em Geografia). Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa – Campus I. 2007

SOUZA, S. M. A. **Relações entre as formas de Governança de Arranjos produtivos locais com a Competitividade e o Desenvolvimento local sustentável**: um estudo exploratório no setor de confecções em Campina Grande – PB. Tese de Doutorado em Recursos Naturais - Programa de Pós-Graduação Recursos Naturais. Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande, 2010.

ANEXOS – Imagens GIRA CALÇADOS



Logomarca



Abertura Oficial Gira Calçados 2014



Rodada de Negócios



Rodada de Negócios



Rodada de Negócios



Salão de Inovação



Showroom de Máquinas e Componentes



Desfile