

O Setor de Calçados na Índia



Mapa Político da Índia



A Índia é uma união federal formada por vinte e nove estados e sete territórios da união. Os estados e territórios da união são, ainda, subdivididos em distritos e, então, em divisões administrativas menores.

Lista de Abreviaturas

CAGR	Taxa Composta de Crescimento Anual
CBEC	Conselho Central de Tributos e Alfândega
CHA	Despachante Aduaneiro
CIF	Custo, Seguro e Frete
CVD	Direitos Compensatórios
DGFT	Diretório Geral de Comércio Exterior
EBO	<i>Outlets</i> de Marcas Exclusivas
EXIM	Exportação e Importação
IDE	Investimento Direto Estrangeiro
SH	Sistema Harmonizado
IEC	Código de Importação e Exportação
ITC	Classificação Comercial Indiana
MBO	<i>Outlets</i> multimarcas
RSP	Preço de Venda no Varejo
EAU	Emirados Árabes Unidos
RU	Reino Unido
EUA	Estados Unidos da América
US\$	Dólar Norte-Americano

Taxa de Conversão Cambial: US\$ 1 = INR65

Sumário Executivo

A Índia é o segundo maior fabricante e o terceiro maior consumidor de calçados em todo o mundo.

O mercado de calçados do país é autossuficiente, com cerca de 90% da produção absorvida internamente, ao passo que os 10% restantes são exportados para mercados internacionais. Cerca de dois terços do mercado é não organizado.

O mercado de calçados indiano está em uma fase interessante em que há um incentivo por parte do governo para fornecer um ecossistema favorável e incentivar as exportações de calçados de maior valor da Índia, principalmente porque esse setor demanda muita mão de obra. O aumento simultâneo da renda disponível e da consciência de moda resultou no aumento da demanda por calçados de qualidade, principalmente no segmento casual sem couro. Essa demanda deve resultar em um aumento das importações, bem como nas parcerias entre empresas estrangeiras e empresas indianas para a fabricação parcial desses calçados na Índia.

Há outros segmentos de nicho com presença limitada de empresas locais, ou seja, calçados infantis premium, calçados próprios para atividades ao ar livre e calçados direcionados aos benefícios para a saúde, por exemplo pacientes com diabetes e com sintomas de artrite.

As empresas estrangeiras poderão ter uma oportunidade melhor nesses segmentos com uma probabilidade maior de obter um preço premium, em vez de concorrer em um mercado de massa.

Neste estudo de avaliação de oportunidades para empresas brasileiras na indústria de calçados indiana, os seguintes aspectos foram abordados.

Visão geral do mercado indiano e segmentação do mercado de calçados com base no grupo de consumidores, categoria de produtos, uso e preço.
<ul style="list-style-type: none"> • Identificação de 10 empresas nacionais com informações de sua carteira de marcas e formato de varejo • Identificação de 11 empresas globais com informações de sua forma de presença • 6 marcas importadas de calçados com as informações sobre o acordo com importadores/distribuidores • Além disso, as marcas de calçados nos segmentos premium e luxo também foram identificadas
Análise das tendências de exportação e importação
Estrutura Regulatória, Códigos SH, tarifas e tributos de importação
Rota de entrada no mercado recomendada para empresas brasileiras e iniciativas do Governo no

setor
Mapeamento de 8 distribuidores que podem ser possíveis parceiros de empresas brasileiras
Identificação de 10 órgãos reguladores importantes no panorama do mercado indiano de calçados
Mapeamento de 5 eventos do setor programados para o ano de 2017

Na Índia, o segmento de calçados masculinos contribui com 60% do faturamento total no mercado de calçados, ao passo que os calçados femininos detêm 30% da participação. Os calçados infantis representam 10% do total da participação de mercado. O segmento de calçados casuais é o mais popular no Setor de calçados, seguido pelos calçados populares, que têm preços baixos e normalmente incluem os chinelos.

Os calçados de couro são mais requisitados por homens, e os calçados sem couro são mais populares entre as mulheres. A Índia é o maior exportador de calçados de couro para os países desenvolvidos. A Indústria do Couro é o ponto forte central do Setor de calçados indiano e está voltada principalmente para as exportações.

Há marcas nacionais e internacionais de calçados que operam no panorama do mercado indiano de calçados. O Setor possui pequenas, médias e grandes empresas envolvidas na fabricação de calçados na Índia. Os calçados e cabedais de couro são produzidos principalmente em unidades de média a grande escala, ao passo que as sandálias e chinelos são produzidos, em sua maioria, pelo setor artesanal. As empresas maiores no Setor utilizam tecnologia moderna e de ponta em linha com padrões e exigências internacionais.

Há forte presença de marcas internacionais no mercado indiano de calçados, e várias empresas estrangeiras fabricam calçados na Índia nos termos de contratos ou acordos de licenciamento com os fabricantes locais de Calçados. Algumas marcas internacionais também operam por meio de escritórios de vendas exclusivos e fábricas próprias.

As marcas internacionais em segmentos de luxo e premium estão presentes por meio de uma rota de exportação e importação, e os produtos são distribuídos por meio de *Outlets* Exclusivos ou sites on-line. Por outro lado, algumas marcas também possuem parcerias com conglomerados que operam em lojas multimarcas para distribuição de seus calçados.

A Índia possui pouca dependência de importações de calçados, com calçados esportivos, botas de esqui, calçados de esqui *Cross-Country* ou botas de snowboard e outros calçados de borracha ou de plástico tendo os maiores níveis de importação em 2015-16. ***A China é a maior exportadora de calçados para a Índia, seguida do Vietnã, Nepal e Hong Kong.***

A Índia exporta calçados para mais de 186 países. O país é o sétimo maior exportador de calçados em todo o mundo, com uma contribuição de 1,4% no total de exportações globais de calçados. ***A Índia é uma importante exportadora de calçados de couro em todo o mundo.*** O Reino Unido é o maior importador de calçados da Índia, seguido dos EUA, Alemanha, Itália e França.

O preço é um elemento essencial para o sucesso de qualquer marca internacional no mercado indiano. As marcas estrangeiras, como Adidas, Nike, Puma, Reebok e outras, possuem grande aceitação entre os consumidores devido ao preço “dentro do orçamento” e ao alto valor de marca. As marcas premium e de luxo são preferidas por consumidores urbanos sofisticados.

O relatório também abrange o procedimento e os regulamentos relativos à importação de calçados e perneiras na Índia. Ele também lista as exigências de certificações e documentos de importação.

Além disso, uma tabela de avaliação foi preparada no relatório com destaque para oportunidades para empresas brasileiras na Índia. ***Parece haver maior potencial no segmento de calçados femininos sem couro e potencial médio no segmento de calçados masculinos sem couro; a maioria das marcas internacionais que oferecem produtos em níveis “moderados” na faixa de preços possuem contratos ou acordos de licenciamento com os fabricantes locais de calçados para captar um segmento maior do mercado.***

Índice

1.0 Visão Geral do Mercado de Calçados	11
1.1 Tamanho de Mercado e Taxa de Crescimento	11
1.2 Segmentação de Mercado e Análise da Participação de Mercado	13
1.3 Principais Tendências do Setor/Principais Determinantes	16
1.3.1 Maior Poder de Compra	16
1.3.2 Urbanização	17
1.3.3 Aumento da Consciência de Moda	17
1.3.4 Entrada de Marcas Internacionais	17
1.3.5 Varejo Multicanal.....	18
2.0 Análise da Concorrência.....	20
2.1 Principais Empresas Indianas e Estrangeiras	20
2.2 Situação Atual – Dependência de Importação	27
3.0 Estrutura Regulatória e Política de Importação.....	30
3.1 Política de Importação, Regulamentos e Documentação Legal.....	30
3.2 Tendências de Importação e Exportação	34
3.3 Participação no Comércio Exterior Total da Índia	38
3.4 Tarifas e Tributos de Importação	39
4.0 Oportunidades para Produtos Brasileiros na Índia.....	41
4.1 Tabela de Avaliação de Oportunidades.....	41
4.2 Estratégia de Entrada no Mercado.....	43
5.0 Mapeamento de Possíveis Distribuidores	46
6.0 Principais Influenciadores	48
7.0 Principais Eventos de Comércio.....	50

Conhecimento da T&A sobre o setor brasileiro de calçados

O Brasil é o quarto maior produtor de calçados no mundo, com a produção de 850 milhões de pares em 2015. As diferentes categorias de calçados produzidos no Brasil incluem-

- Chinelos e sandálias
- Fibras sintéticas
- Calçados de Couro
- Calçados esportivos
- Calçados de outros materiais



Os maiores blocos de calçados no Brasil estão nos seguintes estados:

Rio Grande do Sul
Santa Catarina
São Paulo
Minas Gerais
Ceará

As marcas brasileiras Havaianas, Jorge Bischoff, Arezzo e Melissa e outras são populares em todo o mundo. O Setor de Calçados do Brasil exporta seus produtos para cerca de 140 países. Os detalhes das exportações e importações no Brasil em 2016 são apresentados na tabela abaixo.

Negócio	Quantidade de Pares	Valor	Crescimento no exercício anterior		Principais Destinos/Fonte		
			Volum e	Valor	País	Quantidade de Pares	Valor
Exportações	126,17 milhões	US\$ 999 milhões	1,7%	4%	Estados Unidos	13,24 milhões de pares	US\$ 221,36 milhões
					Argentina	9,48 milhões de	US\$ 111,6 milhões

						pares	
					França	9 milhões de pares	US\$ 56 milhões
Importações	N/A	US\$ 689 milhões (2015)	30,3%	27%	Vietnã	10,4 milhões de pares	US\$ 190 milhões
			-37,6%	-37%	Indonésia	4 milhões de pares	US\$ 73,2 milhões
			-	-	China	5,8 milhões de pares	US\$ 35,85 milhões

Fonte: Trademap

O Brasil possui uma economia voltada para exportações no Setor de calçados, e os calçados femininos ocupam uma participação considerável na produção total de calçados.



1.0 Visão Geral do Setor de Calçados Indiano

1.0 Visão Geral do Mercado de calçados

1.1 Tamanho de Mercado e Taxa de Crescimento

A Índia é a segunda maior produtora de calçados, após a China, com esse setor representando aproximadamente 9% da produção global de 22 bilhões de pares por ano.

Fonte: www.worldFootwear.com



A Índia produz 2.200 milhões de pares de calçados todo ano, dos quais cerca de 90% são consumidos pelo mercado interno, ao passo que os 10% restantes são exportados para mercados internacionais.

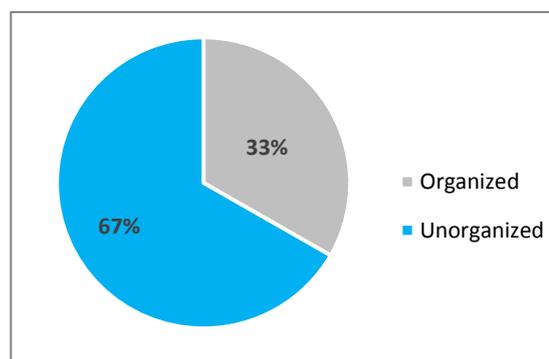
De acordo com o Relatório de Varejo da Índia,

O mercado de varejo de calçados indiano deve crescer a uma taxa anual de 18% e deve atingir US\$8,3 bilhões até o fim de 2017

Do mercado total de varejo de calçados, o varejo moderno ocupa 42% e deve crescer 21-23% ano a ano. A expansão do varejo cresceu em média 16-18% em termos de número de *outlets* em 2015-16.

Fonte: www.indiaretailing.com

O setor de calçados indiano é principalmente não organizado, com aproximadamente 67% do mercado devido a seus produtos com preços competitivos, mais adequados e atrativos para o consumidor indiano consciente dos preços. Por outro lado, o segmento organizado tem aproximadamente 33% do mercado.

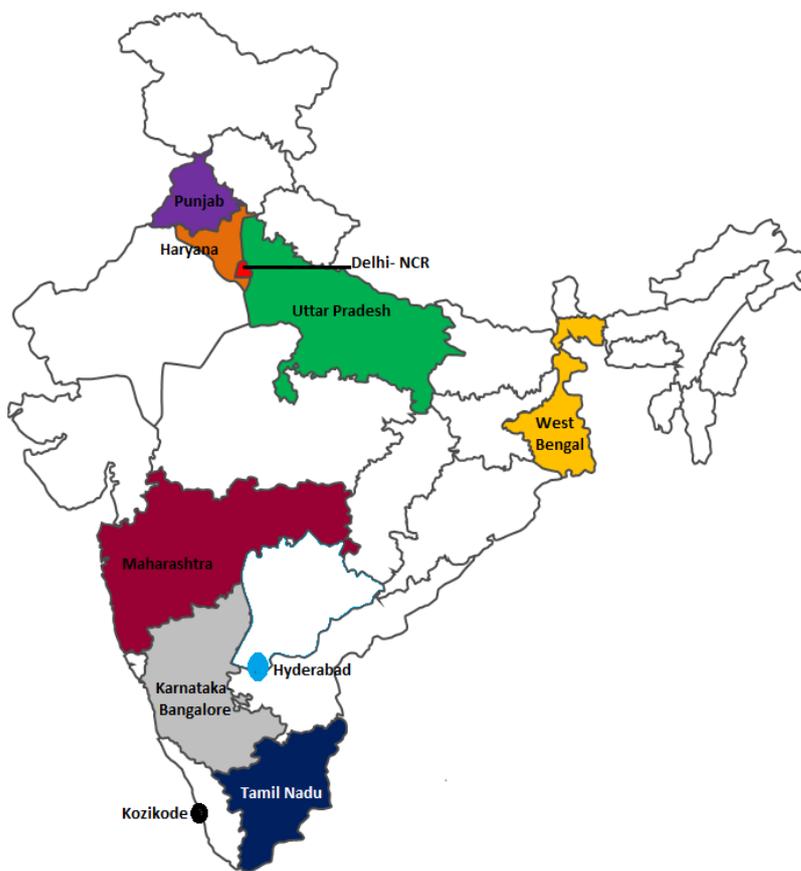


O setor de calçados indiano exige muita mão de obra e emprega cerca de 1,1 milhão de pessoas.

A Índia é o terceiro maior consumidor de calçados do mundo, com consumo de 2.196 milhões de pares em 2015-16, representando 10,6% do consumo total do mundo.

Em termos de fabricação, **Uttar Pradesh** é o principal produtor de Calçados na Índia. Uma lista dos principais polos de fabricação de Calçados na Índia é apresentada abaixo.

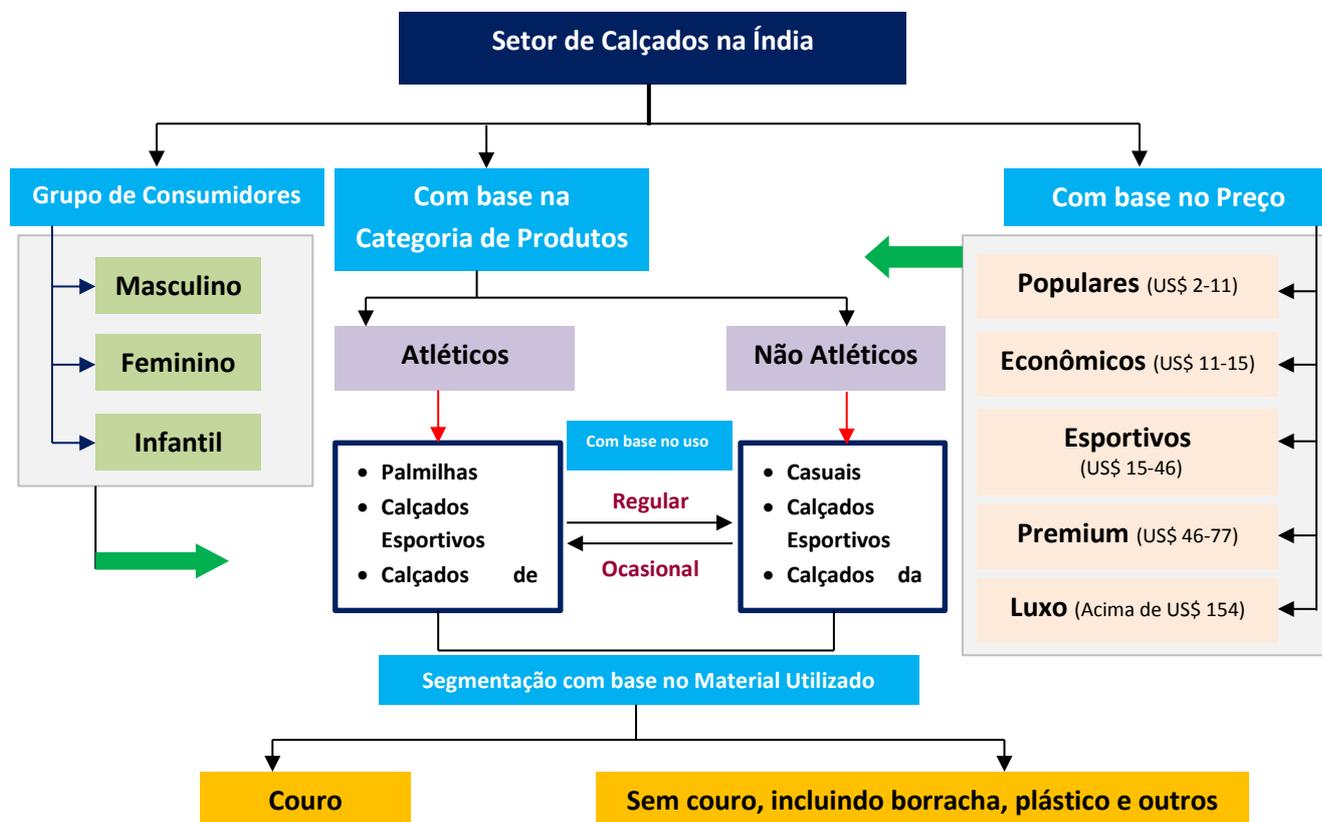
Tamil Nadu – Chennai, Ambur, Ranipet, Trichy e Dindigul
Maharashtra – Mumbai
Bengala Ocidental – Calcutá
Uttar Pradesh – Kanpur, Agra e Noida
Punjab – Jalandhar e Ludhiana
Karnataka – Bangalore
Andhra Pradesh – Hyderabad
Haryana – Ambala, Gurgaon, Panchkula e Karnal
Déli e NCR



Calicute é um polo emergente de fabricação de Calçados sem couro e está se tornando uma zona de exportação na Índia. Existem cerca de 200 fábricas e 500 unidades auxiliares na cidade, que contribuíram com 30% do total de exportações de calçados em 2015-16.

1.2 Segmentação de Mercado e Análise da Participação de Mercado

O mercado de calçados indiano é segmentado com base em diferentes parâmetros. Esses parâmetros são apresentados a seguir.



Todas as bases de segmentação do setor de calçados acima estão inter-relacionadas. Os grupos de consumidores podem tomar decisões de compra com base na categoria do produto, no uso ou nos preços. Da mesma forma, as divisões no parâmetro de preços são aplicáveis a todas as categorias de produtos, sejam atléticos ou não, e são subjetivas por natureza.

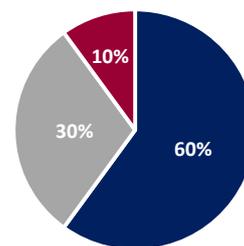
Grupo de Consumidores

Na Índia, o segmento de calçados masculinos contribui com 60% do faturamento total no mercado de calçados, ao passo que os calçados femininos detêm 30% da participação. Os calçados infantis representam 10% do total da participação de mercado.

O mercado de calçados masculinos está crescendo à CAGR de 10% e o feminino, a uma CAGR de 20%.

Fonte: www.indiaretailing.com

Participação dos Diferentes Grupos de Consumidores no Faturamento Total do Setor de Calçados



■ Men's ■ Women's ■ Kid's

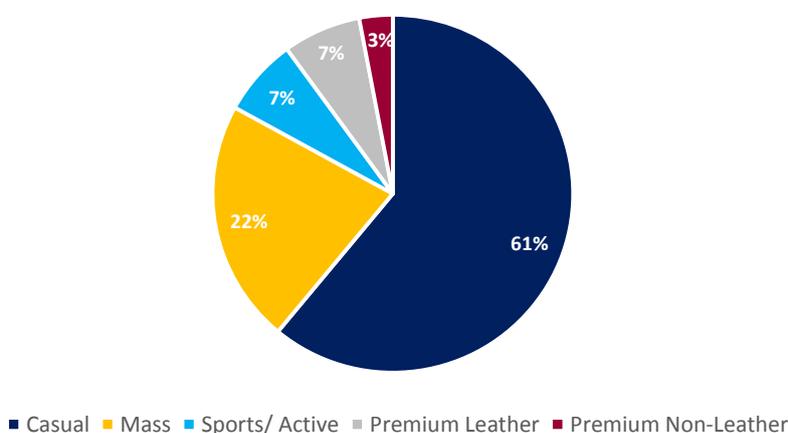
No momento, o setor feminino é atendido principalmente pelo setor não organizado.

Com base na Categoria de Produtos

O setor de calçados é segmentado nas categorias "atléticos" e "não atléticos", subdivididas em diversos tipos, conforme ilustrado no gráfico acima. Os calçados atléticos são usados principalmente para esportes e outras atividades físicas relacionadas. Os calçados não atléticos são usados principalmente no dia a dia, em ocasiões formais e casuais. Os calçados esportivos no segmento atlético e os calçados casuais no segmento não atlético têm a maior participação de mercado. Os calçados atléticos e não atléticos podem ser usados regular ou ocasionalmente, de acordo com a escolha do usuário.

Entre os calçados atléticos e não atléticos, **os calçados não atléticos são os mais requisitados pelos consumidores**. O segmento de calçados para fins medicinais, como os calçados para diabéticos, é um segmento emergente que está ganhando popularidade devido ao aumento da população com consciência de saúde e ao fato de que a Índia tem a maior população de diabéticos do mundo.

Apresentamos abaixo um gráfico que retrata a participação em volume dos segmentos do setor de calçados indiano.



Os calçados populares frequentemente referem-se a calçados com preços baixos e consiste principalmente em chinelos.

Os calçados casuais dominam o mercado de calçados indiano, seguido pelos calçados populares.

Fonte: T&A Research*¹

Com Base no Material Utilizado

As diferentes categorias de produtos no segmento de calçados podem ser classificadas utilizando diversas variedades de materiais, ou seja, couro e outros (como suede, borracha, couro sintético curtido, pele e tecido têxtil). Os calçados de couro são mais requisitados por homens, e os calçados sem couro são mais populares entre as mulheres.

A produção de couro em Agra e Uttar Pradesh são um grande segmento da produção total de Calçados de couro do país.

A Índia é o maior exportador de calçados de couro para os países desenvolvidos. Em 2015-16, o país produziu 968 milhões de pares de calçados de couro, 106 milhões de pares de cabedais de couro e 1.125 milhões de pares de calçados sem couro.

Fonte: Análise da T&A, com base em dados de 2014-15

Os sapatos e cabedais de couro são fabricados em unidades de média e grande escala, e o material que não couro é utilizado na fabricação de sandálias e *chappals* no setor artesanal.

Aviso de Isenção de Responsabilidade:

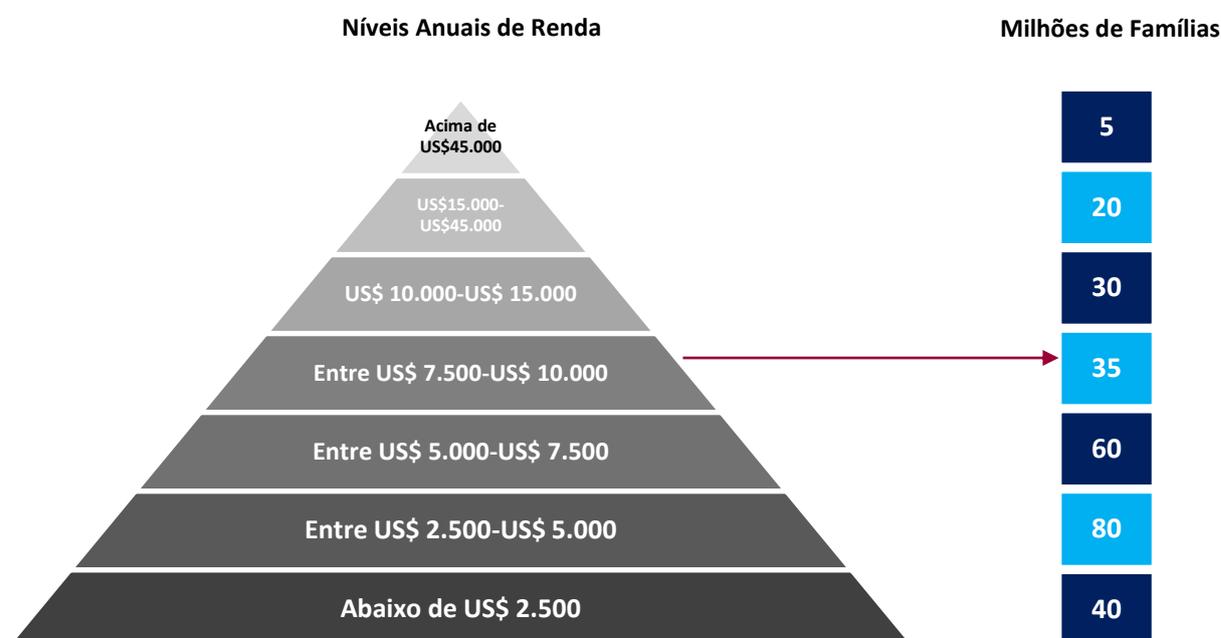
T&A Research*¹: Dados coletados de diversas fontes de dados, incluindo bancos de dados do Governo indiano, periódicos do setor, jornais diários nacionais, publicações de associações industriais e portais de pesquisa do mercado internacional. Além disso, as principais respostas à entrevista também foram consideradas.

1.3 Principais Tendências do Setor/Principais Determinantes

1.3.1 Maior Poder de Compra

O forte crescimento na renda per capita resultou em aumento na demanda por Calçados de qualidade e de marca.

No FY*² de 2015, havia cerca de 55 milhões de famílias indianas*³ na classe média (famílias com renda anual de US\$ 10.000 ou mais), com uma população total de aproximadamente 275 milhões, da qual somente 5 milhões de famílias indianas possuem níveis de renda anuais acima de US\$ 45.000. Apresentamos a seguir uma pirâmide de renda que representa a mudança na distribuição de renda na Índia (em termos de número de famílias).



Fonte: T&A Research

*² FY – Exercício Financeiro ou Exercício Social é o período com início em 1º de abril de 20xx até 31 de março de 20xx

*³ Família Indiana – Considera-se que uma família indiana tenha em média 5 pessoas

Espera-se que, até 2020, esse número de famílias na classe média alcance 100 milhões.

As rendas aumentaram em um ritmo acelerado na Índia e continuarão a aumentar, considerando as fortes perspectivas de crescimento econômico do país. A renda per capita (em preços atuais) em 2015/16 foi estimada em aproximadamente US\$ 1.425, com taxa de crescimento de 7,4% ao ano.

Fonte: T&A Research

1.3.2 Urbanização

Atualmente, 29% da população indiana reside em áreas urbanas e deve chegar a 32% até 2020. A urbanização e as rendas maiores devem ter um impacto sobre o estilo de vida e o padrão de despesas dos consumidores. Apesar de o mercado de calçados contribuir com menos de 1% para o PIB total do país, o Setor tem crescido. Além disso, o número maior de mulheres que trabalham e a maior exposição levaram a uma demanda mais alta por calçados formais e casuais.

O crescimento da população urbana é de 1,5 vez o crescimento da população em geral

A urbanização deve aumentar de 28% em 2006 para 32% em 2021

Além disso,

- ✓ O forte crescimento econômico desde os anos 90 levou
 - À rápida urbanização e a um aumento da classe média
 - A famílias nucleares e com dupla fonte de renda
- ✓ A população jovem e a penetração cada vez maior da mídia levaram a um aumento na demanda por Calçados estilosos e da moda

Fonte: T&A Research

*¹ FY – Exercício Financeiro ou Exercício Social é o período com início em 1º de abril de 20xx até 31 de março de 20xx

*² Família Indiana – Considera-se que uma família indiana tenha em média 5 pessoas

1.3.3 Aumento da Consciência de Moda

A exposição internacional cada vez maior entre os jovens indianos levou a um aumento da consciência sobre as marcas nacionais e internacionais no mercado.



Há uma alta demanda por calçados da moda e atrativos, especificamente entre os jovens, devido à maior exposição à mídia e ao aumento da consciência de moda. Há uma alta demanda por calçados com mais estilo e confortáveis. Ultimamente, o conforto tem se tornado um fator determinante na decisão de compra de calçados. Os calçados casuais estão ganhando popularidade entre ambos os grupos de consumidores, com aceitação maior de cores brilhantes e padrões mais peculiares na categoria de calçados masculinos.

1.3.4 Entrada de Marcas Internacionais

Há maior conhecimento de marca entre os clientes indianos. Uma economia de crescimento rápido e um número cada vez maior de



consumidores abastados inseriram a Índia na liga global dos países com conhecimento de marca. Entretanto, a maioria dos consumidores prefere uma faixa de preço que varia entre US\$ 15 e 75 no que diz respeito às marcas nacionais e internacionais. A liberalização, a globalização e o crescimento do varejo organizado têm tornado o mercado indiano mais atrativo para as empresas globais. Adidas, Nike, Reebok, Puma, Paul & Shark são algumas das empresas estrangeiras no mercado.

1.3.5 Varejo Multicanal

Os varejistas de calçados estão utilizando o varejo multicanal e as soluções de marketing em lojas físicas para valorizar a experiência de compra e preencher a lacuna entre os canais off-line e digital. O varejo organizado no mercado de calçados está se desenvolvendo e crescendo rapidamente com o aumento da renda familiar, a mudança do comportamento dos consumidores de economizar para gastar, o conhecimento de marca cada vez maior entre os indianos, a entrada de um grande número de marcas globais e a penetração de empresas de calçados em cidades de nível II e III.

Varejo On-Line: Ganhando Presença no Setor de Varejo

O segmento de varejo on-line tem grande potencial para crescer em um futuro próximo devido a um aumento na renda disponível e na conveniência. Estima-se que seja atingido um total de US\$ 14,5 bilhões até 2018, com crescimento da CAGR de 40-45% em 2014-2018



Fonte: T&A Research



2.0 Análise da Concorrência

Principais Empresas Nacionais

Apresentamos abaixo uma lista das principais empresas nacionais que atuam no setor de calçados indiano. Essas empresas de calçados atuam nos segmentos de calçados populares, econômicos, esportivos e premium do Setor.

Marca	Sede	Website	Carteira de Marcas	Formato no Varejo
Metro	Mumbai (Maharashtra)	www.metroshoes.net	<ul style="list-style-type: none"> Clark's Steve Madden Crocs 	<ul style="list-style-type: none"> + de 310 lojas em 90 cidades na Índia Website de marcas e outros portais de comércio eletrônico
Liberty	Karnal (Haryana)	www.libertyshoes.com	<ul style="list-style-type: none"> Force 10 Gliders Footfun Senorita Fortune Windsor Prefect Warrior 	<ul style="list-style-type: none"> 350 showrooms exclusivos 50 showrooms em 25 países 6000 outlets multimarcas
INC.5	Mumbai (Maharashtra)	www.inc5shoes.co.in	<ul style="list-style-type: none"> Inc.5 	<ul style="list-style-type: none"> Parceria com 225 redes de varejo 44 EBOs em toda a Índia
Ajanta	Calcutá (Bengala Ocidental)	www.ajantashoes.com	<ul style="list-style-type: none"> Impakto Freya Imperio Ajanta Skolar 	<ul style="list-style-type: none"> 20 EBOs na Índia Oriental MBOs Distribuidores

Khadim's	Calcutá (Bengala Ocidental)	www.khadims.com	<ul style="list-style-type: none"> • Khadim's • British • Walkers • Lazard • Turk • Cleo • Sharon • Pro • Softouch 	<ul style="list-style-type: none"> • 600 pontos de venda em 21 estados • Mais de 20.000 MBOs
Action	Nova Déli	www.actiongroup.co.in	<ul style="list-style-type: none"> • Campus • Healthplus • DotCom • Milano • Eva • School Time • Mausam • Florina • Micr • Hooha • Fun time • Roaming • Chanchal • Flyfloat • Synergy 	<ul style="list-style-type: none"> • EBOs franquizados • Website de marcas e importantes portais de comércio eletrônico
Paragon	Kerala	www.paragonfootwear.com	<ul style="list-style-type: none"> • Stimulus • Solea • Aaram • Arcadee • Escoute • Fender • Fookids • Vertex • Walkie 	<ul style="list-style-type: none"> • Distribuição por meio de 18 depósitos • Distribuidores

			<ul style="list-style-type: none"> • School World 	
Relaxo	Nova Déli	www.relaxofootwear.com	<ul style="list-style-type: none"> • Hawaii • Flite • Sparx • Schoolmate • Elena & Casualz • Bahamas 	<ul style="list-style-type: none"> • EBOs • Website de marcas • Portais de comércio eletrônico
Catwalk	Mumbai (Maharashtra)	www.catwalk.net.in	<ul style="list-style-type: none"> • Catwalk 	<ul style="list-style-type: none"> • 150 lojas em 31 cidades • Parceria com redes de varejo, como Pantaloons, Globus, Lifestyle e Shoppers Stop
Mochi	Mumbai (Maharashtra)	www.mochishoes.com	<ul style="list-style-type: none"> • Mochi 	<ul style="list-style-type: none"> • 70 EBOs em 35 cidades

Principais Empresas Estrangeiras

Empresas Estrangeiras com fabricação na Índia

Há forte presença de marcas internacionais no mercado indiano de calçados, e várias empresas estrangeiras fabricam calçados na Índia por meio de contratos ou acordos de licenciamento com fabricantes locais de calçados. Algumas marcas internacionais também operam por meio de escritórios de vendas exclusivos e fábricas próprias.

Marcas globais renomadas como Florsheim, Nunn Bush, Stacy Adams, Gabor, Clarks, Nike, Reebok, Ecco, Deichmann, Elefanten, St. Michaels, Hasley, Salamander e Colehaan são fabricadas sob licença na Índia. Muitas redes de varejo globais compram ativamente calçados de qualidade por preços competitivos da Índia.

Apresentamos abaixo uma lista das principais empresas estrangeiras no Setor de calçados da Índia.

Marca	Sede	Ano de Ingresso	Modo de Atuação	Website
Bata	Suíça	1931	Subsidiária- fabricação e EBOs	www.bata.in
Reebok	Estados Unidos	1995	Fabricação por contrato- Haryana, Karnataka, Uttar Pradesh, Punjab, Maharashtra	www.reebok.com
Nike	Estados Unidos	1995	Fabricação por contrato- Karnataka, Tamil Nadu, Andhra Pradesh, Madhya Pradesh, Uttar Pradesh, Maharashtra, Uttarakhand e Haryana	www.nike.com
Adidas	Alemanha	1996	Fabricação por contrato- Haryana, Himachal Pradesh, Andhra Pradesh, Uttar Pradesh, Uttarakhand, Tamil Nadu, Karnataka, Punjab, Rajastão, Maharashtra, Uttaranchal	www.adidas.co.in

Puma	Alemanha	2006	Fabricação por contrato- Nova Déli, Uttarakhand, Karnataka, Uttar Pradesh, Punjab, Haryana, Tamil Nadu, Uttaranchal	www.in.puma.com
Lotto	Treviso, Itália	2007	Contrato de Licenciamento com a Sports Lifestyle Pvt. Ltd. para fabricação e distribuição Haryana, Himachal Pradesh	www.lottosport.in
Crocs	Estados Unidos	2007	Subsidiária- Fabricação, EBOs e distribuidores (Metro Shoes)	www.shopcrocs.in
Clarks	RU	-	Fabricação por contrato e JV com o Grupo Future para distribuição	www.clarks.in
Florsheim	Estados Unidos	-	Fabricação por contrato com a Unico Retail Company- Chennai	www.florsheim.in
Deichmann	Alemanha	-	Fabricação por contrato com a KH, Farida e Avanti de Chennai; Lakhani de Nova Déli; Mirza de Kanpur; Metro & Metro e Tej Shoe Tech de Agra	www.deichmann.com
Gabor	Alemanha	-	Fabricação por contrato com a TATA International em Dewas e Chennai	www.gabor.de/en

Marcas Internacionais Importadas

Apresentamos abaixo uma lista de marcas internacionais de Calçados importados na Índia.

Marca	Sede	Acordo com Importadores/Distribuidores
Paul & Shark	Itália	JV com a Reliance Retail
ASICS	Japão	JV com a Reliance Retail
Salomon	Annecy, França	A&S Creation, Hindustan Army store, Planet Sports e Central Stores
Skechers	Estados Unidos	Varejo de única marca por meio de Joint Venture com a Future Retail
Airwalk	Estados Unidos	Contrato de licenciamento com a Wiesner Worldwide Kreation para fornecimento dos produtos na Índia
Merrell	Estados Unidos	JV entre TATA Internacional e Wolverine Worldwide Inc. para distribuição da marca Merrell

Adicionalmente, as marcas de segmentos premium e de luxo, como Gucci, Versace, Carlton London Aldo, Charles & Keith, Pavers England, Hush Puppies, Steve Madden, Tod, Bally, Ralph Lauren, Ermenegildo Zegna, Burberry, Chanel, Salvatore Ferragamo, Bottega Veneta, Armani, Hugo Boss, Dolce and Gabbana, McQueen e YSL, estão presentes na Índia por meio de seus *outlets* de marcas exclusivas ou em sites on-line (www.darveys.com, www.luxepolis.com, www.majorbrands.in).



Salvatore Ferragamo



KENNETH COLE
NEW YORK

Marcas de luxo como Louis Vuitton, Jimmy Choo e Longchamp também abriram suas lojas exclusivas para atender a consumidores urbanos sofisticados na Índia.

2.2 Situação Atual – Dependência de Importação

Em 2015-16, a Índia importou calçados no valor de US\$404 milhões

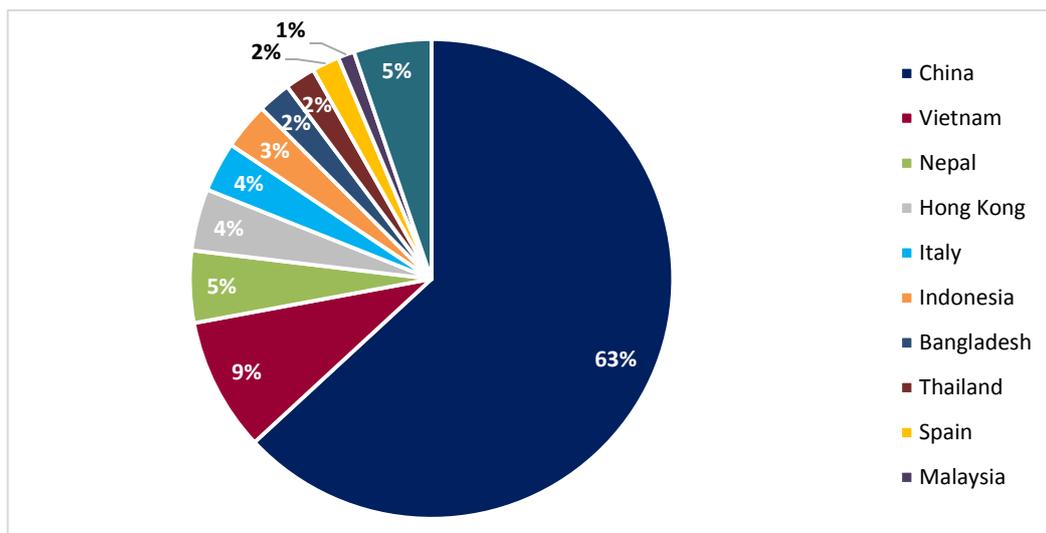
Detalhes das importações de cada Código SH

Códigos SH	Descrição do Item	Valor em Milhões de US\$	Principais Países de Importação
6401	Calçados impermeáveis de sola exterior e parte superior de borracha ou plástico, em que a parte superior não tenha sido reunida à sola exterior por costura ou por meio de rebites, pregos, parafusos, espigões ou dispositivos semelhantes.	6	China, Nepal, Cingapura, Malásia, Vietnã
6402	Outros calçados com sola exterior e parte superior de borracha ou plástico.	156	China, Indonésia, Vietnã, Tailândia, Espanha
6403	Calçados com sola exterior de borracha, plástico, couro natural ou reconstituído e parte superior de couro natural.	78	China, Indonésia, Itália, Malásia, Vietnã
6404	Calçados com sola exterior de borracha, plástico, couro natural ou reconstituído e parte superior de matérias têxteis.	114	China, Bangladesh, Nepal, Vietnã, Indonésia
6405	Outros calçados	50	China, Vietnã, Hong Kong, Malásia, Reino Unido
	Total	404	

Fonte: Ministério do Comércio

O Setor de calçados da Índia possui pouca dependência de importações, com calçados esportivos, botas de esqui, calçados de esqui *Cross-Country* ou botas de snowboard e outros calçados de borracha ou de plástico tendo os maiores níveis de importação no ano. Os calçados Impermeáveis são a categoria menos importada na Índia.

A China é a maior exportadora de calçados para a Índia, seguida do Vietnã, Nepal e Hong Kong. Apresentamos abaixo a importação nacional (valores em milhões de US\$) de Calçados durante o período semelhante.





3.0 Estrutura Regulatória e Política de Importação

3.0 Estrutura Regulatória e Política de Importação

3.1 Política de Importação, Regulamentos e Documentação Legal

O sistema de importação e exportação da Índia é regido pela Lei de Comércio Exterior (Desenvolvimento e Regulamentação) [*Foreign Trade (Development & Regulation) Act*] de 1992 e pela Política de Exportação e Importação (EXIM) da Índia.

O Sistema Harmonizado (SH) da Classificação Comercial Indiana (ITC) classifica os produtos em três categorias:

1. Restrito
2. Canalizado
3. Proibido



Qualquer produto não especificado nas categorias acima pode ser importado livremente caso o importador tenha obtido um IEC válido.

Itens Restritos

Podem ser importados somente após a obtenção da Licença de Importação. Também devem ser descartados da forma especificada pela Autoridade Licenciante.

Uma licença de importação é válida por 24 meses para bens de capital e 18 meses para todos os outros produtos.

Itens Canalizados

Itens que podem ser importados apenas utilizando métodos ou procedimentos específicos de transporte. Esses produtos podem ser importados apenas por agências canalizadoras.

Itens Proibidos

Esses produtos são estritamente proibidos de serem importados para a Índia.

Alguns exemplos desses itens incluem: animais selvagens, marfim não processado.

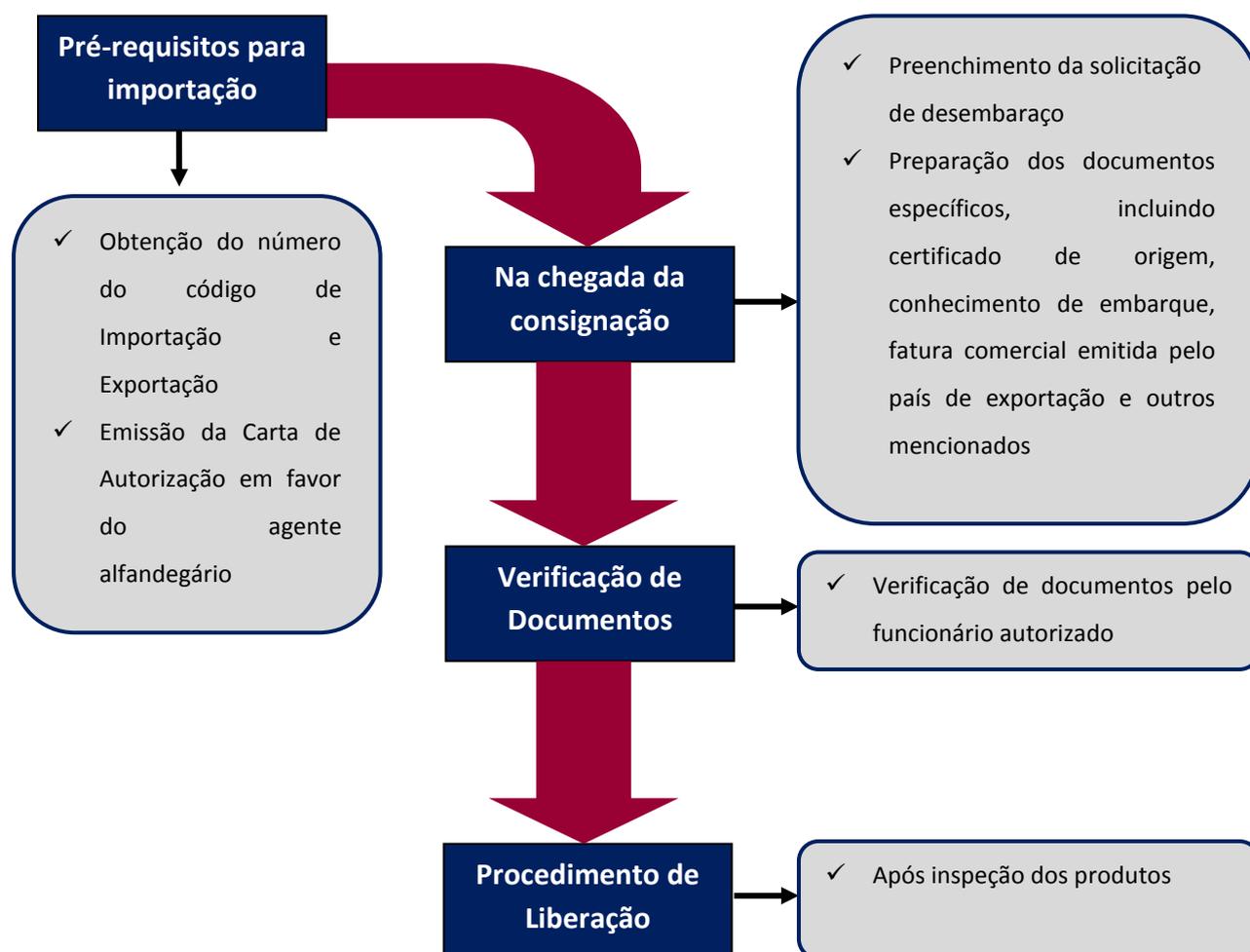
O valor das mercadorias importadas é determinado com base nas Normas de Valoração Aduaneira (Determinação do Valor das Mercadorias Importadas) de 2007.

O valor da tarifa sobre essas mercadorias importadas é determinado pelo Conselho Central de Tributos e Alfândega (CBEC) para as diferentes classes de mercadorias importadas.

Na Índia, os calçados e perneiras podem ser importados livremente. Não há regulamentos específicos com relação à importação de calçados na Índia, e eles podem ser importados de acordo com as normas e regulamentos gerais de importação.

Toda importador na Índia deve seguir um procedimento prescrito pelos órgãos reguladores.

Apresentamos abaixo o procedimento de importação a ser seguido para importação de calçados e perneiras:



1) Número do Código de Importação e Exportação

O registro na autoridade licenciante regional é uma pré-condição para a importação de produtos para obter o número do Código de Importação e Exportação (IEC), sem o qual as autoridades alfandegárias não liberarão os produtos. O IEC é emitido pelo Diretório Geral de Comércio Exterior. Contudo, nenhuma licença de Importação Especial é necessária para a importação de calçados e perneiras. Esse processo para se tornar um importador é um processo não recorrente, porém a renovação deve ser exigida dependendo do estatuto social estabelecido pela autoridade licenciante regional.

2) Carta de Autorização

O Importador deve apresentar uma Carta de Autorização em favor de um despachante aduaneiro (CHA) para o funcionário autorizado, caso ele opte por movimentar suas importações por meio de um CHA.

Solicitação de Liberação

Na chegada da consignação, o importador/CHA deve solicitar a liberação da consignação com o Departamento de Alfândega. De acordo com as normas estabelecidas pelo Conselho Central de Tributos e Alfândega, há critério de documentação básica, que deve ser apresentada no momento da importação para o país. Os documentos necessários no momento da importação em todos os casos são:

Código IE emitido pelo DGFT	
Declaração de Importação	Documento principal para todos os desembarços aduaneiros. Ela deve ser preenchida até 30 dias da chegada dos produtos em uma alfândega. Todos os desembarços, avaliação e verificação de produtos são feitos após o preenchimento dessa declaração de importação.
Fatura Comercial	Este documento é a fonte principal de cálculo do valor dos produtos importados de acordo com as leis relevantes. O valor passível de exação com base no qual o direito alfandegário é cobrado é finalizado com base nessa fatura comercial.
Conhecimento de Embarque/Conhecimento Aéreo	O conhecimento de embarque para envio marítimo ou conhecimento aéreo para transporte aéreo é um documento obrigatório para desembarços aduaneiros. Este documento apresenta os detalhes da carga carregada com os termos de entrega.
Certificado de Seguro	Esse é um documento comprobatório da declaração do importador sobre os termos de entrega. Esse documento permite que as autoridades alfandegárias verifiquem se o seguro está incluído no preço de venda do produto e encontrem, assim, um valor passível de exação.
Pedido de Compra/Carta de Crédito	Os termos e as condições do contrato de venda estão detalhados no pedido de compra/carta de crédito. As autoridades alfandegárias confirmam o valor das mercadorias passíveis de exação com base nas

	<p>condições mencionadas nesses documentos.</p> <p>O importador e o fornecedor concordam mutuamente sobre os termos e condições de venda de importações antes da remessa de fato das importações. Os preços, as especificações de qualidade, as condições de pagamento, os prazos de entrega, a forma de transporte, bem como outros termos e condições, estão pactuados e mencionados no pedido de compra.</p>
Challan Portuário	<p>É um formulário a ser preenchido ao efetuar o pagamento das taxas portuárias. Essas taxas são pagas assim que todas as outras formalidades aduaneiras forem concluídas.</p>
Certificado de Origem	<p>A origem dos Calçados e Perneiras importados deve ser apresentada juntamente com a solicitação de desembaraço. Um certificado de origem emitido pelas autoridades aprovadas necessárias no país exportador é necessário para a importação de Calçados e Perneiras. O certificado de origem auxilia na determinação da origem das mercadorias importadas e na concessão do benefício da isenção de tributos e impostos de importação.</p>

Atualmente, as informações necessárias são entregues on-line e os documentos necessários podem ser apresentados no momento da fiscalização, avaliação ou entrega das mercadorias importadas na alfândega de destino. Os parceiros internacionais do país compartilham medidas de qualidade uns com os outros e estão isentos de várias fiscalizações sobre os mesmos produtos tanto de exportação quanto de importação.

Avaliação com base no RSP para a importação de alguns itens no setor de calçados e perneiras

Alguns dos itens no setor de calçados e perneiras se enquadram no preço de venda no varejo (RSP) com base na avaliação para estimativa do imposto de importação. O CVD é calculado pela avaliação com base no RSP para determinar o tributo de importação. RSP significa preço de venda no varejo, que é o preço máximo pelo qual as mercadorias tributáveis embaladas poderão ser vendidas ao consumidor final e inclui todos os impostos locais ou de outra forma, frete, encargos de transporte, comissão devida aos distribuidores e todos os encargos com relação à propaganda, entrega, embalagem, remessa e outros. O preço é a única contraprestação por essa venda.

Exame Minucioso dos Documentos e Desembaraço

O Oficial Autorizado verifica os documentos apresentados pelo importador e pode solicitar esclarecimento, se necessário. Caso os documentos estejam em ordem, o Oficial Autorizado deverá pedir que o importador deposite o *challan* portuário para desembaraço.

3.2 Tendências de Importação e Exportação

Exportações

A Índia exporta calçados para mais de 186 países. O país é o sétimo maior exportador de calçados em todo o mundo, com uma contribuição de 1,4% no total de exportações globais de calçados. O país exportou 206 milhões de pares de calçados em 2015-16.

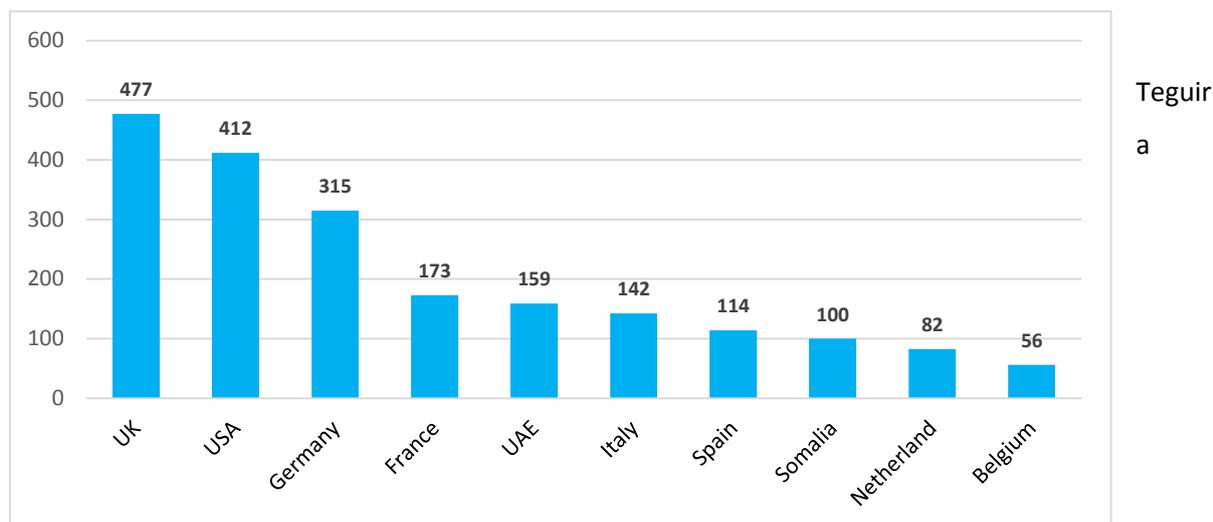
Exportações de cada Código SH.

Códigos SH	Valor em Milhões de US\$	Principais Países de Exportação
6401	2	Omã, Nepal, Bangladesh, EAU, Somália
6402	294	Afeganistão, Djibuti, Camarões, Quênia, Kuwait, Nigéria, Somália, EAU, Sudão
6403	1.906	Austrália, Bélgica, Canadá, Chile, Dinamarca, França, Alemanha, Itália, Países Baixos, Polônia, Rússia, Espanha, Reino Unido, EUA
6404	230	Argentina, Canadá, França, Alemanha, Itália, Países Baixos, Reino Unido, EUA, Somália
6405	12	Hungria, Bangladesh, Nepal
Total	2.444	

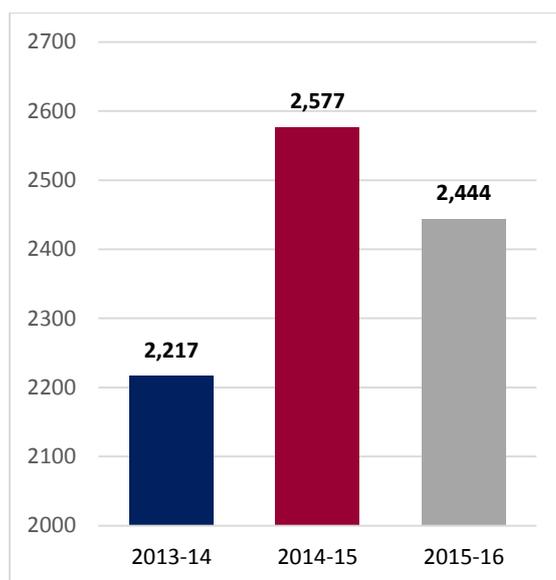
- **A Índia é o principal exportador de calçados de couro em todo o mundo.** Em 2015-16, as exportações de calçados de couro somaram US\$ 2.147,2 milhões. Os calçados de couro exportados da Índia são sapatos sociais, casuais, mocassins, calçados esportivos, *horrachies*, sandálias, sapatilhas, botas.
- A Índia surgiu como um fornecedor de calçados de couro de baixo a médio custo para os mercados mundiais.
- Os calçados sem couro exportados da Índia incluem calçados feitos de borracha, plástico, PVC e outros materiais.

O Reino Unido é o maior importador de calçados da Índia, seguido dos EUA, Alemanha, Itália e França. O continente europeu detém uma participação de quase 75% do total de exportações do país.

Exportações de calçados do país (valores em US\$ milhões) durante o período semelhante.



Tendência de exportação do setor de calçados indiano (3 anos).

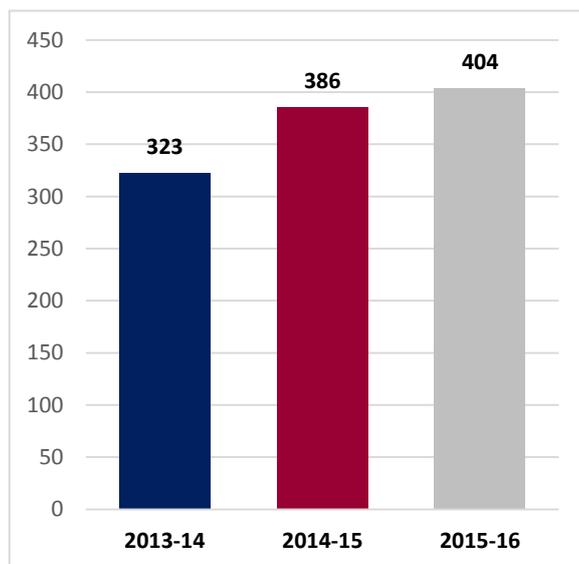


Fonte: Ministério do Comércio

Importações

Embora o setor de calçados seja menos dependente das exportações, houve um aumento no valor das importações de calçados na Índia durante um período de 3 anos. Os dados de importações dos Códigos SH são apresentados na seção [2.2 Situação atual – Dependência das Importações](#).

Tendência de importação do setor de calçados indiano (3 anos).



Fonte: Ministério do Comércio

3.3 Participação no Comércio Exterior Total da Índia

A participação em exportações e importações dos calçados no comércio exterior total da Índia está em níveis razoavelmente baixos. Apresentamos a seguir os dados do mesmo período de 2015-16.

Exportação de Calçados	Total de Exportações	Participação no Comércio Exterior Total da Índia
US\$ 2.444 milhões	US\$ 262.290,13 milhões	0,93%

Importação de Calçados	Total de Importações	Participação no Comércio Exterior Total da Índia
US\$ 404 milhões	US\$ 381.006,63 milhões	0,11%

3.4 Tarifas e Tributos de Importação

De acordo com a Lei Aduaneira [*Customs Act*], de 1962, todas as importações estão sujeitas a três tipos de tributos:

- Direito Básico
- Direitos Compensatórios
- Direitos Compensatórios Especiais ou Adicionais.

Todos os produtos do setor de calçados da Índia estão caracterizados no capítulo 64 do sistema de Códigos SH nos termos do *Customs Act*. Os subcódigos SH no capítulo 64 relacionados ao plástico têm uma alíquota de direito alfandegário consistente. Uma “Taxa de Aterissagem” de 1% é acrescentada ao valor do Custo, Seguro e Frete (CIF) para determinar o valor passível de exação para fins de direitos alfandegários.

O direito alfandegário aplicável aos Códigos SH no Capítulo 64 acima é apresentado a seguir.

Descrição do Direito Alfandegário	Alíquota Vigente do Imposto (Tarifa em %)
Direito Básico	10 %
Direitos Compensatórios	12,5 %
Tributo para a Educação	2%
Tributo para a Educação Superior	1%
Direitos Compensatórios Especiais ou Adicionais.	4%
Direito Alfandegário Vigente Total	29,441%



4.0 Oportunidades para Produtos Brasileiros na Índia

4.0 Oportunidades para Produtos Brasileiros na Índia

4.1 Tabela de Avaliação de Oportunidades

Com base na pesquisa da T&A, apresentamos a seguir uma tabela de avaliação de oportunidades que apresenta uma visão geral do setor de Calçados Indiano.

Potencial de Exportação ou Segmento de Valor	Grande		Médio		Pouco	
	Couro	Sem Couro	Couro	Sem Couro	Couro	Sem Couro
Material Utilizado						
Grupo de Consumidores						
Masculino				√	√	
Feminino		√			√	
Potencial de -						
• Instalação de produção própria	√					
• Fabricação por contrato	√					
Barreiras à Entrada					√	
Segmentos de Consumidores-Alvo						
<ul style="list-style-type: none"> As mulheres são atendidas principalmente pelo segmento não organizado. Entretanto, com a consciência de moda cada vez maior e a carteira da marca estabelecida, as mulheres podem ser um possível segmento de consumidores de Calçados sem couro na categoria casual. O preço é um elemento essencial para o sucesso de qualquer marca internacional no mercado indiano. As marcas estrangeiras, como Adidas, Nike, Puma, Reebok e outras, possuem grande aceitação entre os consumidores devido ao preço “dentro do orçamento” e ao alto valor de marca. As marcas premium e de luxo são preferidas por consumidores urbanos sofisticados. 						
Visão de Mercado						
<ul style="list-style-type: none"> A Índia é o segundo maior fabricante e o terceiro maior consumidor de calçados em todo o mundo. Cerca de dois terços do mercado é não organizado. O mercado de calçados do país é autossuficiente, com cerca de 90% da produção absorvida internamente, ao passo que os 10% restantes são exportados. Uttar Pradesh e Agra são os principais estados fabricantes de calçados. Calicute é um polo emergente de fabricação de calçados sem couro e está se tornando uma zona de exportação na Índia. 						

- A Indústria do Couro é o ponto forte central do Setor de calçados indiano e está voltada principalmente para as exportações.
- Os calçados de couro são mais requisitados por homens, e os calçados sem couro são mais populares entre as mulheres. Os calçados de couro têm uma participação de mercado significativa, e a Índia é o maior exportador de calçados de couro para os países desenvolvidos.
- O segmento de calçados casuais é o mais popular no setor de calçados, seguido pelos calçados populares, que têm preços baixos e normalmente incluem os chinelos.
- O mercado de calçados indiano é fragmentado, e os calçados são vendidos por meio de múltiplos canais como lojas de marcas únicas/exclusivas, lojas multimarcas e sites on-line.
- Há marcas nacionais e internacionais de calçados que operam no panorama do mercado indiano de calçados. O Setor possui pequenas, médias e grandes empresas envolvidas na fabricação de calçados na Índia. Os sapatos e cabedais de couro são produzidos principalmente em unidades de média a grande escala, ao passo que as sandálias e os chinelos são, em sua maioria, produzidos no setor artesanal.
- Há forte presença de marcas internacionais no mercado indiano de calçados, e várias empresas estrangeiras fabricam calçados na Índia nos termos de contratos ou acordos de licenciamento com os fabricantes locais de Calçados. Algumas marcas internacionais também operam por meio de escritórios de vendas exclusivos e fábricas próprias.
- As marcas internacionais em segmentos de luxo e premium estão presentes por meio de uma rota de exportação e importação e são distribuídas por meio de EBOs ou sites on-line. Por outro lado, algumas marcas também possuem parcerias com conglomerados que operam em lojas multimarcas para distribuição de seus calçados.

4.2 Estratégia de Entrada no Mercado

Há um potencial para as empresas brasileiras no Setor de calçados indiano. Como o varejo na Índia está focado nos calçados masculinos, há oportunidades consideráveis nos segmentos feminino e infantil, que não têm uma rede de varejo organizada com presença nacional em nenhuma dessas categorias.

A Índia é basicamente um mercado voltado para a exportação de calçados de couro. Assim, os calçados sem couro podem ser um segmento em potencial a ser considerado.

De acordo com as estatísticas das Câmaras Associadas de Comércio e Indústria da Índia (Assocham),



O segmento do nicho de calçados de luxo tem presença limitada de EBOs em shopping centers de luxo selecionados na Índia. Esse segmento detém uma participação de 1,3% do total do setor de Calçados da Índia e foi avaliado em US\$ 69 milhões em 2015.

As empresas brasileiras podem explorar as seguintes rotas de entrada no mercado indiano de acordo com o segmento-alvo (casual, popular, premium e luxo) e com a oferta de preços.

Instalação de fábrica própria
Fabricação mediante acordos de licenciamento ou contratuais
Rota de importação e exportação
Instalação de um escritório de vendas exclusivo e parcerias com distribuidores locais
Estabelecer <i>Outlets</i> de marcas exclusivas para distribuição

Atualmente, o setor de calçados não conta com licenças nem reservas, abrindo caminho para a expansão das capacidades com base em linhas modernas com maquinário de última geração.

Iniciativas do Governo

- O Governo permitiu 100% de Investimento Direto Estrangeiro por meio da rota automática no setor de calçados.
- Além disso, o Governo está instalando um exclusivo Complexo de calçados e uma Parte de Componentes para calçados onde estão localizados os blocos de Calçados. Tem havido um

interesse ativo em colaborar com as empresas de calçados indianas por parte de países europeus como Itália, Espanha e Portugal.

→ No setor varejista, o Governo permitiu 100% de IDE no varejo de marcas únicas, sujeito a aprovação, e 51% de IDE no varejo multimarcas.



5.0 Mapeamento de Possíveis Distribuidores

5.0 Mapeamento de Possíveis Distribuidores

A T&A identificou 8 importadores e distribuidores de calçados na Índia que podem ser parceiros de empresas brasileiras. Eles são:

Posição	Nome do Distribuidor	Marcas	Local	Website
1	Genesis Colors	<ul style="list-style-type: none"> • Jimmy Choo • Armani • Coach 	Gurugram	www.genesiscolors.com
2	Luxasia Cosmetics (India) Pte Ltd.	<ul style="list-style-type: none"> • Calvin Klien • Dolce & Gabbana • Roberto Cavalli 	Mumbai	www.luxasia.com
3	Shreyans	<ul style="list-style-type: none"> • Christian Dior • Pucci • Fendi 	Mumbai	www.shreyans.in
4	Reliance Group	<ul style="list-style-type: none"> • Paul & Shark • Superdry • Diesel • GAS 	Mumbai	www.relianceretail.com
5	Wisner Worldwide Kreations	<ul style="list-style-type: none"> • Airwalk 	Nova Déli	www.wwkindia.com
6	Planet Sports	<ul style="list-style-type: none"> • Adidas • Nike • Timberland • G Star 	Gurugram	www.planet-sports.com
7	A&S Creation	<ul style="list-style-type: none"> • Salomon 	Nova Déli	www.ascreations.in
8	Future Group	<ul style="list-style-type: none"> • Clarks 	Mumbai	www.futuregroup.in



6.0 Principais Influenciadores

6.0 Principais Influenciadores

Os órgãos reguladores, institutos de pesquisa, departamentos governamentais e organizações da Indústria desempenham um importante papel na formulação de políticas e adoção de nova tecnologia.

Abaixo estão alguns dos principais influenciadores no Setor de calçados da Índia. Cada organização tem sua própria atividade e agrega valor a todo o Setor de calçados.

Posição	Associações	Website
1	Central India Footwear Association	www.cifaindia.in
2	Conselho de Calçados, Couro e Acessórios	www.cfla.co.in
3	Indian Shoe Federation	www.indianshoefederation.in
4	Retailers Association of India (RAI)	www.rai.net.in
5	Footwear Design and Development Institute	www.fddiindia.com
6	Central Footwear Training Institute	www.cftichennai.in
7	Confederation of Indian Footwear Industries	www.cifi.in
8	Central Leather Research Institute	www.clri.org
9	Indian Finished Leather Manufacturers and Exporters Association	www.iflmea.net
10	Indian Footwear Component Manufacturer's Association	www.ifcoma.org



7.0 Principais Eventos de Comércio

7.0 Principais Eventos de Comércio

Apresentamos abaixo uma lista dos principais eventos da indústria agendados para 2017 no setor de calçados da Índia.

Po siç ão	Evento	Local	Data	Website	Ciclo/Frequência
1	India International Leather Fair	Chennai	1-3 de fevereiro de 2017	www.indiatradefair.com	Anual (Fevereiro)
2	Footwear India Expo	Nova Délhi	3-5 de fevereiro de 2017	www.footwearindiaexpo.com	Semestral (Fevereiro e Agosto)
			18-20 de agosto de 2017		
3	Brand India Footwear Expo	Mumbai	11-13 de fevereiro de 2017	www.brandindiafootwearexpo.com	Anual (Fevereiro)
4	India Shoes & Accessories forum	Mumbai	12-13 de abril de 2017	www.isaf.in	Anual (Março ou Abril)
5	India International Garment Fair	Nova Délhi	17-19 de julho de 2017	www.indiaapparelfair.com	Semestral (Janeiro e Julho)