

JAPÃO

OPORTUNIDADES PARA A INDÚSTRIA BRASILEIRA DE CALÇADOS NO JAPÃO

2015 





APEX-BRASIL

David Barioni
PRESIDENTE

André Marcos Favero
DIRETOR DE NEGÓCIOS

Antônio Carlos Villalba Codorniz
DIRETOR DE GESTÃO CORPORATIVA

Ana Paula Lindgren Alves Repezza
GERENTE DE ESTRATÉGIA DE MERCADO

Clara Santos

Patrícia Steffen

AUTORAS (GERÊNCIA DE ESTRATÉGIA DE MERCADO):

SEDE:

Setor Bancário Norte, Quadra 02, Lote 11,
CEP 70.040-020 - Brasília - DF
Tel.: 55 (61) 3426-0202 / Fax: 55 (61) 3426-0263
www.apexbrasil.com.br
E-mail: apexbrasil@apexbrasil.com.br

© 2015 Apex-Brasil

Qualquer parte desta obra poderá ser reproduzida, desde que citada a fonte.

ÍNDICE

SUMÁRIO EXECUTIVO	4
CALÇADOS	6
IMPORTAÇÕES	8
CALÇADOS BRASILEIROS	11
COTAS PARA CALÇADOS DE COURO	14



SUMÁRIO EXECUTIVO

O Japão representa a terceira maior economia no mundo somente atrás da China e dos Estados Unidos. Com uma população de 127 milhões de pessoas com alto poder aquisitivo – o país possui a segunda maior renda bruta per capita da Ásia – os japoneses possuem elevado potencial para consumo. A sociedade se caracteriza por uma alta expectativa de vida e baixa taxa de natalidade, resultando no envelhecimento da população. Assim, os japoneses com mais de 60 anos são muito representativos no consumo. Por outro lado, a faixa etária com maior renda média é aquela entre 40 e 49 anos.

O consumidor de moda japonês é muito bem informado e compra tanto produtos baratos como produtos caros. O preço que ele está disposto a pagar dependerá de sua empatia pela peça e de sua percepção em relação à sua qualidade. O consumidor paga um preço mais alto por uma peça que ele considera especial e que o agrada muito. Por outro lado, ele paga preços mais baixos por peças funcionais, das quais se espera que sejam úteis ou de fácil acesso. Em termos práticos, o mesmo consumidor frequenta vários tipos de lojas e combina os itens caros e baratos em seu dia a dia.

A maior parte dos produtos de vestuário e calçados consumidos é importada da China. Grande parte da produção japonesa de vestuário e calçados foi deslocada para esse país na década de 90, devido a seu baixo custo de mão-de-obra. Com o aumento do salário naquele país, muitas empresas japonesas estão transferindo suas fábricas para outros países asiáticos, como Vietnã, Bangladesh, Mianmar e Camboja. Marcas europeias e americanas também exportam para o Japão a partir da China e de outros países asiáticos. Produtos exportados diretamente de países europeus e dos EUA em geral possuem alto valor agregado e design diferenciado. Entre eles, destacam-se como fornecedores a Itália, em vestuário e calçados, e a Espanha, em calçados.

A massiva presença de marcas internacionais é uma das principais características do mercado, já que o país possui poucas barreiras para importações de produtos de moda, tanto tarifárias como técnicas. O interesse natural por outras culturas e marcas internacionais também facilita quem deseja entrar no mercado de calçados. A grande exceção são calçados de couro, cuja importação no Japão é sujeita a cotas.

O Japão é o quarto maior mercado de vestuário do mundo, atrás somente de China, Estados



Unidos e Alemanha, com vendas que somaram US\$ 70,9 bilhões em 2014. As importações (em valores CIF) somaram US\$ 29,7 bilhões no mesmo ano, e cresceram 40,6% em relação a 2009. O mercado, no mesmo período, cresceu apenas 2%. Biquínis e maiôs foram os produtos de maior destaque nas exportações brasileiras.

Já as vendas de calçados foram de US\$ 16,7 bilhões em 2013, colocando o país como oitavo maior mercado do mundo. Em termos de volume, o principal tipo de calçado exportado pelo Brasil ao Japão são calçados de borracha. Porém, as exportações de calçados de couro são as mais relevantes em valor, com US\$ 6,1 milhões. Há preferência por design que diferencie o produto de marcas locais e que seja reconhecido como um produto importado.

Para joias, o Japão é o terceiro maior mercado mundo. As vendas de joias em 2014 alcançaram US\$ 8,6 bilhões em 2014, com mais de 15,4 milhões de peças comercializadas. O volume de vendas de bijuterias é muito próximo, em 15,7 milhões de unidades, mas o valor é menor, estimado em US\$ 700 milhões. As mulheres japonesas preferem peças pequenas e discretas já que costumam usar joias no dia a dia, e não apenas em ocasiões especiais.

O varejo se caracteriza pela presença de lojas de departamento no mercado de luxo; grandes cadeias e lojas multimarcas especializadas em vestuário e calçados nos segmentos de padrão médio e médio-alto; e supermercados no segmento mais baixo. As vendas de moda via internet cresceram muito em anos recentes, principalmente entre os mais jovens. As lojas de departamento normalmente trabalham com consignação, ou seja, o varejista não compra as peças, apenas auferir uma margem sobre as peças que são efetivamente vendidas. Assim, negociam com os distribuidores o espaço em sua unidade, e este assume o risco pelas vendas.

O mercado japonês é interessante para produtos brasileiros. Apesar de ser maduro e competitivo, há diversos nichos a serem explorados. Muitas empresas estrangeiras consideram o mercado não só pelo alto nível de consumo, mas também por ser uma referência em moda para os países asiáticos. Mas para se estabelecer no mercado, empresas brasileiras precisam achar um equilíbrio na relação qualidade, design e preço. Em um mercado com presença de marcas internacionais é necessário diferenciar os produtos, porém a preços que condizem com a qualidade ofertada.



CALÇADOS

O mercado japonês de calçados é muito amadurecido e apresenta grande segmentação. Ao todo, estima-se que as vendas no país alcancem entre 660 milhões e 700 milhões de pares ao ano⁹, incluindo calçados esportivos. Aproximadamente 90% desse volume é importado. Em termos de valor, o Euromonitor estima que as vendas de calçados no Japão tenham alcançado US\$ 16,7 bilhões em 2013, colocando o país como oitavo maior mercado do mundo.

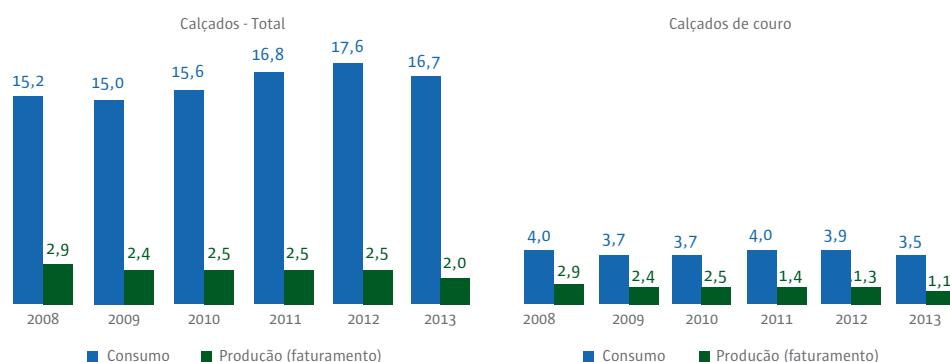


Gráfico 16

Consumo e produção de calçados no Japão (US\$ bilhões)

Fonte: Euromonitor International

As maiores regiões consumidoras são Tóquio, Osaka e Hokkaido. Já a produção japonesa de calçados concentra-se em três regiões: Tóquio, Osaka e Kobe. Em Tóquio e Osaka são produzidos principalmente calçados de couro, enquanto Kobe concentra a produção japonesa de calçados de couro sintético e calçados de menor qualidade. Mas a produção local vem caindo, dado o aumento da sensibilidade do consumidor japonês a preços nos últimos anos e a maior competitividade de fornecedores estrangeiros.

O faturamento da produção de calçados de couro caiu de US\$ 1,6 bilhão, em 2008, para US\$ 1,1 bilhão, em 2013¹⁰. Já o faturamento da produção de calçados de outros materiais caiu de US\$ 1,2 bilhão para US\$ 890 milhões no período. A busca por redução de custos impulsionou o deslocamento da produção a vizinhos asiáticos, enquanto as empresas mantiveram no Japão o design dos produtos. Os produtores que permaneceram no Japão vêm focando principalmente na produção de calçados confortáveis, direcionados à crescente população idosa.

A numeração de calçados no Japão é mais detalhada que a brasileira, variando a cada meio centímetro. Os tamanhos mais consumidos no Japão estariam entre os tamanhos 35 e 38 no

⁹ Segundo informações da F-Works,

¹⁰ Segundo dados do Euromonitor



Brasil. Em geral, ao vender marcas estrangeiras, a numeração original é mantida e o varejista indica ao cliente em que numeração local se encaixaria.

Antigamente, era comum solicitar adaptações por diferenças em relação à anatomia do pé japonês, proporcionalmente mais largo que o ocidental, mas essa característica vem se perdendo com graduais mudanças nas características da população, em especial o aumento da altura média. Também não costumam ser solicitadas adaptações em relação ao design. Ao contrário, um design que diferencie o produto de marcas locais e o coloque claramente como importado pode ser um ponto positivo. Há casos em que se solicita a troca de material, de couro natural para couro sintético, devido às limitações impostas para importações de calçados de couro.

Por outro lado, podem ser solicitadas algumas adaptações relacionadas ao padrão de uso de calçados no país. Em particular, há que se observar que o japonês tem o hábito de retirar os calçados ao entrar em alguns ambientes, especialmente em casa. Assim, há uma preferência por calçados fáceis de tirar. Por exemplo, quando um calçado possui fivela, geralmente é colocado um botão de pressão atrás para facilitar a abertura.

Como ocorre em outras categorias de moda, observam-se pelo menos dois grandes grupos de consumidores: um mais preocupado com o design e qualidade do produto, e menos sensível a preços. Nesse grupo, o fator idade é relativamente menos importante também. Porém, há outro grupo, que busca seguir tendências de moda, porém a preços mais acessíveis. A maior parte dos jovens japoneses se enquadra na segunda categoria, mas de modo geral os japoneses vêm se tornando mais sensíveis a preços.

Por outro lado, o nicho para calçados confortáveis ou “saudáveis” tornou-se um dos mais dinâmicos com o aumento da população idosa. Os fabricantes japoneses têm se voltado cada vez mais para esse nicho. Entre os calçados confortáveis importados, destacam-se os produtos alemães. Outra tendência relacionada ao envelhecimento da população é a queda do consumo de calçados infantis. As crianças em geral usam calçados esportivos como tênis, e também em couro sintético, estes fornecido em especial por fabricantes locais. O preço médio dos calçados infantis está entre três mil e cinco mil ienes (aproximadamente entre US\$ 30 e US\$ 50).

As mulheres costumam comprar mais pares de calçados por ano, mas em contrapartida os homens gastam mais por par. As pessoas em geral deslocam-se de metrô, então é importante



que os calçados sejam suficientemente confortáveis para caminhar. Por essa razão, as mulheres preferem saltos médios, embora haja maior aderência aos saltos altos entre mulheres mais jovens, até 30 anos.

O Japão possui três grandes cadeias de lojas de calçados no Japão o ABC-Mart, Chiyoda e G-Foot, que juntas concentram quase metade das vendas de calçados no país. Todas são mais especializadas em calçados de preço baixo a médio. ABC Mart e G-Foot trabalham com algumas marcas de calçados europeus. A primeira importa essas marcas diretamente, enquanto a G-Foot trabalha com importadores. As três redes estão bem distribuídas no território japonês.

Os calçados de mais alto padrão, por sua vez são vendidos em canais como select shops, lojas de departamento e lojas especializadas. São comprados em quantidades menores e normalmente passam por menos intermediários entre a importação e o varejista. Alguns varejistas, inclusive, vêm buscando diretamente os fornecedores internacionais, buscando obter margens maiores nas vendas do produto.

IMPORTAÇÕES

O Japão importa principalmente calçados têxteis (6404) e calçados de borracha ou plástico (6402), que juntos concentram 83,5% do volume total, como pode ser observado na Tabela 10, abaixo. As importações de calçados de couro (6403) representam apenas 6,1% do total de pares de calçados importados pelo Japão, mas foram responsáveis por mais de um quarto (26,1%) do valor importado. Como se nota na Tabela 10, o preço médio do calçado de couro importado no Japão é mais de quatro vezes superior à média.



Código SH4	Descrição	Valor importado em 2014 (US\$)	Quantidade importada em 2014 (pares)	Preço médio (US\$/par)	Cresc. médio do valor importado 2009-2014 (%)	Cresc. médio da qtde. importada 2009-2014 (%)
6401	Calçados impermeáveis de sola exterior e parte superior de borracha ou plásticos, em que a parte superior não tenha sido reunida à sola exterior por costura ou por meio de rebites, pregos, parafusos, saliências (espigões) ou dispositivos semelhantes, nem formada por diferentes partes reunidas pelos mesmos processos	208.298.459	27.924.145	7,46	7,8%	3,5%
6402	Outros calçados com sola exterior e parte superior de borracha ou plásticos.	1.964.282.053	235.385.218	8,34	0,3%	-2,4%
6403	Calçados com sola exterior de borracha, plásticos, couro natural ou reconstituído e parte superior de couro natural	1.426.595.172	39.572.354	36,05	7,4%	5,7%
6404	Calçados com sola exterior de borracha, plásticos, couro natural ou reconstituído e parte superior de matérias têxteis	1.731.671.563	303.498.001	5,71	13,6%	4,1%
6405	Outros calçados.	142.880.659	38.725.552	3,69	16,2%	11,2%
Total de importações de calçados		5.473.727.906	645.105.270	8,49	6,1%	1,8%

Tabela 10

Importações japonesas de calçados por tipo. Fonte: GTISI

Enquanto o mercado como um todo apresentou crescimento positivo, tanto em valor como em volume, as importações de calçados brasileiros caíram no período, como se pode observar na Tabela 11. A queda pode ser verificada em todas as posições, exceto 6401, que é a de menor valor em todo o período.



Código SH4	Descrição	Valor importado do Brasil em 2014 (US\$)	Quantidade importada do Brasil em 2014 (pares)	Preço médio do Brasil (US\$/par)	Cresc. médio do valor importado do Brasil 2009-2014 (%)	Cresc. médio da qtde importada do Brasil 2009-2014 (%)
6401	Calçados impermeáveis de sola exterior e parte superior de borracha ou plásticos, em que a parte superior não tenha sido reunida à sola exterior por costura ou por meio de rebites, pregos, parafusos, saliências (espigões) ou dispositivos semelhantes, nem formada por diferentes partes reunidas pelos mesmos processos	65.041	1.300	50,03	45,7%	43,2%
6402	Outros calçados com sola exterior e parte superior de borracha ou plásticos.	5.646.166	689.705	8,19	-3,6%	-3,5%
6403	Calçados com sola exterior de borracha, plásticos, couro natural ou reconstituído e parte superior de couro natural	6.134.658	90.739	67,61	-11,8%	-16,4%
6404	Calçados com sola exterior de borracha, plásticos, couro natural ou reconstituído e parte superior de matérias têxteis	1.122.010	40.242	27,88	-5,6%	-13,1%
6405	Outros calçados.	370.881	4.800	77,27	-1,6%	-1,9%
Total de importações de calçados		13.338.756	826.786	16,13	-8,0%	-6,1%

Tabela 11

Importações japonesas de calçados do Brasil por tipo. Fonte: Euromonitor International

Nota-se que, em termos de volume, o principal tipo de calçado exportado pelo Brasil ao Japão são calçados de borracha. Esta é também a única posição em que o preço médio do Brasil é inferior ao médio das importações totais do Japão. Porém, as exportações de calçados de couro são as mais relevantes em valor.

A China é o grande fornecedor de calçados no Japão, respondendo por 85% do volume importado (550 milhões de pares), e 62% do valor total (Gráfico 17). A Itália, por sua vez, com 7% do valor importado, respondeu por apenas 0,5% das importações japonesas em volume. De fato, enquanto o preço médio do calçado importado da China foi US\$ 6,14, abaixo da média do mercado (US\$ 8,49), o preço médio de importação do calçado italiano no Japão foi de US\$ 124,22.

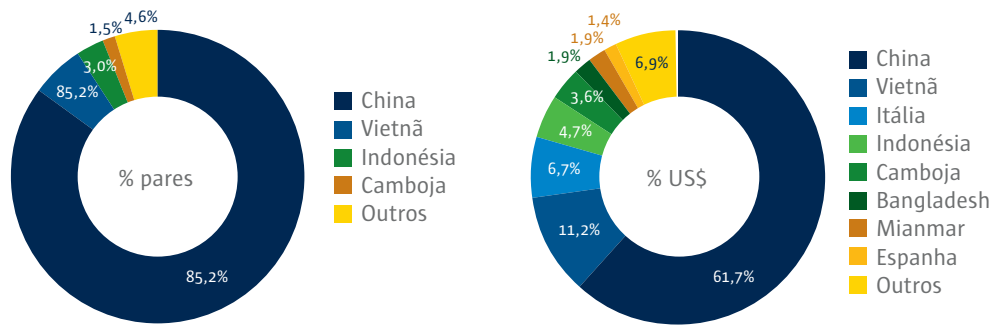


Gráfico 17

Principais fornecedores de calçados no Japão, por quantidade (em pares) e por valor (em US\$) - 2014

Fonte: GTIS

A principal feira de calçados do Japão é a ISF (International Shoes and Leather Goods Fair), que ocorre em Tóquio com edições em abril e outubro. A feira, com foco B2B, reúne entre 110 e 120 expositores, metade deles estrangeiros. Dentre estes, a maioria são asiáticos buscando divulgar serviços de OEM. A Alemanha também costuma ter uma participação significativa nessa feira, levando marcas. Outro concorrente europeu, a Espanha, realiza seu próprio evento de promoção no Japão, o Shoes from Spain.

Mas os compradores que buscam marcas estrangeiras, e não apenas serviços de OEM, visitam regularmente feiras no exterior, especialmente a Micam, em Milão. Além de ser uma plataforma para conhecer possíveis novos fornecedores, a feira internacional pode ser uma plataforma para manter o relacionamento, já que distribuidores conhecem e escolhem os modelos de empresas brasileiras que representam visitando seus estandes em feiras internacionais.

CALÇADOS BRASILEIROS

As importações japonesas de calçados brasileiros alcançaram de 827 mil pares, somando US\$ 13,4 milhões¹¹ em 2014. O Brasil exporta principalmente calçados de borracha ou plástico (posição 6402), com 690 mil pares. Mas calçados de couro, com 91 mil pares exportados, responde por quase metade do valor importado, com US\$ 6,1 milhões. De modo geral, as exportações brasileiras de calçados para o Japão vêm caindo em anos recentes, apesar do crescimento do mercado. A Tabela 12 mostra os principais calçados exportados pelo Brasil para o mercado japonês.

¹¹ Valores reportados pelo Japão, a preço CIF, assim como os demais fornecedores mencionados



SH6	Descrição	Importações totais do Japão em 2014 (US\$)	Preço médio das importações totais do Japão em 2014 (US\$/par)	Cresc. médio das imp. totais do Japão 2009-2014 (US\$)	Importações japonesas do Brasil em 2014 (US\$)	Preço médio das importações japonesas do Brasil em 2014 (US\$/par)	Cresc. médio das imp. japonesas do Brasil 2009-2014 (US\$)	Participação brasileira em 2014 (%)
640399	Outros calçados de couro natural	870.634.658	28,93	10,9%	3.915.918	55,95	-14,2%	0,4%
640299	Outros calçados de borracha ou plástico	1.452.777.845	7,30	0,6%	3.802.554	11,78	-4,6%	0,3%
640220	Calçados de borracha ou plástico, com parte superior em tiras fixadas à sola por pregos, tachas	14.073.196	1,86	4,9%	1.769.775	4,85	-0,8%	12,6%
640359	Outros calçados de couro natural e sola exterior de couro	188.128.174	123,82	6,5%	1.595.475	108,73	-0,1%	0,8%
640419	Outros calçados de matérias têxteis, com sola de borracha ou plástico	1.353.408.380	4,84	13,1%	946.900	25,64	-6,4%	0,1%



640590	Outros calçados com solas exteriores de borracha ou plástico	65.694.356	29,78	21,8%	353.606	78,46	-2,5%	0,5%
640391	Outros calçados de couro natural, cobrindo o tornozelo	315.346.722	42,70	2,6%	319.175	77,32	-16,0%	0,1%
640351	Calçados de couro natural, com sola de couro, cobrindo o tornozelo	38.189.623	210,16	-2,6%	304.089	155,78	-15,7%	0,8%
640420	Calçados de matérias têxteis, com sola exterior de couro natural	14.247.418	82,40	5,6%	118.739	123,17	-7,7%	0,8%
Calçados - total		5.473.727.905	8,49	6,1%	13.338.755	16,13	-8,0%	0,2%

Tabela 12

Principais calçados exportados pelo Brasil para o Japão. Fonte: GTIS

Em relação ao posicionamento de calçados brasileiros no Japão, há uma percepção de relação entre preço e qualidade mais favorável que aquela notada em vestuário e acessórios. Também foram observados menos problemas em relação à entrega ou produtos com defeitos. A qualidade do material e o design dos calçados brasileiros também são mencionados como pontos positivos entre distribuidores e varejistas. Por outro lado, os calçados brasileiros em geral são mais vendidos nas estações primavera e verão, pois não são considerados adequados ao inverno japonês. Uma opção para algumas empresas brasileiras é licenciar a marca ao distribuidor, para que este posicione produtos com a marca durante o inverno.

O preço médio de importação do calçado de couro brasileiro foi US\$ 67,61/ par (preço CIF). No varejo, os calçados de couro brasileiros em geral são posicionados com preços entre ¥\$ 15 mil e ¥\$ 25 mil, algo entre US\$ 150 e US\$ 250. Essa é uma faixa de preços para calçados de médio a



alto padrão. Tais produtos são normalmente vendidos em select shops, lojas de departamento e lojas especializadas.

Sandálias de dedo brasileiras tem preço médio de varejo começando em torno de ¥\$ 2.000. As sandálias de dedo brasileiras estão bem posicionadas no mercado japonês, e possuem uma imagem mais relacionada ao Brasil que outros tipos de calçado. Calçados de plástico estão posicionados em uma faixa de ¥\$ 4.000 a ¥\$ 15.000, a depender da marca. Sandálias de dedo e calçados de plástico são vendidas, além de select shops e lojas de departamento, também em lojas do tipo lifestyle. São lojas não especializadas em moda, que vendem produtos variados, como artigos de papelaria e artigos para decoração. Exemplos desses varejistas são o Sony Plaza e Free People.

Em relação a calçados de juta, os maiores concorrentes no mercado japonês são produtos espanhóis. As marcas mais baratas custam entre ¥\$ 5.000 e ¥\$ 6.000, enquanto os calçados espanhóis são posicionados com preços entre ¥\$ 20.000 (aprox. US\$ 200) a ¥\$ 30.000 (aprox. US\$ 300). O produto brasileiro se situa numa faixa de preço intermediária.

COTAS PARA CALÇADAS DE COURO

A importação de calçados de couro no Japão está sujeita a um sistema de cotas. Mais especificamente, entram na cota todos os calçados entre os códigos 6403.20 e 6403.99, além dos códigos 6404.19, 6404.20, 6405.10 e 6405.90, que contenham couro em suas partes superiores. Dentro da cota, fixada em aproximadamente 12 milhões de pares por ano desde 1996, é aplicada a tarifa primária de 21,6% ou 24% ad valorem, a depender do produto. Fora da cota, é aplicada uma tarifa de 30% ad valorem, ou ¥\$4.300 por par, o que for maior, para a maior parte dos produtos incluídos na cota. Em alguns casos, a tarifa fora da cota é 30% ou ¥\$2.400 por par, o que for maior, e para outros é 60% ou ¥\$4.800 por par, o que for maior. A cota é distribuída entre importadores japoneses a cada ano fiscal (maio-abril) com base em suas importações no ano anterior.¹²

Calçados esportivos, mesmo com couro, não estão incluídos no sistema de cotas, mas ainda assim são tributados com altas tarifas, de 27% ou 30%. Por exemplo, o produto da classificação japonesa de mercadorias 6403.99.021 (Footwear with outer soles of rubber, plastics, leather or

¹² Vide Anexo 1



composition leather and uppers of leather: Other footwear : Other: Other: Slippers; Footwear for gymnastics, athletics or similar activities), não está incluído nas cotas. A tarifa de importação aplicada a produtos a esse produto é 30%.

Porém, o Japão possui acordos de cooperação econômica com vários países do Sudeste Asiático e com países da ASEAN. Assim, para países como Vietnã, Camboja, Bangladesh, Indonésia e Mianmar são aplicadas tarifas preferenciais na importação de calçados de couro, que chegam a até 0% ad valorem em alguns casos, sem limite de quantidade. Assim, tais tarifas preferenciais são inferiores às tarifas de importação aplicadas aos demais países dentro da cota de importação.

Com isso, em 2013 foram importados 10,9 milhões de pares de calçados de couro dentro da cota, quantidade inferior ao limite total, e que representou uma redução de 4,6% em relação ao ano anterior. Já as importações de calçados fora da cota alcançaram 20,9 milhões de pares, 13,1% a mais em relação ao ano anterior. Muitas empresas japonesas migraram sua produção de calçados de couro para países do Sudeste Asiático, beneficiados por tarifas preferenciais. Todos os principais fornecedores apresentados no Gráfico 18 tem acesso a tarifas preferenciais, com exceção de China e Itália.

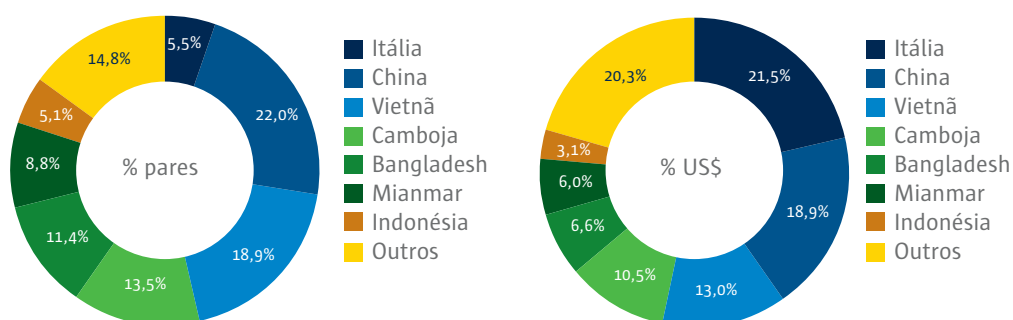


Gráfico 18

Principais fornecedores de calçados de couro (6403) ao Japão, em valor (US\$) e em volume (pares) - 2014

Fonte: GTIS

A China, mesmo sem acesso a tarifas preferenciais, é o maior fornecedor em volume dessa categoria de calçados também, mas com uma posição mais equilibrada em relação aos demais fornecedores. Por outro lado, em termos de valor, a Itália é o maior fornecedor. Novamente aqui cabe destacar a diferença de preço médio entre produto italiano (US\$ 141,61/ par) e os demais fornecedores. O Brasil exportou quase 91 mil pares de calçados de couro ao Japão, somando US\$ 6,1 milhões. O preço médio de importação do calçado brasileiro foi US\$ 67,61/par.



A Tabela 13, abaixo, mostra as tarifas ad valorem equivalentes médias para os códigos SH6 incluídos nas cotas para calçados de couro, para os principais fornecedores mostrados no Gráfico 18 e para o Brasil. A tarifa equivalente calculada mostra qual seria a tarifa correspondente às cotas aplicadas, e permite uma melhor comparação às condições a que estão submetidos o Brasil e seus competidores. Ademais, a tarifa equivalente apresentada na Tabela 13 representa uma média das tarifas equivalentes das linhas tarifárias nacionais do Japão incluídas em cada código SH6.

Código SH6	Descrição	Nº de linhas tarifárias nacionais	Nação mais favorecida (inclui Brasil, China e Itália)	Camboja e Mianmar	Bangladesh	Indonésia	Vietnã
6403.20	Calçados de couro natural, com parte superior em tiras	2	185,83%	0%	0%	8,30%	8,30%
6403.40	Outros calçados de couro natural, com biqueira protetora de metal	2	167,91%	0%	0%	8,30%	8,30%
6403.51	Calçados de couro natural, com sola de couro, cobrindo o tornozelo	3	46,47%	0%	0%	14,53%	16,63%
6403.59	Outros calçados de couro natural e sola exterior de couro	7	56,29%	15,69%	38,10%	15,69%	15,69%
6403.91	Outros calçados de couro natural, cobrindo o tornozelo	4	71,86%	0%	0%	18,40%	19,98%
6403.99	Outros calçados de couro natural	7	126,97%	15,80%	94,02%	15,80%	15,80%
6404.19	Outros calçados de matérias têxteis, com sola de borracha ou plástico	5	80,68%	0%	0%	8,26%	10,56%
6404.20	Calçados de matérias têxteis, com sola exterior de couro natural	7	70,39%	0%	0%	15,16%	17,21%
6405.10	Outros calçados de couro natural ou reconstituído	4	52,33%	0%	0%	9,93%	10,73%
6405.90	Outros calçados com solas exteriores de borracha ou plástico	6	85,59%	0%	0%	13,13%	13,58%

Tabela 13

Tarifas Ad Valorem Equivalentes Para Calçados de Couro Fora da Cota – Principais Fornecedores. Fonte: Market Access Map



Ministério do
**Desenvolvimento, Indústria
e Comércio Exterior**

