

580 - ANÁLISE DO MERCADO CALÇADISTA DO MUNICÍPIO DE FRANCA-SP NO PERÍODO DE 2003-2007 - JACQUELINE SALDANHA DE OLIVEIRA (Faculdade de História, Direito e Serviço Social, UNESP, FRANCA), ISABELA SOARES CURCE (Faculdade de História, Direito e Serviço Social, UNESP, FRANCA), CATARINA MARIOTO CARDOSO (Faculdade de História, Direito e Serviço Social, UNESP, FRANCA), ALYSSA CECILIA BARACAT (Faculdade de História, Direito e Serviço Social, UNESP, FRANCA) - jacque.saldanha@gmail.com

Introdução: Foi realizado um prognóstico das indústrias calçadistas para analisar o seu desempenho e encontrar instrumentos que auxiliassem na compreensão do atual estágio do setor, bem como os reflexos da concorrência externa. Com esses dados, buscou-se relacionar o significado das mesmas e a realidade sócio-econômica vivenciada por Franca, procedimento que objetivou extrair instrumentos de análise relacionados à temática de estudo do grupo, no sentido de conhecer as ferramentas estratégicas utilizadas pelas principais empresas do setor calçadista e os seus respectivos efeitos frente à conjuntura do mercado global. **Objetivos:** Como integrantes do Grupo de Estudos de Marketing Internacional, desenvolvemos atividades acadêmicas coerentes à corrente de análise adotada pelo grupo e prospectamos dados com o objetivo de agregar informações que viabilizassem o levantamento dos indicadores sócio-econômicos da cidade de Franca no período de 2003-2007. **Métodos:** Tendo como base dados do IBGE, da Prefeitura do Município de Franca e do Sindicato dos Calçadistas de Franca, foi possível perceber uma diminuição de empregos no setor industrial de Franca, devido, principalmente, ao fato de que algumas indústrias calçadistas sofreram consideráveis impactos seja em função de mudanças na política cambial ou outros fatores que culminaram na retração da produção e até mesmo no fechamento de algumas delas. **Resultados:** De acordo com o que foi analisado no período 2003-2007, constatou-se que grande parcela da fragilidade conjuntural a que a indústria calçadista de Franca está submetida advém da diminuição do rol de parceiros comerciais, fato que lhe faz refém das intempéries econômicas. Além disso, a diminuição do custo de produção da indústria italiana e a oferta a baixo custo da planta chinesa, grandes concorrentes. No entanto, o que mais debilita a posição da indústria calçadista de Franca no cenário internacional é a gestão familiar conservadora e tradicional fechada às reestruturações que os novos padrões exigem. **RESUMO:** O uso de políticas obsoletas e falidas de Marketing sucumbe grandes estruturas tradicionais, as quais visionavam aspectos quantitativos que não mais atendem à demanda internacional. Portanto, para o progresso da participação da indústria calçadista de Franca no cenário de concorrência global, torna-se necessário despende esforços no sentido de se diversificar a pauta de parceiros comerciais, valorizando, sobretudo, os países da América Latina. Ademais, faz-se de crucial importância o desenvolvimento de políticas de Marketing abrangentes e condizentes com a linguagem mercadológica vigente, as quais os participantes do projeto selecionariam de forma a montar um plano de marketing estratégico para o setor.