

ABINFORMA

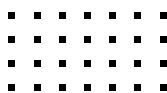
INFORMATIVO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

JANEIRO 2022 | Nº 358 | ANO 32



**NÚMERO DE
FRANQUIAS
CRESCEREM EM TODO
O BRASIL**

PALAVRA DO PRESIDENTE



O ANO DA RETOMADA

Haroldo Ferreira

Presidente-executivo da Abicalçados

Depois de um 2020 muito difícil, com queda de produção de mais de 18%, puxada sobretudo pelo fraco desempenho no mercado doméstico, registramos uma retomada no ano passado. Especialmente a partir do segundo semestre, com o avanço da vacinação e a abertura do comércio físico, logramos um crescimento expressivo sobre a base de 2020.

No mercado doméstico, o crescimento sobre 2020 foi de mais de 20% (registro oficial até outubro). Já as exportações, com impulso importante dos embarques para os Estados Unidos, cresceram 36,8% em dólares e 32% em volume no comparativo com o ano anterior. Apoiados em um câmbio favorável para a formação de preços mais competitivos no mercado internacional e o consumo represado pela pandemia, alcançamos resultados ainda mais favoráveis quando convertemos a receita gerada em reais. Em moeda brasileira, as exportações de 2021 geraram R\$ 4,86 bilhões, 47% mais do que no ano imediatamente anterior.

A recuperação da atividade teve reflexo na geração de postos. Intensivo em mão de obra, o setor calçadista reflete rapidamente os estímulos econômicos. Até novembro, dado mais recente disponibilizado pelo MTE, foram geradas mais de 37 mil vagas, fazendo com que as mais de cinco mil fábricas de calçados espalhadas pelo País encerrassem o período empregando, diretamente, mais de 282 mil pessoas.

Para 2022, a expectativa é de seguirmos na toada da recuperação. Agora sobre uma base mais forte, a de 2021, o crescimento será mais tímido, mas consistente. A Inteligência de Mercado da Abicalçados estima que a produção deva crescer, em média, 3%, sendo impulsionada pelo mercado internacional, onde devemos registrar incremento de mais de 5%. Mesmo com o crescimento, no entanto, não chegaremos aos patamares produtivos da pré-pandemia, em 2019, mas ficaremos cada vez mais próximos.

Da nossa parte, os calçadistas podem esperar o que sempre tiveram: uma luta constante por melhores condições de competitividade e pelo desenvolvimento da atividade. Que venha 2022!



CONHEÇA A ABICALÇADOS

CONSELHO DELIBERATIVO

Presidente: Caetano Bianco Neto

Conselheiros: Analdo S. Moraes, Astor R. Ranft, Caio Borges, Carlos A. Mestriner, Claudio Chies, Darcio Klaus (Cisso), Jorge Bischoff, Junior César Silva, Marco L. Müller, Paulo Konrath, Renato Klein, Ricardo José Wirth, Rosnei A. Silva, Samir Nakad e Sérgio Gracia

Conselho Fiscal: Danilo Cristófoli, Eduardo Jacob, José Paulo Boelter, Maurício de Vargas, Paulo Vicente Bender e João Altair dos Santos

PRESIDENTE-EXECUTIVO: Haroldo Ferreira



SUMÁRIO

ABI NA MÍDIA

4 **CRESCER OPORTUNIDADE DE EMPREGO NO SETOR CALÇADISTA**

ESPECIAL

6 **FRANQUIAS IMPULSIONAM CRESCIMENTO DO SETOR CALÇADISTA**

ABINOTÍCIAS

12 **SETOR CALÇADISTA DEVE CRESCER EM TORNO DE 8% EM 2021**

ABINOTÍCIAS

13 **DESONERAÇÃO DA FOLHA FOI A “MELHOR NOTÍCIA” DO ANO PARA O SETOR**

ABINOTÍCIAS

14 **SETOR CALÇADISTA GEROU MAIS DE 37 MIL POSTOS NO ANO**

ABINOTÍCIAS

16 **ABICALÇADOS PROMOVE WEBINAR SOBRE LOGÍSTICA REVERSA DE EMBALAGENS**

ABINOTÍCIAS

17 **COM INICIATIVAS E BENEFÍCIOS EM DIVERSAS FRENTES, ABICALÇADOS ATRAI NOVOS ASSOCIADOS**

ARTIGO ESPECIALISTA

19 **O FRANCHISING E A INDÚSTRIA DE CALÇADOS**

ABINOTÍCIAS

20 **ABICALÇADOS ANUNCIA DOIS NOVOS PARCEIROS NO CLUBE DE BENEFÍCIOS**

ABINOTÍCIAS

21 **USAFLEX RECEBE O SELO DIAMANTE DO PROGRAMA ORIGEM SUSTENTÁVEL**

RETROSPECTIVA 2021

22 **CONFIRMA OS DESTAQUES DO ANO PASSADO**

ABINOTÍCIAS

25 **COUROMODA ACONTECE ENTRE OS DIAS 17 DE 19 DE JANEIRO, EM SÃO PAULO**

ABINOTÍCIAS

27 **INSPIRAMAIS ACONTECE EM PORTO ALEGRE/RS NOS DIAS 25 E 26 DE JANEIRO DE 2022**

ABINOTÍCIAS

28 **COM FOCO EM SUSTENTABILIDADE, FIMEC DEVE MARCAR RETOMADA ECONÔMICA**

BRAZILIAN FOOTWEAR

29 **SUSTENTABILIDADE NOS PÉS**

BRAZILIAN FOOTWEAR

32 **EXPO RIVA SCHUH TERÁ A PRESENÇA DE 26 MARCAS BRASILEIRAS**

BRAZILIAN FOOTWEAR

33 **BRAZILIAN FOOTWEAR LANÇA SÉRIE INTERNACIONAL SOBRE SUSTENTABILIDADE**

BRAZILIAN FOOTWEAR

35 **RODADAS DIGITAIS INTERNACIONAIS GERAM US\$ 4,3 MILHÕES**

BALANÇA COMERCIAL

37 **EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS AUMENTARAM 36,8% EM 2021**

ABINFORMA

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

Janeiro 2022 Nº 358 - Ano 32

EDIÇÃO

Diego Rosinha (Mtb. 13.096)
Nicolle Frapiccini (Mtb 20.143)

TEXTOS

Diego Rosinha (Mtb. 13.096)

FOTOS

Equipe Abicalçados e Divulgação

PRODUÇÃO GRÁFICA

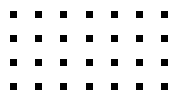
Gabriel Dias | @gabrieldias.ppg

CONTATO

Rua Júlio de Castilhos, 561
Novo Hamburgo/RS
Cep: 93510-130
Fone: 51 3594-7011
imprensa@abicalcados.com.br
www.abicalcados.com.br

REDES SOCIAIS

f abicalcados
@ abicalcadosoficial
yt abicalcados
in company/abicalcados
📧 abicast



CRESCE OPORTUNIDADE DE EMPREGO NO SETOR CALÇADISTA



06 DE DEZEMBRO DE 2021
RBS TV | RBS NOTÍCIAS

A retomada do setor calçadista reflete na geração de empregos e as indústrias gaúchas são as que mais criaram oportunidades de trabalho este ano. Entre janeiro e outubro, dez mil novas vagas foram abertas no Estado.

[Assista aqui](#)

EXPORTAÇÃO EM ALTA E RETOMADA DO MERCADO INTERNO IMPULSIONAM CONTRATAÇÕES NO SETOR CALÇADISTA



7 DE DEZEMBRO DE 2021
VALOR ECONÔMICO | GERAL

Fortemente afetado pela pandemia em 2020, o setor de calçados mostra sinais de recuperação neste ano. De janeiro a outubro foram geradas 37 mil vagas de emprego no setor, somando 282,8 mil postos de trabalho ativos, 13% acima do mesmo período de 2020 e em estabilidade (-0,6%) com 2019. Os dados obtidos pelo Valor são da Abicalçados, associação do setor. A alavanca principal da criação de empregos e que tem dado fôlego ao setor são as exportações, diz o presidente da Abicalçados, Haroldo Ferreira. “Existe uma recuperação em andamento, especialmente no mercado internacional. Entre janeiro e outubro, as exportações somaram 99 milhões de pares, gerando US\$ 712,4 milhões, incrementos de 32,2% em volume e de 30,7% em receita na relação com o mesmo ínterim do ano passado”, destaca ele.

[Confira a matéria completa.](#)

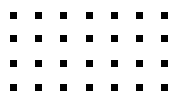
SENADO VOTARÁ CONTINUIDADE DA DESONERAÇÃO



07 DE DEZEMBRO DE 2021
SBT | SBT BRASIL

O projeto que prorroga a desoneração da folha de pagamentos das empresas deve ser votado no Senado nesta quinta-feira. Para continuar valendo no ano que vem, a desoneração da folha de pagamentos das empresas precisa ser aprovada antes do recesso do Congresso Nacional, no final da próxima semana.

[Assista aqui](#)





APÓS MOBILIZAÇÃO, DESONERAÇÃO DA FOLHA ENTRA NA PAUTA



**08 DE DEZEMBRO DE 2021
JORNAL NH | ECONOMIA | P. 22**

Após reunião ontem com empresários e líderes de entidades ligadas a setores da economia, o presidente do Senado, senador Rodrigo Pacheco (PSD-MG), afirmou que a desoneração da folha de pagamento entrará na pauta de votação amanhã. O projeto da desoneração passou pela Câmara dos Deputados em 17 de novembro. [...] O presidente da Abicalçados, Haroldo Ferreira, participou da reunião nesta terça-feira e comemorou a decisão.

EXPORTAÇÃO DE CALÇADO BRASILEIRO AVANÇA PUXADA PELOS EUA



**10 DE DEZEMBRO DE 2021
FOLHA DE SP | GERAL**

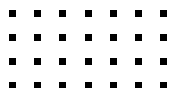
As exportações de calçados brasileiros cresceram neste ano e superaram os patamares observados antes da pandemia em 77 países de destino, com o mercado dos Estados Unidos à frente, segundo a Abicalçados, associação do setor. No acumulado até novembro, foram 111 milhões de pares enviados ao exterior, 30% a mais do que em igual período do ano passado e quase 6% acima dos resultados de 2019. A receita alcançou R\$ 4,5 bilhões, dos quais um quarto veio dos EUA. Somente em novembro, 11,7 milhões de pares foram exportados, somando R\$ 521 milhões. O volume cresceu 22%, enquanto o faturamento avançou 74,5% ante o mesmo mês do ano passado, de acordo com a entidade. [Confira a matéria completa.](#)

BOLSONARO SANCIONA PROJETO QUE PRORROGA DESONERAÇÃO DA FOLHA DE PAGAMENTO ATÉ 2023



**31 DE DEZEMBRO DE 2021
O GLOBO | GERAL**

BRASÍLIA - O presidente Jair Bolsonaro sancionou, nesta sexta-feira, o projeto de lei que prorroga, até o fim de 2023, a desoneração da folha de pagamento para os 17 setores que mais empregam no país, com 6 milhões de empregos. Sem esta medida, publicada em uma edição extraordinária do Diário Oficial no último dia do ano, a desoneração da folha de pagamento perderia a validade na manhã deste sábado. De acordo com o presidente da Abicalçados, Haroldo Ferreira, a medida é fundamental para que o setor possa manter - e até mesmo ampliar - os mais de 37 mil postos já criados ao longo de 2021. - É a melhor notícia do ano! Com a desoneração, poderemos seguir na toada da recuperação dos empregos do setor, que em 2021 estão mais de 13% superiores aos registros de 2020, retomada que não existiria caso houvesse mais essa oneração - disse.



FRANQUIAS IMPULSIONAM CRESCIMENTO DO SETOR CALÇADISTA



Em crescimento ao longo de 2021 - de 8% na produção até novembro, conforme dados oficiais mais recentes -, o setor calçadista brasileiro vem expandindo suas atividades no varejo nacional e internacional por meio do *franchising*. Dados da Associação Brasileira de Franchising (ABF) apontam que as mais de 2,5 mil redes de franquias e 150 mil unidades franqueadas no Brasil geraram mais de R\$ 182 bilhões nos últimos 12 meses (sendo R\$ 24 bilhões somente no setor de Moda), um crescimento de 8,4% em relação a 2020.

O presidente da ABF, André Friedheim, destaca que o setor de *franchising* já representa 2,7% do PIB brasileiro e vem registrando crescimento nos últimos anos. “O *franchising* tem demonstrado uma recuperação importante. A Pesquisa Trimestral de Desempenho do setor feita pela ABF mostra que chegamos aos meses de julho, agosto e setembro de 2021 no mesmo patamar de faturamento do terceiro trimestre de 2019, o que mostra uma franca recuperação”, avalia, ressaltando que a projeção da entidade é encerrar 2021 com um faturamento 9% maior do que em 2020. “No setor de Moda, no qual está inserido o Calçado, o crescimento deve ultrapassar 11%, portanto acima da média nacional”, prevê.



BIBI: TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NAS FRANQUIAS



Com a abertura de 21 unidades de franquias no ano passado, a Bibi é um dos cases de sucesso do setor calçadista. Hoje com 146 unidades em operação no Brasil e na América Latina (Peru, Chile, Equador e Guatemala), a empresa enxerga no *franchising* uma forma rápida e rentável de crescimento. No segmento de franquias desde 2008, a Bibi conta com dois modelos de negócios. O formato de loja Standard, com investimento a partir de R\$ 580 mil, criado para ser implantado em shopping centers de capitais e grandes metrópoles; e conceito

Light, com custo de R\$ 450 mil, indicado para cidades com, em média, 200 mil habitantes. Nos valores, já estão inclusos instalações, soluções tecnológicas, primeiro estoque, capital de giro e taxa de franquia.

A presidente da Bibi, Andrea Kohlrausch, conta que um dos segredos da rápida expansão da marca no *franchising* tem relação com a aceleração dos processos de transformação digital. “As cidades com franquias permitem uma maior agilidade nas vendas. Nessas, os consumidores podem contar com os benefícios do e-commerce, com Prateleira Infinita, Clique e Retire, Entrega Expressa, Bibi Delivery e Bibi em Casa. Dessa forma, a integração e diversificação de canais também auxilia no aumento das vendas e, conseqüentemente, do faturamento das lojas que fazem parte da rede”, conta a executiva, ressaltando que a Bibi acelerou ainda mais seus planos de transformação digital para consolidar as competências dos canais digitais da rede de franquias.

Para ser um franqueado da Bibi, Andrea explica que a empresa interessada deve estar em sinergia com a marca, além de passar por um período de avaliação, no qual são levados em consideração aspectos como propósito de vida, identificação com o universo de Varejo e da Bibi, capacidade financeira, experiência, ética, entre outros indicadores importantes. “Após ser aprovado, ele ainda passa pelo período de imersão cultural na Bibi, em que conhecerá mais afundo sobre a marca e seu propósito para, em seguida, desenvolvermos juntamente o plano de inauguração, levando como base a escolha do ponto, reforma do local, projeto arquitetônico, contratação da equipe etc”, conta a executiva, destacando que a Bibi presta todo o suporte necessário ao franqueado, por meio de consultores de campo que acompanham as lojas e o desempenho delas, além de um time de planejamento comercial, que apoia na parte de compra, provendo assim um controle efetivo do estoque.

Do total produzido pela Bibi, mais de dois milhões de pares de sapatos por ano, em 2021, 37% foi vendido por lojas multimarcas, 41% foi colocado no mercado por lojas próprias e franquias e os demais exportados. Em 2022, prevendo a abertura de 25 novas lojas, sendo 12 internacionais, a empresa estima que 43% das vendas serão via franquias, 35% via multimarcas e o restante será vendido para o mercado externo.



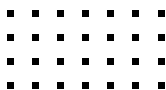


USAFLEX: METEÓRICA EXPANSÃO NO VAREJO

Tendo apostado fortemente no mercado de franquias há pouco mais de cinco anos, a Usaflex já contabiliza 254 unidades no território nacional - sendo 21 inauguradas em 2021. Conforme a empresa, as franquias já representam mais de um terço das vendas, que somaram mais de 2,9 milhões de pares no ano passado. Até 2024, segundo o diretor de Franquias da Usaflex, Elbio Armiliatto, existe um plano bastante agressivo de expansão: somar mais de 400 lojas no Brasil, com franquias respondendo por mais de 50% do faturamento da empresa no mercado doméstico. “A partir do crescimento do número de franquias no Brasil, a marca Usaflex ganhou muita visibilidade, de forma a mostrar para as consumidoras toda qualidade do seu *mix* de produtos”, avalia Armiliatto.

Para abrir uma franquia Usaflex, que prevê investimento de em torno de R\$ 350 mil, o interessado deve passar por uma análise criteriosa, especialmente nos aspectos de capacidade financeira e operacional e disponibilidade para dedicação ao

negócio. “Depois de validado no processo inicial, o candidato a franqueado conhece toda a empresa, seu processo interno e a operação de uma loja, passando por entrevistas finais com os diretores. Aprovado como franqueado, inicia-se o processo de busca de ponto comercial onde se pretende inaugurar a loja”, conta o diretor. Segundo ele, a Usaflex conta também com uma área de Operação de Loja que, além da equipe interna da empresa, soma o trabalho dos consultores de campo, que são o elo de ligação entre os franqueados e a Usaflex. “Os consultores de campo visitam as franquias, implementam e acompanham junto às lojas o Programa de Excelência de Franquias Usaflex, que orienta como deve ser operada uma Franquia Usaflex”, detalha Armiliatto, acrescentando que a Usaflex exige renovação do contrato para operação a cada cinco anos.





JORGE BISCHOFF: “EMBAIXADORES DA MARCA”



A Jorge Bischoff vê os franqueados como “embaixadores da marca”. Tendo inaugurado 15 lojas em 2021, a empresa aposta na diversificação de cidades de atuação, não ficando concentrada apenas nos grandes centros urbanos. A medida, conforme o designer e CEO, Jorge Bischoff, tem se mostrado acertada. Hoje são 96 lojas, sendo uma exclusiva para e-commerce. “Enfrentamos muitos desafios, como todo o mercado, mas nos posicionamos muito bem. Dezembro de 2021 teve o melhor resultado para o mês em toda nossa história. As franquias tiveram um faturamento 11% acima de dezembro de 2019, ou seja, superando patamar anterior à pandemia. Podemos dizer que fizemos um ano de 2021 sensacional em resultados”, comemora o empresário, destacando que as franquias são o principal ramo de atuação e também o principal foco em expansão de negócios da empresa, atualmente representando em torno de 60% das vendas.

Para abrir uma loja Jorge Bischoff, que demanda um investimento médio a partir de R\$ 385 mil, o interessado passa por uma seleção de parceiros. “São embaixadores da nossa marca, por isso temos um cuidado importante para que seja mantido o padrão da Jorge Bischoff”, conta o empresário. Segundo ele, após entrar para o time Jorge Bischoff, o franqueado poderá contar com todo o suporte necessário para a melhor gestão do negócio. “Isso se reflete nos resultados e na fidelidade dos nossos parceiros e a prova é que vários deles possuem mais de uma franquia da nossa marca. É espetacular perceber que as pessoas envolvidas na nossa rede de franquias são apaixonadas, cuidando da grife como um patrimônio, com muito carinho e dedicação”, avalia.

Para 2022, Bischoff conta que a expansão por meio de franquias seguirá forte. Já estão assinados contratos para abertura de 14 lojas, em Belo Horizonte/MG, São Paulo/SP, Curitiba/PR e Lajeado/RS. “A meta da empresa é fechar o ano com 125 lojas exclusivas. Uma das apostas é expandir ainda mais pelas cidades do interior do Brasil, que têm um gigantesco potencial econômico - muito por conta do agro-negócio - e anseiam muito por receber lojas exclusivas da marca”, projeta o empresário.





PICCADILLY: APOSTA NO MULTICANAL



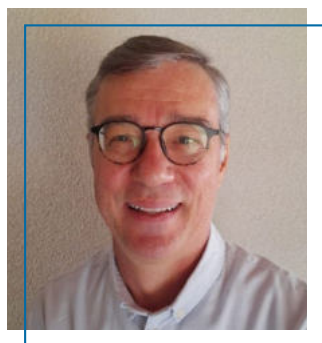
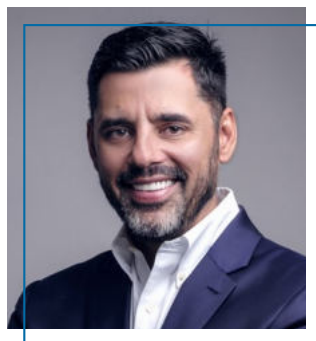
Tradicional indústria de calçados femininos, a Piccadilly vem aumentando a sua experiência no varejo monomarca. Com uma produção anual de mais de 5 milhões de pares, a empresa conta atualmente com 14 franquias, número que pretende aumentar nos próximos anos.

O head de Franquias da Piccadilly, Marcos Vinícius Finokiet, destaca que os últimos dois anos foram bastante desafiadores para a empresa, que se viu impelida a buscar formas diferenciadas de atuação no mercado. “Precisamos ser ágeis e inovadores e conseguimos isso a partir de novos processos e ferramentas digitais que facilitaram a chegada de nossos produtos até nossos lojistas e consumidores. Em 2021, dobramos o nosso número de franquias e assumimos posições estratégicas nos melhores shoppings e mercados. Passamos a oferecer a conveniência e acesso a nossa marca no ambiente físico e no digital de forma integrada, apostando na multicanalidade”, conta.

Para operar uma franquia Piccadilly, que prevê um investimento entre R\$ 350 mil e R\$ 500 mil, o interessado passa por entrevistas

e visita a sede da empresa, no Rio Grande do Sul. “Vencidas as etapas de aprovação do candidato, seguimos para o planejamento de abertura da franquia. Desde o processo de implantação até a abertura da franquia, nossos franqueados são acompanhados por nossa equipe de *franchising*, que é composta por um time experiente com múltiplas competências que oferece todas as informações necessárias para o sucesso do negócio”, conta Finokiet, ressaltando, ainda, que além do suporte permanente na operação, o franqueado pode contar com ferramentas de gestão que facilitam o dia a dia do negócio e um *software* exclusivo que reúne todos os dados das consumidoras, seus hábitos e preferências de consumo.

Finokiet conta que, para 2022, a expectativa é encerrar o ano com mais 30 franquias inauguradas, consolidando o processo de expansão no varejo monomarca.



DEMOCRATA: APROXIMAÇÃO COM O CONSUMIDOR

Representando a expansão do setor de calçados masculinos no *franchising*, a Democrata comercializa 15% da sua produção de cerca de 300 mil pares mensais em 61 lojas licenciadas em todas as regiões do País. “As lojas Democrata, juntamente com o e-commerce da marca, fazem parte da estratégia de uma maior aproximação e interação com nossos consumidores. Este contato

direto com os consumidores e shoppers é uma forma de conhecer e entendê-los cada vez mais, transformando estas relevantes informações em valiosas contribuições para desenvolver e entregar produtos e soluções de alto padrão para todo o mercado”, explica Marcelo Paludetto, diretor da empresa.

Para 2022, Paludetto projeta a abertura de 15 novos pontos de franquias no Brasil.



Fimec

45ª FEIRA INTERNACIONAL DE COUROS, PRODUTOS QUÍMICOS, COMPONENTES, MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA CALÇADOS E CURTUMES.

Quer tudo em uma só feira?



Escolha Fimec, a única que tem tudo.

Visite a única feira que reúne no mesmo lugar toda a operação do setor coureiro-calçadista.

FEIRA PRESENCIAL

08 a 10 de março de 2022
DAS 13H ÀS 20H

FENAC | NOVO HAMBURGO/RS

Da produção à logística, aqui você encontra:

- Couros e peles
- Máquinas e equipamentos
- Produtos químicos
- Tecnologia e inovação
- Componentes
- Moda e design

Participe da Fimec. A feira profissional que tem tudo o que você precisa.

Faça seu credenciamento:



Seja um expositor.

51 3584 7200
comercial@fenac.com.br

51 3067 5750
comercial@rufatto.com.br

f /feirafimec

www.fimec.com.br

PATROCÍNIO:



APOIO:



ABIACAV • ABQTC • ACI-NH/CB/EV • ACSUL • FIEGRS • IBTEC • SEBRAE

REALIZAÇÃO:



Experiências Conectam





SETOR CALÇADISTA DEVE CRESCER EM TORNO DE 8% EM 2021

Com mais de cinco mil fábricas que empregam diretamente cerca de 280 mil pessoas em todo o Brasil, a Abicalçados estima que o setor deve ter um crescimento de mais de 8% em 2021. Os dados oficiais serão divulgados no Relatório Setorial, ainda no primeiro semestre do ano. Conforme a entidade, o crescimento foi impulsionado pelas exportações de calçados, que encerram o ano 36,8% superiores a 2020, em valores gerados.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, avalia que 2021 foi um ano de recuperação gradual, especialmente a partir do segundo semestre. “Em 2020, em função da pandemia de Covid-19, registramos um tombo de mais de 18%, voltando ao patamar produtivo de mais de uma década atrás. A partir de 2021, com o avanço da vacinação, a abertura do comércio físico e a retomada da demanda internacional, passamos a ter uma recuperação”, avalia. Segundo ele, mesmo com o crescimento de aproximadamente 8%, o setor deve encerrar o ano com uma produção menor do que a de 2019. A produção de calçados para 2021 está estimada em mais de 825 milhões de pares, o que coloca o Brasil na quinta posição entre os maiores produtores do planeta, atrás da China, Índia, Vietnã e Indonésia.

Se o mercado interno patinou na recuperação ao longo do ano, o mesmo não ocorreu com as exportações. No ano passado, as exportações de calçados registraram o embarque de 123,6 milhões de pares, que geraram US\$ 900,3 milhões em 2021. Os resultados são superiores tanto em volume (+32%) quanto em valores (+36,8%) em relação a 2020.

Intensivo em mão de obra, o setor calçadista também registrou um incremento de mais de 37 mil postos ao longo do ano. Em novembro, estavam empregadas na atividade mais de 282 mil pessoas, 11,4% mais do que no mesmo mês do ano passado e 0,2% mais do que em 2019. “A atividade responde muito rapidamente aos estímulos da demanda. Com a recuperação do consumo, tivemos um incremento importante no estoque de empregos. A manutenção da desoneração da folha de pagamentos também teve um papel importante nesse resultado, pois permitiu que as empresas seguissem gerando postos de trabalho sem uma maior oneração tributária”, avalia Ferreira.

Para 2022, a Abicalçados estima a continuidade da recuperação. A projeção da entidade é um crescimento em torno de 3% na produção, o que ainda deve deixar o setor abaixo dos níveis produtivos da pré-pandemia. Já as exportações devem ter um incremento de mais de 5%, em volume, com resultado 7,5% maior do que em 2019. “A indústria calçadista, como tradicionalmente, deverá crescer mais do que o PIB brasileiro”, conclui o executivo.



ABINOTÍCIAS

DESONERAÇÃO DA FOLHA FOI A “MELHOR NOTÍCIA” DO ANO PARA O SETOR

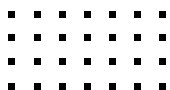
A Abicalçados comemora a conversão do PL 2541/2021 na Lei nº 14.288 publicada em edição extra do Diário Oficial do dia 31 de dezembro de 2021, à noite. A medida, que prorroga a chamada desoneração da folha de pagamentos até o final de 2023, possibilita que as indústrias de calçados sigam recolhendo 1,5% da sua receita bruta interna, ao invés dos 20% sobre a folha de pagamentos de seus funcionários.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que a medida é fundamental para que o setor possa manter - e até mesmo ampliar - os mais de 37 mil postos criados ao longo de 2021. “É a melhor notícia do ano! Com a desoneração poderemos seguir na toada da recuperação dos empregos do setor, que em 2021 estão mais de 12% superiores aos registros de 2020, retomada que não existiria caso houvesse mais essa oneração”, diz.

Ferreira avalia que a manutenção da desoneração da folha coroa uma longa batalha travada durante o ano, que contou com vasta mobilização da Abicalçados junto ao Congresso Nacional, com o apoio da Frente Parlamentar em Defesa do Setor Coureiro-Calçadista, presidida pelo deputado federal Lucas Redecker.

Atualmente, as mais de cinco mil indústrias de calçados do Brasil geram mais de 282 mil postos diretos, com preponderância econômica em pelo menos 10 estados brasileiros. Conforme levantamento da Abicalçados, caso a desoneração da folha não fosse prorrogada, a partir de 2022 o setor teria um acréscimo de mais de R\$ 600 milhões por ano em carga tributária. A estimativa da entidade é de que mais de 25 mil postos pudessem ser perdidos em dois anos. “Durante todo o ano tivemos reuniões com o Congresso e com o Executivo para sensibilizar a classe política sobre a importância social da desoneração. Hoje é dia de comemorar a vitória nesta batalha pelo desenvolvimento do Brasil”, comemora o executivo.

Criada no final de 2011, a desoneração da folha de pagamentos tem o objetivo de auxiliar setores econômicos intensivos em mão de obra na geração de empregos. A medida beneficia 17 atividades, nas quais as empresas podem substituir o pagamento de 20% sobre a folha de salários por 1% a 4,5% da receita bruta, excluindo as exportações.





SETOR CALÇADISTA GEROU MAIS DE 37 MIL POSTOS NO ANO

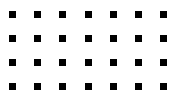
Experimentando recuperação gradual, que ganhou mais força a partir do segundo semestre deste ano, o setor calçadista brasileiro comemora a criação de mais de 37 mil postos de trabalho entre janeiro e novembro do ano passado. Foram 31 mil vagas geradas somente de junho e o mês 11. Os dados, elaborados pela Abicalçados, apontam que em novembro a atividade somou 282,6 mil postos de trabalho diretos em todo o Brasil, 11,4% mais do que em novembro de 2021 e 0,2% mais do que em novembro de 2019.

Para o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, os dados apontam para a importância do arrefecimento da Covid-19 e a liberação do comércio físico. Além disso, as exportações de calçados vêm ajudando na recuperação. No ano passado, 123,6 milhões de pares, que geraram US\$ 900,3 milhões, foram embarcados. Os resultados são superiores tanto em volume (+32%) quanto em valores (+36,8%) em relação a 2020. No mercado interno também existe uma recuperação, mas menos intensa, de incremento de 24% nas vendas do varejo. “Os números, evidentemente, se traduzem na geração de empregos. O setor calçadista, por ser intensivo em mão de obra, responde muito rápido às melhorias do mercado”, avalia Ferreira.

Estados

Entre os estados brasileiros, o que mais gerou vagas entre janeiro e novembro foi o Rio Grande do Sul. Principal empregador na atividade, o Estado gerou mais de 10 mil postos no período. Com o resultado, o setor calçadista gaúcho atinge 85 mil pessoas empregadas na atividade, 10,9% mais do que em novembro passado e 5,1% menos do que em novembro de 2019.

O segundo estado que mais emprega no setor calçadista brasileiro é o Ceará. Entre janeiro e novembro, as empresas locais geraram 3,5 mil postos, fechando o mês 11 com 62,3 mil pessoas empregadas na atividade, registro 5,1% superior ao de novembro passado e 9,8% superior ao de novembro de 2019.



A Bahia é o terceiro maior empregador do setor calçadista nacional. Entre janeiro e novembro, as fábricas baianas geraram 9 mil vagas, fechando o décimo-primeiro mês do ano com 36 mil pessoas empregadas na atividade. O número é 31,1% superior ao de novembro passado e 22,5% superior ao de novembro de 2019.

Na quarta posição no ranking de empregos gerados na atividade calçadista, São Paulo gerou 7,3 mil postos entre janeiro e novembro. Com o resultado, o Estado soma 32,3 mil pessoas empregadas na atividade, 20,4% mais do que no mesmo período de 2020 e 11,8% menos do que no mês correspondente de 2019.

O quinto maior empregador do setor é Minas Gerais. No Estado, foram criadas 4,12 mil vagas entre janeiro e novembro, fechando o mês onze com 30,2 mil postos na atividade, 7,7% mais do que no mesmo período de 2020 e 10,4% menos do que no intervalo correspondente de 2019.

ESTADOS QUE MAIS EMPREGAM NO SETOR

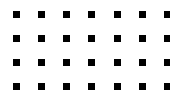
1º RIO GRANDE DO SUL
85 MIL POSTOS

2º CEARÁ
62,3 MIL POSTOS

3º BAHIA
36 MIL POSTOS

4º SÃO PAULO
32,3 MIL POSTOS

5º MINAS GERAIS
30,27 MIL POSTOS





ABINOTÍCIAS

ABICALÇADOS PROMOVE WEBINAR SOBRE LOGÍSTICA REVERSA DE EMBALAGENS

A Abicalçados, em parceria com a eureciclo, promoveu, no último dia 23 de novembro, um webinar sobre a logística reversa de embalagens. O objetivo é dar suporte às indústrias da atividade, especialmente aquelas que atuam diretamente nos estados brasileiros que já contam com legislação específica sobre o tema, caso de Mato Grosso do Sul, São Paulo, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro, Paraná, Mato Grosso e Amazonas.

A coordenadora da Assessoria Jurídica da Abicalçados, Suély Mühl, conta que desde 2010 existe uma normativa para logística reversa da iniciativa privada (Lei 12.305, do PNRs). Até 2017, no entanto, a legislação não estava sendo cobrada pelos Ministérios Públicos Estaduais. “A partir daquele ano, a legislação de fato passou a ser cobrada mesmo daqueles que não haviam participado de acordo setorial junto ao Ministério do Meio Ambiente, momento em que houve a necessidade de recolhimento/compensação, por parte da atividade produtiva, de um mínimo de 22% das embalagens colocadas no mercado”, recorda Suély. Como a regulamentação vem sendo implementada pelos Estados, no entanto, foi somente em 2018 que ocorreu a primeira notificação para o setor calçadista, partindo do Ministério Público do Mato Grosso do Sul. O órgão, na oportunidade, exigiu detalhamento do processo de logística reversa de embalagens das indústrias de calçados que atuam naquele Estado. Alguns meses após a notificação foi celebrado um Termo de Compromisso Ambiental (TCA) entre a Abicalçados, enquanto representante da atividade, e o Ministério Público. A partir daí foi criado um Sistema de Logística Reversa de embalagens em parceria com a eureciclo, cumprido com êxito e atualmente já arquivado.

Desde então, a Abicalçados e eureciclo entregam, anualmente, um relatório para o Instituto do Meio Ambiente de Mato Grosso do Sul (IMASUL) comprovando a compensação de 22% das embalagens geradas naquele Estado. “A legislação é nacional, então o ideal é que as empresas se adiantem no processo”, alerta Suély, ressaltando que em São Paulo, por exemplo, as empresas precisam comprovar a logística reversa de embalagens para renovar licenças de operação.

No webinar, Michelle Moura, do setor de Novos Negócios da eureciclo, explicou a atuação do instituto, que aplica o cálculo da pegada gerada e repassa valores para cooperativas que fazem a operação por meio do recolhimento das embalagens comercializadas pelas empresas, que são por fim destinadas à reciclagem O valor, para empresas associadas da Abicalçados, tem um desconto que varia entre 30% e 60% diante do preço de mercado. “O preço do papelão, em média, fica em R\$ 180 por tonelada compensada”, informou Michelle.

[Assista aqui!](#)



ABINOTÍCIAS

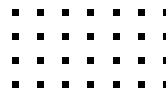
COM INICIATIVAS E BENEFÍCIOS EM DIVERSAS FRENTES, ABICALÇADOS ATRAI NOVOS ASSOCIADOS

De olho na retomada do mercado internacional, especialmente nos Estados Unidos e em países da América Latina, em novembro passado cinco empresas se associaram à Abicalçados. O objetivo é utilizar os serviços do Brazilian Footwear, braço internacional da entidade voltado para a promoção comercial e de imagem dos calçados brasileiros no exterior. Entre os projetos estão subsídios para participação em feiras internacionais, realização de rodadas comerciais digitais e físicas, projetos com compradores e jornalistas internacionais no Brasil, entre outros.

Uma das novas associadas é a Valent Calçados, de Guaxupé/MG. Fabricante de calçados de segurança, botas texanas de aventura e de passeio, a empresa busca, com a associação, iniciar o processo de exportação como uma estratégia comercial. “Nossos calçados já possuem reconhecimento no mercado nacional, agora queremos buscar esse reconhecimento também no mercado internacional”, projeta o diretor da empresa, Gustavo José de Brito Marques. Conheça a marca no site valentcalçados.com.br.

Tradicional empresa de Nova Serrana/MG e com 40 anos de atuação no polo conhecido mundialmente pela fabricação de calçados esportivos, a Nesk produz tênis com tecnologia de ponta e design exclusivo. A associação à Abicalçados ocorre com o intuito de ampliar as exportações. Segundo a diretora Gislene Rodrigues Preto, em primeiro momento a empresa irá buscar apoio do Brazilian Footwear para participar de ações específicas no mercado colombiano. Conheça a marca no site nesk.com.br.

A gestora de marcas Studio Z, de São José/SC, também busca com a associação à entidade o incremento no mercado internacional. Atualmente com mais de 100 lojas multimarcas distribuídas em 15 estados brasileiros, além de forte atuação no e-commerce, a empresa quer utilizar sua *expertise* logística e de distribuição também no mercado internacional. Atualmente, a empresa faz gestão das marcas Gabriela Calçados (femininos), Woshe (masculinos), Vertus (street) e Mac Jack (moda e infantil). Neste primeiro momento, segundo o diretor Artêmio Azevedo, a empresa



buscará apoio do Brazilian Footwear para inserção na América Latina, participando de ações como as rodadas de negócios on-line. Conheça a empresa no site www.stz.com.br.

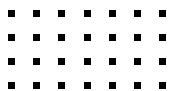
Mais uma empresa de Nova Serrana/MG engajada à Abicalçados, a fabricante de calçados Joana Fernandez Quintella Eireli, das marcas Stafillo Calçados e Win Comex, buscou a entidade também com o intuito de ampliar as exportações em 2022. O objetivo é trabalhar marca própria no mercado externo. “Há alguns anos trabalhamos no mercado internacional, mas com foco em *private label*. O objetivo da associação à Abicalçados é aumentar a promoção comercial e de imagem das nossas marcas próprias”, projeta a diretora Joana Fernandez Quintella. Conheça a empresa no site www.instagram.com/safillocalçados.

Somando ao grupo de novas associadas de Nova Serrana/MG, a Box 200 buscou a Abicalçados com o objetivo de ampliar as exportações de seus tênis esportivos e casuais masculinos, femininos e infantis. Atualmente com uma produção de mais de 15 mil pares diários e forte atuação no mercado doméstico, a Box 200 busca a consolidação no mercado internacional por meio de participações em ações do Brazilian Footwear. Conheça a empresa no site www.box200.com.br.

Expectativas

Para 2022, a Abicalçados estima a continuidade da recuperação verificada ao longo de 2021, especialmente no mercado internacional. A projeção da entidade é um crescimento em torno de 3% na produção. Já as exportações devem ter um incremento de mais de 5%, em volume, com resultado 7,5% maior do que em 2019. “As empresas brasileiras estão sentindo esse bom momento e existe um interesse cada vez maior para iniciar o processo de internacionalização e até mesmo ampliá-lo”, explica a analista de Relacionamento da Abicalçados, Aline Maldaner.

Criada em 1983, a Abicalçados tem soluções relevantes para empresas de todos os portes e objetivos, que buscam capacitação, promoção de imagem e comercial nos mercados doméstico e internacional, no segundo caso por meio do Brazilian Footwear. As mensalidades para a associação partem de R\$ 90 e evoluem de acordo com o porte das empresas. Conheça www.abicalçados.com.br.





O FRANCHISING E A INDÚSTRIA DE CALÇADOS

André Friedheim

Presidente da ABF - Associação Brasileira de Franchising

Com mais de sete décadas de história no Brasil, o setor de franquias tornou-se ao longo dos anos um dos mais importantes da economia brasileira. De acordo com dados da Associação Brasileira de Franchising (ABF), o setor responde por cerca de 2,7% do PIB, tendo registrado um faturamento da ordem de R\$ 182,381 bilhões no acumulado dos últimos 12 meses (4º tri de 2020 ao 3º tri de 2021).

O *franchising* tem demonstrado uma recuperação importante. A Pesquisa Trimestral de Desempenho do setor feita pela ABF mostra que chegamos aos meses de julho, agosto e setembro de 2021 no mesmo patamar de faturamento do terceiro trimestre de 2019, o que mostra uma franca recuperação - alcançamos no terceiro tri do ano passado 100% do que faturamos em 2019 - e isso revela um pouco da força do *franchising*, sobre como os franqueadores revisitaram os seus modelos de negócio, reestruturaram suas operações, refizeram negociações com fornecedores de todos os tipos, embarcaram muita tecnologia na sua operação e os resultados vieram com bastante força.

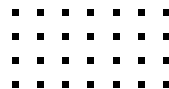
Com a adoção de medidas de circulação de pessoas menos restritivas a partir do avanço da imunização em massa da população, a reabertura gradual do comércio, a recuperação do movimento dos consumidores nos shopping centers, entre outros fatores, a tendência é que este crescimento seja cada vez mais consolidado.

A intensificação do uso dos canais digitais e do *delivery* pelas redes de franquias a partir da pandemia também contribuiu e permanecerá contribuindo para o crescimento do *franchising* brasileiro. Nossas pesquisas mostram que, além da digitalização do trabalho, as redes investiram mais no *omnichannel*, em suas plataformas de vendas, em *marketplaces*. Inclusive, houve um movimento de fusões e aquisições entre as marcas do segmento de Moda mostrando sua atratividade.

A ABF projeta para 2021 que o setor aumente seu faturamento em 9%. Ainda teremos um ano desafiador sob o ponto de vista macroeconômico, porém o setor de franquias, consolidado e maduro como é em nosso País, deve manter sua trajetória de crescimento e espera acelerá-lo ainda mais em 2022, com os canais digitais mantendo uma grande relevância, o que abre também boas perspectivas para as franquias de Moda.

Nesse contexto está inserida a indústria de calçados, que também integra o *franchising* por meio do segmento de Moda, fato que muito nos honra como representantes do setor. Exemplos do movimento de recuperação do *franchising*, as franquias desse segmento tiveram um crescimento de 11,3%, tanto em número de unidades quanto em faturamento, no terceiro trimestre do ano passado frente ao mesmo período de 2020, com uma receita de R\$ 21,8 bilhões. Vale ressaltar, ainda, que as redes de acessórios e calçados sempre foram importantes representantes do setor de franquias brasileiro por sua criatividade, qualidade e também por levarem os produtos *made in Brazil* para o mundo. Moda é, aliás, o segmento que lidera a participação de marcas brasileiras no exterior e a indústria calçadista certamente contribuiu para essa relevante participação. De acordo com o balanço do setor em 2020 feito pela da ABF, das 163 redes brasileiras internacionalizadas (presentes em 106 países), 36 eram de Moda.

Portanto, temos nessa indústria exemplos das melhores práticas e boas perspectivas para seguirmos com passos firmes o caminho do crescimento.



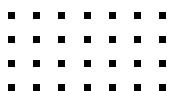
ABICALÇADOS ANUNCIA DOIS NOVOS PARCEIROS NO CLUBE DE BENEFÍCIOS

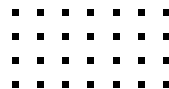
Visando proporcionar o desenvolvimento de seus associados, a Abicalçados acaba de anunciar dois novos parceiros no Clube de Benefícios. Com descontos de 10% e 15%, entram no rol de empresas a MB Advocacia & Consultoria e a Chave - Assessoria em Gestão de Marketing. Elas se somam as mais de 20 parceiras que concedem descontos em serviços de logística, transportes, marketing, consultorias tributárias e de finanças, serviços técnicos, educação, tecnologia, hotéis, entre outros.

A MB Advocacia & Consultoria é um escritório que presta serviços jurídicos, de forma preventiva, consultiva ou judicializada nas áreas Cível, Trabalhista, Previdenciária, Familiar, Empresarial e Proteção de Dados. O desconto para associados da Abicalçados é de 15% nos serviços relacionados à Lei Geral de Proteção de Dados, que engloba assessoria, conscientização, mapeamento, implementação, acompanhamento e serviços de Encarregado de Dados, em conjunto ou separadamente.

Já a Chave - Assessoria em Gestão de Marketing tem foco no mapeamento e análise de processos para a automação logística e integrações, bem como para a implementação de ferramentas de tecnologia da informação para o trabalho colaborativo e em rede, melhorando a gestão e comunicação da equipe. O desconto para associados da Abicalçados é de 10% em consultorias e serviços técnicos de mapeamento e análise de processos para a automação logística e organização interna por meio do uso de tecnologias e diagnóstico (mapeamento e análise) sobre as rotinas que envolvem desde o cadastro de produtos até o embarque da mercadoria e criação de plano de ação para a implementação, buscando automação, rastreabilidade e qualidade de dados para a gestão dos negócios.

[Conheça o Clube de Benefícios.](#)





USAFLEX RECEBE O SELO DIAMANTE DO PROGRAMA ORIGEM SUSTENTÁVEL



O programa Origem Sustentável, única certificação de processos sustentáveis da cadeia calçadista do mundo, acaba de certificar mais uma grande empresa do cenário nacional. Trata-se da Usaflex, certificada no nível máximo do Programa, o Diamante. Criado pela Abicalçados e Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal), o Origem Sustentável certifica empresas do setor com processos produtivos baseados nas mais importantes referências internacionais de sustentabilidade, alinhadas aos objetivos de desenvolvimento sustentável da ONU e ao Global Reporting Initiative.

A certificação foi entregue pelo presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, e pelo presidente da Assintecal, Gerson Berwanger, durante visita à fábrica da Usaflex, na cidade de Igrejinha, no Rio Grande do Sul. Segundo Ferreira, a Usaflex entra para o rol de empresas comprovadamente sustentáveis. “Como única certificação de sustentabilidade na cadeia produtiva do calçado do mundo, o Origem Sustentável traz vantagens competitivas, sobretudo para a exportação a mercados mais desenvolvidos, caso da Europa e América do Norte”, comenta.

Para o CEO da Usaflex, Sergio Bocayuva, é muito importante ter essa chance. “Uma certificação em sustentabilidade focada na cadeia produtiva do calçado, que avalia os indicadores nas dimensões econômica, ambiental, social e cultural, traduz a excelência das ações realizadas pela empresa e refletem na perenidade da empresa e no bem-estar de todos os envolvidos”, diz ele.

Para integrar o programa que aborda os indicadores econômicos, sociais, culturais, ambientais e de gestão em sustentabilidade, não foi preciso realizar nenhuma adaptação, apenas evidenciar junto aos 104 indicadores do programa, as ações realizadas, já que a sustentabilidade faz parte da cultura da empresa. “Foi um desafio implementar um programa que, dentre outras questões, avalia o passo a passo do processo produtivo e em paralelo à implantação de um novo sistema de gestão SAP”, diz Bocayuva.

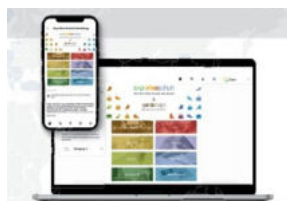
A Usaflex tem desde 2012, um comitê composto de colaboradores responsáveis por elaborar e executar as ações de sustentabilidade, e em 2020, lançou a Política de Sustentabilidade da companhia, traçando objetivos e metas de médio prazo. Em uma sociedade cada vez mais preocupada com as questões ambientais e sociais, a empresa firmou, recentemente, com seu manifesto o compromisso público da sua nova Política de Sustentabilidade que traça objetivos e metas até 2025.

Programa

O Origem Sustentável já tem nomes como Usaflex, Vulcabras, Piccadilly, Bibi, Beira Rio, Boxprint e Caimi & Liaison certificadas, e outras em processo de implementação, caso da Schutz, Ramarim, Via Marte, Redeplast, Calçados Ala e Bebecê. Com auditorias credenciadas pela SGS, Bureau Veritas, ABNT e Senai, a certificação conta com quatro níveis de evolução: Bronze (para empresas que cumpram o mínimo de 20% a 30% dos indicadores propostos), Prata (40%), Ouro (60%) e Diamante (80%).

RETROSPECTIVA 2021

O ano de 2021 foi marcado pela recuperação gradual da atividade, em concomitância com o avanço da vacinação e a liberação dos eventos e comércio físicos. Confira alguns dos destaques:



JANEIRO

Marcas calçadistas apoiadas pelo Brazilian Footwear fecham mais de US\$ 1,7 milhão em negócios nas feiras digitais Expo Riva Schuh Home Edition e Micam Americas.

Abicalçados é signatária de manifesto pela Competitividade da Indústria, desenvolvido pelo grupo Coalização Indústria.



FEVEREIRO

Retomada das feiras presenciais gera negócios na ordem de US\$ 1,6 milhão com a participação de marcas brasileiras apoiadas pelo Brazilian Footwear nos eventos norte-americanos Magic Pop Up e Atlanta Shoe Market.

Lançada para o mercado internacional parceria entre o BrazilianFootwear.com e a Joor, maior plataforma de negócios B2B do mundo.

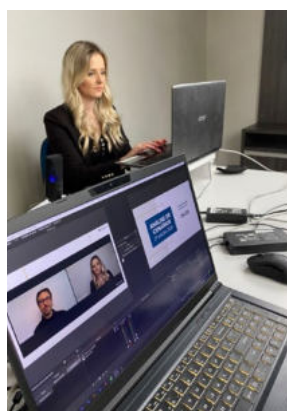


MARÇO

Plataformas digitais Sourcing at Magic e Micam Milano Digital Show resultam em negócios de US\$ 1,1 milhão para marcas brasileiras apoiadas pelo Brazilian Footwear.

Abertura do processo de revisão do direito *antidumping* contra a China, por considerar haver elementos suficientes que indicam que a extinção do direito *antidumping* levaria, muito provavelmente, à continuação ou retomada do dumping e do dano à indústria doméstica dele decorrente.

Primeiro mês do ano em que as exportações de calçados superaram o nível pré-pandêmico. Em março de 2021 foram exportados 12,3 milhões de pares de calçados, 35,7% a mais que em março de 2019.



ABRIL

Abicalçados realiza a primeira edição do ano do Análise de Cenários. O evento tem como tópico central os impactos causados pelo agravamento da pandemia, apontando as perspectivas para o setor calçadista em 2021.

Abicalçados lança o Relatório Setorial da Indústria de Calçados 2021, publicação considerada a fonte oficial de pesquisas da atividade no Brasil.

Abicalçados tem pleito atendido sobre as medidas trabalhistas para enfrentamento da emergência de saúde pública, com a publicação do Novo Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda.



MAIO

Abicalçados e Assintecal promovem webinar sobre o programa Origem Sustentável, única certificação no mundo voltada para as empresas do setor calçadista.

Eventos digitais seguem gerando muitos negócios para as calçadistas apoiadas pelo Brazilian Footwear. As Rodadas de Negócios resultaram em US\$ 3,3 milhões de negócios com compradores da América Latina e da França, enquanto a Expo Riva Schuh gerou US\$ 630 mil.

JUNHO

Abicalçados participa de reunião com o titular da Secretaria Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade (Sepec), Carlos da Costa, e com o secretário de Desenvolvimento da Infraestrutura da Pasta, Gustavo Ene, para discutir medidas de melhoria para a competitividade do setor calçadista.

Brazilian Footwear promove rodadas digitais com compradores russos e britânicos, que geram mais de US\$ 3,1 milhões em negócios.

Calçadistas elegem mercados-alvo do Brazilian Footwear 2022-2023. Estados Unidos, Colômbia, Emirados Árabes Unidos, Reino Unido, França e Coreia do Sul são os escolhidos.

JULHO

Abicalçados comemora prorrogação da entrada em vigor do e-Social, pleito da entidade.

Calçadistas levam pautas importantes para encontro com o Governo Federal, em Porto Alegre/RS. Destaque para o tema da possibilidade de acordo de livre comércio entre Mercosul e Vietnã/Indonésia.

Após intensos trabalhos da entidade visando a retomada dos prazos para a adequação do setor à NR-12 - norma regulamentadora de segurança em máquinas e equipamentos - foi publicado no Diário Oficial da União (DOU) uma normativa sobre o tema.

AGOSTO

Circuito de feiras físicas nos EUA gera mais de US\$ 2,1 milhões de negócios para marcas apoiadas pelo Brazilian Footwear. No ambiente digital, rodadas com compradores da América Latina resultam em US\$ 1,9 milhão em negócios.

Abicalçados investe na adequação à logística reversa de embalagens em parceria com o Instituto Rever.

Abicalçados participa da Semana Exporta Franca, em Franca/SP.

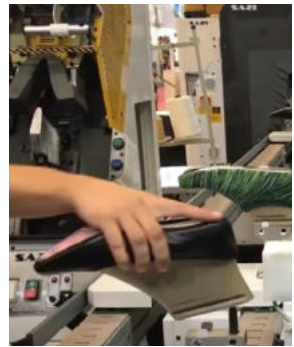
SETEMBRO

Origem Sustentável é destaque em eventos nacionais. O Programa foi apresentado no Seminário de Desenvolvimento Econômico, em Novo Hamburgo/RS, e na Semana da Indústria Calçadista Catarinense (Seincc), em São João Batista/SC.

Iniciam as capacitações para exportação de marcas do projeto VOA. A iniciativa do Brazilian Footwear contou com encontros digitais e mentorias, colocando em prática o potencial exportador de marcas nacionais.

Manutenção da Tarifa Externa Comum do Mercosul (TEC) e anti-dumping são temas de reunião entre calçadistas e Ministério das Relações Exteriores (MRE), em Brasília/DF. No pleito da TEC, a Abicalçados tem a parceria da Câmara de la Industria del Calzado da Argentina (CIC).

Feiras Micam Milano e Magic NY resultam em negócios de mais de US\$ 6 milhões para marcas apoiadas pelo Brazilian Footwear.





OUTUBRO

Beira Rio e Bibi são certificadas com nível máximo (Diamante) no programa Origem Sustentável.

Abicalçados realiza a segunda edição do ano do Análise de Cenários. Em formato digital, o encontro apresentou um panorama da economia nacional e internacional, bem como as projeções para o setor em 2022.

As exportações brasileiras de calçados para os Estados Unidos alcançaram o maior volume para o mês dos últimos 13 anos. Foi o maior número de pares exportados desde 2008.

Abicalçados e Assintecal realizam Rodadas de Negócios da Sustentabilidade entre calçadistas e fornecedores.



NOVEMBRO

Origem Sustentável é lançado internacionalmente na Expo 2020 Dubai durante evento do Brazilian Footwear. Na ocasião, foram apresentados dez cases de sustentabilidade da indústria calçadista brasileira para compradores e milhares de pessoas que circularam pelo Pavilhão do Brasil.

Com objetivo de dar suporte à indústria calçadista, Abicalçados promove webinar sobre logística reversa de embalagens.

Abicalçados comemora a exclusão das NCMs de calçados da lista de 8.221 produtos que sofreram 10% de redução sobre o imposto de importação. Medida vigente até dezembro de 2022.

As exportações de calçados acumuladas entre janeiro e novembro de 2021 superaram em 5,6% os pares exportados no mesmo período de 2019, em um cenário pré-pandemia. Totalizando 110,8 milhões de pares e US\$ 805,7 milhões.

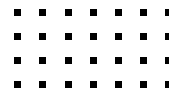


DEZEMBRO

Usaflex e Vulcabras são certificadas no nível máximo (Diamante) do Origem Sustentável.

No apagar das luzes do ano, presidente Jair Bolsonaro sanciona projeto que prorroga a desoneração da folha de pagamentos até final de 2023.

Abicalçados encerra o ano com 50 novos associados, fortalecendo assim ainda mais a representação da indústria calçadista nacional.



COUROMODA ACONTECE ENTRE OS DIAS 17 DE 19 DE JANEIRO, EM SÃO PAULO



O setor calçadista se prepara para a primeira feira brasileira física do ano. Entre 17 e 19 de janeiro, no Expo Center Norte, em São Paulo/SP, a Couromoda apresentará as novidades em calçados, bolsas, acessórios e confecções. Na mostra, destaque para os lançamentos de outono-inverno e também para produtos de meia-estação para pronta-entrega.

Conforme a promotora, são esperados milhares de lojistas, dos mais diversos portes e oriundos de todas as regiões, além de 120 importadores de 17 países.

ABRAMEQ E SINMAQSINOS COMPLETAM 30 ANOS

No último dia 7 de janeiro, a Associação Brasileira das Indústrias de Máquinas e Equipamentos para os Setores do Couro, Calçados e Afins (Abrameq) e o Sindicato da Indústria de Máquinas e Implementos Industriais e Agrícolas de Novo Hamburgo e Região (SinmaqSinos) completaram 30 anos de atividades em apoio às indústrias do setor.

A diretora-executiva das entidades, Cristiane Stoffel Pinheiro, destaca que a comemoração oficial de aniversário ocorrerá no mês de março durante a principal feira do setor de máquinas, a Fimec. De qualquer forma, para oficializar esta importante data, nos próximos dias as diretorias e conselhos das entidades farão um brinde especial durante as suas reuniões mensais. “Nestes 30 anos aconteceu de tudo, para o bem e para o mal, culminando em uma epidemia. Nietzsche escreveu que o que não nos mata nos fortalece. Após 30 anos a Abrameq está em pé e trabalhando, o que é já motivo de comemoração. Mas queremos mais”, comenta o presidente da entidade, André Nodari.

25 E 26 DE JANEIRO DE 2022

📍 CENTRO DE EVENTOS FIERGS
PORTO ALEGRE/RS



INSPIRAMAIS
2023_I



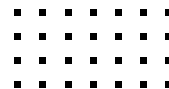
inspiramaisoficial



Inspiramais



inspiramais.com.br



INSPIRAMAIS ACONTECE EM PORTO ALEGRE/RS NOS DIAS 25 E 26 DE JANEIRO DE 2022

Retomando suas edições presenciais, canceladas em 2020 e 2021 em função da pandemia do novo coronavírus, o Inspiramais anuncia uma mudança no formato a partir de 2022. Além de ser híbrido, presencial e digital, o evento será itinerante. A primeira edição neste formato será realizada em Porto Alegre/RS, nos dias 25 e 26 de janeiro de 2022. A promoção da mostra, que apresentará lançamentos da indústria de base para os setores do calçado, confecção, móveis e bijuterias, é da Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal) em conjunto com a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit), Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil (CICB), Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário (Abimóvel) e Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil). A realização é do programa By Brasil Components, Machinery and Chemicals e a parceria do Sebrae Nacional.

A superintendente da Assintecal, Silvana Dilly, destaca que a decisão de tornar o evento itinerante tem como base o desejo de abranger todos os principais polos calçadistas brasileiros. “Saíndo de Porto Alegre, em janeiro, iremos realizar eventos em Franca/SP e em Nova Serrana/MG, nos dias 15 e 17 de fevereiro, respectivamente”, informa. Conforme a Abicalçados, em 2021 a produção deve ser de mais de 825 milhões de pares de calçados, ocorrendo, com significativa representatividade em 10 estados brasileiros.

Já o fato de adotar um formato híbrido, Silvana justifica o processo de digitalização do mercado, que foi impulsionado pela pandemia do novo coronavírus. “Não acredito que os eventos físicos irão desaparecer, mas a possibilidade do digital é uma realidade que veio para ficar e permite que as empresas rompam barreiras, especialmente internacionais, com mais facilidade”, afirma, ressaltando que o Inspiramais terá transmissão on-line.

Negócios

Com 150 expositores dos principais mercados brasileiros, o Inspiramais espera receber mais de sete mil visitantes, parte deles internacionais. Nesta edição, a entidade realiza, por meio do programa de internacionalização By Brasil, promovido em conjunto com a ApexBrasil, o Projeto Comprador Internacional. Por meio dele, virão participar da mostra 50 importadores dos principais mercados do mundo, especialmente da América Latina. “As expectativas são muito positivas, no mercado doméstico e internacional”, projeta Silvana, ressaltando que, entre janeiro e outubro as exportações de componentes alcançaram US\$ 230 milhões, 12,4% mais do que no mesmo período de 2021.

Projeto Imagem

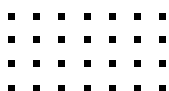
Com o objetivo de fortalecer a imagem da cadeia de moda brasileira, o programa By Brasil promoverá mais uma edição do Projeto Imagem. No total, serão trazidos ao Brasil 17 jornalistas e formadores de opinião de veículos da Colômbia, Rússia, México, Itália, Equador, Espanha, Reino Unido, Portugal e Argentina.

Conteúdo

Além dos lançamentos de materiais, o Inspiramais terá um qualificado e abrangente programa de conteúdo, com mais de 10 palestras sobre design e sustentabilidade. As apresentações serão todas transmitidas on-line. Confira a programação no site www.inspiramais.com.br.

Coletiva de imprensa

No primeiro dia do evento, 25 de janeiro, será realizada uma coletiva para profissionais da imprensa. O encontro com jornalistas ocorre a partir das 11h30 e terá as presenças: do presidente e da superintendente da Assintecal, Gerson Berwanger e Silvana Dilly; do coordenador do Núcleo de Design do Inspiramais, Walter Rodrigues; do presidente da ApexBrasil, Augusto Pestana; do presidente da Abit, Fernando Pimentel; do presidente do CICB, José Fernando Bello; da diretora-executiva da Abimóvel, Cândida Cervieri; e de representantes do Sebrae Nacional.





COM FOCO EM SUSTENTABILIDADE, FIMEC DEVE MARCAR RETOMADA ECONÔMICA

A sustentabilidade será uma das grandes pautas da Fimec 2022, marcada para acontecer de 8 a 10 de março de 2022 nos pavilhões da Fenac, em Novo Hamburgo/RS. O conceito do evento já resgata a necessidade do olhar para o futuro – “a única que tem tudo para criar o amanhã” é o mote da campanha. “Sabemos que é um tema essencial a ser debatido e é papel da Fimec, como autoridade em apresentar soluções para o mercado, incentivar essa pauta, seja em espaços de conhecimento, experiência ou por meio de seus expositores”, destaca Marcio Jung, diretor-presidente da Fenac.

Um dos grandes projetos da feira é o Estúdio Fimec, que visa promover experiência e apresentar tendências. Liderada pela Coelho Assessoria Empresarial junto com a Fenac, a iniciativa terá um grande foco na sustentabilidade, além da mudança de local. “O Estúdio Fimec virá totalmente repaginado, ocupando um espaço maior e muito qualificado: o Salão nobre na entrada da feira. Os visitantes irão conferir produtos de cada empresa expositora da Fimec dentro do conceito sustentável, materiais inovadores que irão apontar as tendências de comportamento do consumidor, orientando os profissionais calçadistas no desenvolvimento de suas coleções”, aponta Coelho.

Todos os visitantes passarão por dentro do Estúdio Fimec para acessarem os pavilhões da mostra, os quais poderão visualizar os insumos e componentes sustentáveis desenvolvidos pelas empresas. Além disso haverá um espaço especial para mostrar os materiais naturais (fibras de buriti, algodão, piaçava, capim dourado, sementes, entre outros) coletados e trabalhados por artesãos, cooperativas, tribos indígenas e comunidades extrativistas.

Mais informações em www.fimec.com.br.

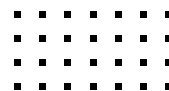


SUSTENTABILIDADE NOS PÉS

Não é de hoje que a sustentabilidade vem chamando a atenção do mercado. Pesquisas apontam que o “argumento verde” vem ganhando importância no imaginário do consumidor, em um movimento influenciado por tendências globais. Conforme pesquisa da Economist Intelligence Unit (EIU), encomendada pela WWF e realizada em 54 países, onde vive 80% da população mundial, a procura on-line por produtos sustentáveis cresceu 71%. Como não poderia ser diferente, a maior consciência do consumidor vem puxando o mercado de diversos setores, entre eles o calçadista. “A tendência da sustentabilidade é global. Apesar de ser impulsionada pelos países mais desenvolvidos, especialmente na Europa, é um fenômeno que vem ocorrendo em economias emergentes, caso do Brasil. Semanalmente recebemos sondagens, especialmente de importadores, em busca de fornecedores sustentáveis aqui no País”, conta a coordenadora de Promoção Comercial da Abicalçados, Letícia Sperb Masselli, ressaltando que a oferta de calçados brasileiros sustentáveis pode ser encontrada na plataforma BrazilianFootwear.com. No total, 34 marcas da plataforma, que reúne mais de 200, oferecem produtos ecológicos. O projeto BrazilianFootwear.com faz parte do programa Brazilian Footwear, promovido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos ApexBrasil desde o ano 2000. O objetivo da ação é promover e qualificar os embarques brasileiros do setor por meio de ações de promoção comercial e de imagem com compradores internacionais.

Piccadilly

A fabricante de calçados femininos Piccadilly Company é um dos exemplos positivos do setor calçadista na área de sustentabilidade. A vice-presidente e diretora de produto da empresa, Ana Carolina Grings, destaca que, ciente de que a sociedade e os mercados estão rapidamente se transformando, concluindo a transição para uma sociedade mais sustentável, circular e de baixo carbono, a empresa tem inserido no seu dia a dia uma estratégia ESG (Environmental, Social and Corporate Governance) e de sustentabilidade corporativa. “Uma estratégia de sustentabilidade pressupõe um compromisso com a melhoria contínua, com o planejamento e a execução de projetos e ações ambientais, sociais, econômicas e culturais, alinhados com a política e os objetivos da companhia. Além disso, não há como falar em sustentabilidade sem inspirar e envolver toda a cadeia de valor”, diz a executiva, ressaltando que o consumidor “não quer saber o que você fala, mas o que você faz com o que fala”. Segundo ela, o tema da sustentabilidade é algo que vem sendo cada vez mais valorizado, especialmente pelas novas gerações. “Isso coloca a marca à frente no mercado, valorizando a imagem da empresa, agregando valor percebido ao produto, além de permitir uma margem mais interessante, pelo maior valor agregado”, acrescenta.



Entre os destaques sustentáveis da Piccadilly estão justamente os seus calçados, todos fabricados com matéria-prima livre de origem animal e que não deixam resíduos no meio ambiente. “Nossos produtos são confeccionados com PrimeTech, um material exclusivo de alta qualidade, super macio, prático para limpar, com tratamento antimoho e antibactéria, e repelente à água. Também contamos com o tênis So.Si ECOAR, que tem cada par fabricado com 3,5 garrafas PET retiradas do meio ambiente e de resíduos recuperados da indústria têxtil, além da linha Marshmallow, 100% desenvolvida com EVA reciclável”, conta Ana Carolina.

Com 66 anos no mercado, a Piccadilly emprega 1,5 mil colaboradores em duas unidades no Rio Grande do Sul e comercializa anualmente mais de 5 milhões de pares todos os anos, 35% deles para mais de 100 países.

Grendene

Outra gigante do setor calçadista brasileiro que vem se destacando na área é a Grendene. O gerente de Desenvolvimento Sustentável da empresa, Carlos André Carvalho, destaca que, há anos, a Grendene assumiu o compromisso de reduzir desperdícios, garantir mais eficiência nos processos, pesquisar e desenvolver materiais de menor impacto, reciclar produtos incentivando práticas circulares pelos programas próprios de logística reversa e contribuir para o bem-estar de funcionários e das comunidades onde tem fábricas inseridas. “Hoje, observar aspectos de sustentabilidade é, também, olhar para tendências de consumo. Além disso, a sustentabilidade se manifesta cada vez mais na avaliação financeira das organizações e observar aspectos sociais, ambientais e de governança permitem custos mais baixos, diagnóstico de riscos, zelo pela imagem e reputação e maior preparo para a gestão de crises”, frisa.

Em termos de produto, a Grendene oferece ao mercado nacional e internacional produtos sem nada de origem animal e feitos com PVC 100% reciclável, atóxicos e livres de substâncias perigosas. Atualmente, a empresa comemora ter um portfólio de produtos 100% veganos registrados pela Vegan Society. Carvalho cita algumas linhas de calçados que estão evoluindo para diminuir ainda mais impactos ambientais, entre elas a Melissa Free, o primeiro monobloco da marca em EVA derivado da cana-de-açúcar, feito com material com 20% de carbono renovável e que emite até 65% menos gases do efeito estufa em sua produção; a Melissa Flox M, feita 100% com material reciclado; o Rider R4, chinelo produzido com os princípios de recriar, reduzir, reutilizar e reciclar; e a Ipanema Recria, feita com material reciclado e com cascas de arroz, 100% reciclável e que conta com coletores de logística reversa em mais de 400 lojas parceiras para estimular o descarte correto de calçados sem condições de uso.

Fundada em 1971, a Grendene tem capacidade produtiva para mais de 250 milhões de pares de calçados todos os anos e emprega quase 20 mil pessoas em suas unidades de Farroupilha/RS, Fortaleza/CE, Sobral/CE e Crato/CE

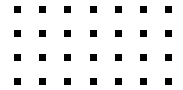
Bibi

Também com forte atuação na área de sustentabilidade, a Bibi é uma das mais tradicionais indústrias de calçados infantis do Brasil. A presidente da empresa, Andrea Kohlrausch, conta que a sustentabilidade faz parte do DNA Bibi, que há muitos anos produz calçados infantis com materiais atóxicos e seguindo os mais rígidos padrões internacionais e com resíduos industriais reciclados ou coprocessados, não sendo enviados aos aterros sanitários. “A Bibi tem como objetivo promover o crescimento sustentável em todas as frentes do negócio. Desta forma, anunciou uma série de compromissos baseados no ESG até 2030. No que tange ao campo ambiental, a marca espera alcançar anualmente 100% de conformidade dos produtos fabricados na Norma Reach (Regulamento Nº 1907/2006 Parlamento Europeu) referente à toxicidade”, projeta a empresária.

No que diz respeito aos produtos, todos os calçados produzidos pela Bibi possuem características sustentáveis, visto que todos os processos de fabricação levam em consideração toda a cadeia de fornecedores. Um dos grandes destaques é o Bibi Eco. O calçado é composto por serragem, garrafas PET, cascas de arroz, fibras de bambu e materiais reaproveitados da produção das fábricas da marca.

Andrea avalia que a empresa está sempre atenta às possibilidades de inserções de ações e produtos sustentáveis em seu *mix*. “Hoje, os consumidores estão mais atentos a essas questões e temos que acompanhar as modificações e os interesses dos nossos clientes, além de proporcionar um futuro melhor para os nossos pequenos. A Bibi acredita ser o papel das marcas despertar a curiosidade pela sustentabilidade e incentivar o cuidado que o meio ambiente precisa”, diz.

Fundada em 1949, a Bibi emprega 1,3 mil pessoas em suas duas unidades, em Parobé/RS e Cruz das Almas/BA. A produção é de mais de 2 milhões de pares por ano, sendo que 20% serão destinados à exportação para a América Latina e Europa.



Boaonda

Fundada em 2008, a Boaonda já nasceu com a sustentabilidade como parte do seu modelo de negócio. Em Sapiranga/RS, onde emprega 300 colaboradores que produzem mais de 1 milhão de pares todos os anos, a empresa investe em materiais inovadores e na produção com alto valor agregado em tecnologia e inovação, implementando e seguindo os princípios da sustentabilidade e os padrões internacionais de qualidade. “A sustentabilidade é, para a Boaonda, mais do que uma tendência de mercado, é uma nova perspectiva de vida. Por isso, implantamos o projeto Walking To The Future, que instiga uma caminhada para o futuro através de ações imediatas com resultados de médio e longo prazos, por meio de três vieses de atuação: social, cultural e econômico”, comenta Letícia Vaccari Tattim, coordenadora de Marketing da empresa.

No projeto Walking To The Future, a empresa promove uma série de ações na área de sustentabilidade. No campo social, conta com a construção de parcerias com instituições, pessoas e marcas com propósitos semelhantes, como as *collabs* com o atleta de ciclismo Beto Bike, o artista plástico Jackson Brum, a Discovery Channel e o apoio ao Projeto Arborizar, que visa aumentar as espécies arbóreas nas cidades e levar educação ambiental para as escolas. Já na área cultural, o projeto conta com uma consultoria especializada em sustentabilidade para guiar ações e levar informações sobre o tema aos colaboradores, para que possam aplicá-las em seu cotidiano. Na área da economia, o destaque é a criação da Linha Hope, que tem 60% dos materiais utilizados provenientes de reciclagem - reaproveitamento de resíduos de TR e EVA. “Além disso, a Hope é produzida com emissão de CO2 super reduzida, energia renovável, não faz uso de materiais de origem animal e tem 95% dos seus resíduos reutilizados”, explica Letícia.

Ainda na linha Hope, a Boaonda está lançando uma inédita parceria com a Discovery Channel com o intuito de incentivar atividades ao ar livre. São três modelos, o tênis Evo, a babuche Flow e o *slide* nuvem Soft, que poderão retornar para a produção depois de usados, no contexto da Logística Reversa. “Ficamos felizes em estarmos, já há algum tempo, juntos nessa provocação pela movimentação do setor para um cenário mais sustentável, consciente. Poder ver mais e mais empresas iniciando esse movimento é satisfatório, afinal é sobre nosso planeta e consumo, mas é preciso ser verdadeiro”, ressalta Israel Reis, supervisor do Mercado Externo da Boaonda.

Digitalização

Piccadilly, Grendene, Bibi e Boaonda são algumas das mais de 200 marcas que fazem parte da plataforma BrazilianFootwear.com, que visa conectar calçadistas brasileiras com compradores de todo o mundo.

A vice-presidente e diretora de produto da Piccadilly, Ana Carolina Grings, destaca que a digitalização é fundamental para a empresa. “Como maior vantagem, vemos grandes ganhos com agilidade, além da redução de custos, dando a possibilidade de crescimento em escala com uma distribuição mais direta e assertiva”, avalia, acrescentando que o site BrazilianFootwear.com tem auxiliado a marca na conexão com compradores internacionais de forma eficiente e ágil.

A Grendene enxerga a participação na plataforma como uma forma de transpor barreiras geográficas. “A digitalização do mercado ampliou expressivamente as possibilidades de negócios. Sem o entrave de barreiras geográficas, os canais digitais permitem uma conexão mais ágil entre as organizações e compradores. Por isso, acreditamos no potencial da plataforma BrazilianFootwear.com e esperamos que em breve negócios sejam fechados pelo canal”, projeta o gerente de Desenvolvimento Sustentável da empresa, Carlos André Carvalho.

Para a presidente da Bibi, Andrea Kohlrausch, a importância da digitalização ficou ainda mais evidente durante a pandemia de Covid-19 e as consequentes restrições aos encontros físicos. “Devido ao distanciamento social em decorrência da pandemia, a Bibi teve que se reinventar para manter contato com compradores internacionais. As plataformas digitais vieram para agregar na prospecção e aproximação de clientes, principalmente, com o cancelamento de feiras e visitas aos países parceiros”, comenta a executiva.

Na avaliação de Israel Reis, supervisor do Mercado Externo da Boaonda, a digitalização otimiza o tempo de aproximação no mercado B2B (*business to business*), especialmente no exterior. “O BrazilianFootwear.com tem reconhecimento no meio dos compradores internacionais e, por isso, entendemos que pode ser um bom centro de aproximação”, avalia.

Conheça a plataforma no link www.brazilianfootwear.com.

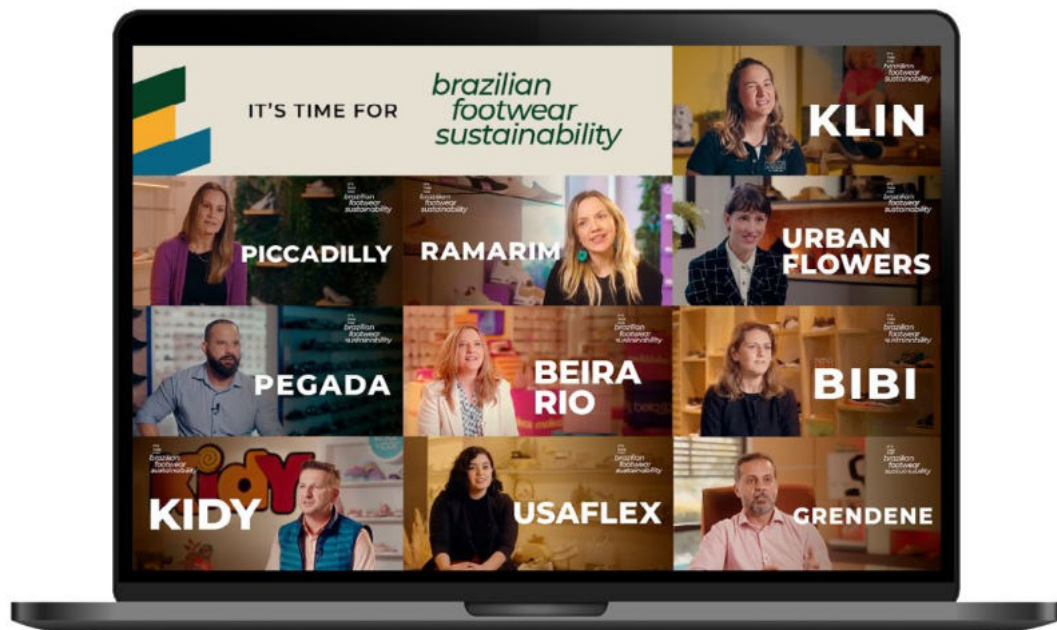
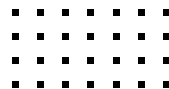


EXPO RIVA SCHUH TERÁ A PRESENÇA DE 26 MARCAS BRASILEIRAS

A mais tradicional feira italiana de calçado, a Expo Riva Schuh, está de volta em edições presenciais com participação de marcas brasileiras. Ocorrendo em Riva Del Garda, a 96ª edição da mostra terá 26 calçadistas verde-amarelas, que contarão com subsídio do Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações de calçados mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil). O evento acontece de 15 a 18 de janeiro.

A coordenadora de Promoção Comercial da Abicalçados, Letícia Sperb Masselli, destaca que a expectativa, diante da retomada das exportações brasileiras, é positiva. “Embora não devamos ter a visitação de edições presenciais pré-pandemia, a perspectiva é de que tenhamos um público mais focado”, avalia, ressaltando que a feira terá todas as medidas de segurança e que os empresários brasileiros viajarão para a Itália com a autorização do Ministério da Saúde italiano para entrada e permanência, sem necessidade de quarentena, por motivo comprovado de trabalho. “A Abicalçados, em conjunto com expositores e a própria feira tem auxiliado no desenvolvimento desse processo”, conta. Letícia avalia, ainda, que o momento é positivo para as exportações, diante do incremento registrado em 2021 e as expectativas de mais crescimento ao longo do ano que inicia. Conforme dados da Abicalçados, no ano passado as exportações somaram 123,6 milhões de pares, 32% mais do que em 2020.

Participam da Expo Riva Schuh, com o apoio do Brazilian Footwear, as marcas ADG Export, Awana, GVD International, Usaflex, Carrano, Stéphanie Classic, Andacco, Beira Rio, Vizzano, Moleca, Modare Ultraconforto, Molekinha, Molekinho, Actvitta, BR Sport, Madeira Brasil, Verofatto, Werner, Pegada, Capelli Rossi, Jorge Bischoff, Loucos & Santos, Democrata, Piccadilly, Anatomic Shoes e Sapatoterapia.



BRAZILIAN FOOTWEAR LANÇA SÉRIE INTERNACIONAL SOBRE SUSTENTABILIDADE

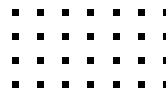
O programa Brazilian Footwear, realizado pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), acaba de lançar uma série com dez episódios voltados à sustentabilidade na indústria calçadista brasileira. O foco é o mercado internacional, marcando o posicionamento da indústria brasileira como *player* sustentável em nível mundial. Participam da série as empresas Beira Rio, Bibi, Grendene, Kidy, Klin, Pegada, Piccadilly, Ramarim, Urban Flowers e Usaflex. O lançamento oficial aconteceu durante a participação brasileira na Expo Dubai, nos Emirados Árabes Unidos.

A coordenadora de Promoção de Imagem da Abicalçados, Alice Rodrigues, destaca que a série é parte de uma campanha do reposicionamento do Brazilian Footwear, que será lançada em 2022. “A sustentabilidade é um atributo de valor no Brasil, mas principalmente um requisito para atração de mais negócios. O posicionamento da indústria brasileira de calçados retratando a realidade prática de sustentabilidade reforçará ainda mais as oportunidades de negócios e a promoção da nossa imagem no exterior”, avalia, ressaltando que as empresas participantes, mais do que produtos sustentáveis, possuem processos produtivos alinhados com o conceito.

Para a gestora do Brazilian Footwear na Apex-Brasil, Mariele Christ, a sustentabilidade, especialmente para empresas que desejam exportar seus produtos para mercados mais desenvolvidos, especialmente da Europa e América do Norte, já não é mais um diferencial, é uma necessidade. “Diante de todos os desafios climáticos e ecológicos, a sustentabilidade tem ganhado cada vez mais importância para os consumidores. É um movimento mundial”. Segundo ela, as ações de comunicação para o mercado internacional, em especial a série, ajudam a difundir um trabalho importante e com grande apelo no imaginário do consumidor. “A indústria calçadista nacional, cada vez mais, vem trabalhando a sustentabilidade. O fato é traduzido no Origem Sustentável, a única certificação mundial da cadeia na área de sustentabilidade”, conclui.

Tendência mundial

Uma das empresas que participam da ação é a Usaflex, de Igrejinha/RS. A analista de Marketing Internacional da empresa, Simone Strazburger, destaca que o futuro depende de um trabalho sustentável, não apenas ambientalmente, mas em todos os pilares econômico, social e cultural que dão base ao conceito da Sustentabilidade. “Novos olhares para a sustentabilidade, como o conceito de ESG (Environmental, Social and Governance), demonstram que cuidar do meio ambiente, ter responsabilidade



social e adotar melhores práticas de governança são pilares indispensáveis para a prosperidade”, diz a analista, acrescentando que a sustentabilidade é também uma demanda do consumidor, especialmente do mercado internacional. “Percebemos uma maior preocupação com produtos sustentáveis em países da Europa e nos Estados Unidos, que já nos solicitam certificações e testes que comprovam a origem e tipo de material utilizado na fabricação de nossos calçados. Este movimento é bastante importante e precisa ser olhado com atenção pela indústria brasileira, pois geralmente são esses países que norteiam as tendências de consumo para o resto do mundo”, ressalta.

Simone conta que a Usaflex traz em seu portfólio de produtos, artigos visando a preocupação com o meio ambiente, introduzindo tênis produzidos com fios reciclados de garrafa pet, uma proposta que renova o cuidado com o meio ambiente. “Este projeto foi apresentado na participação da empresa no saguão de Sustentabilidade, na Expo Dubai, nos Emirados Árabes Unidos. A recepção foi muito boa”, avalia. Além deste, ela conta que a empresa está trabalhando com uma linha de palmilhas chamada Re-Confort, constituída, na parte superior, por espumas de alta densidade e na parte inferior por compostos provenientes da reciclagem de espumas utilizadas na fabricação de outras palmilhas e na própria forração dos calçados Usaflex.

Para a analista, a série do Brazilian Footwear dá um passo importante na comunicação da sustentabilidade brasileira ao mercado internacional, que atualmente é realizada pela Usaflex por meio de treinamentos com vendedores das lojas parceiras ao redor do planeta (in loco e on-line), nos quais são apresentados os pilares do ESG traduzidos em ações realizadas pela empresa, tais como a logística reversa, descontaminação e reciclagem, uso de energias renováveis etc. Nas oportunidades, são apresentadas as formas de seleção dos fornecedores, que devem ter certificações como Leather Working Group e CSBC, que são certificações de rastreabilidade do couro para ser inserido e reprocessado dentro da cadeia produtiva do calçado.

Retornos positivos

A Klin, de Birigui/SP, também é parte da série do Brazilian Footwear. A gerente de exportação da empresa, Camila Chamoun, destaca que a sustentabilidade sempre foi uma marca da atuação da calçadista. “Há 38 anos, quando foi fundada a empresa, já existia essa preocupação com o meio ambiente. Então sempre foi muito verdadeiro para nós”, diz. Segundo ela, atualmente são realizados projetos que incentivam o crescimento profissional dos funcionários, promovem o reflorestamento das regiões de atuação, otimizam o uso de recursos naturais no processo produtivo, entre outros. “Mas também entendemos que a sustentabilidade precisa ser tangível, no produto”, acrescenta.

Para incentivar a cultura da sustentabilidade, a Klin tem entre seus destaques a Linha Semear. Camila explica que a sola e o cabedal do produtos são desenvolvidos com 20% dos seus materiais reciclados do processo produtivo (borrachas e tecidos). Além disso, os pares vêm com sementes para incentivar o plantio dos pequenos consumidores. Outro destaque é a linha Eco Klin, que traz calçados produzidos com garrafas pet recicladas – quatro pets por par. “É mais do que um produto comercial, é uma forma de comunicar ao mercado a preocupação ecológica da empresa, de forma genuína e tangível”, explica Camila.

Camila conta que a empresa tem reforçado a comunicação com o consumidor final, tanto brasileiro quanto internacional, e que a série do Brazilian Footwear certamente auxiliará no processo. “Quando apresentamos o vídeo da série em Dubai, durante a Expo, tivemos uma receptividade muito boa. Até mesmo após, quando enviamos a campanha para o nosso CRM, recebemos mais respostas do que o usual por parte de compradores internacionais parabenizando pela apresentação”, comemora a gerente, ressaltando que existe uma procura de clientes antigos e novos por produtos sustentáveis, especialmente nos mercados da Europa. “Apresentamos os produtos e notamos que eles ficam positivamente surpresos”, conclui.

A série completa pode ser assistida [neste link](#).



BRAZILIAN FOOTWEAR

RODADAS DIGITAIS INTERNACIONAIS GERAM US\$ 4,3 MILHÕES

Tendência de mercado promovida à realidade pela pandemia do novo coronavírus, as rodadas digitais de negócios vêm gerando negócios consideráveis para calçadistas brasileiros. No primeiro semestre, conforme relatório da Abicalçados, nas rodadas digitais com compradores do Reino Unido (maio até agosto), França (maio a setembro) e América Latina (agosto), foram comercializados 348,8 mil pares, que geraram US\$ 4,3 milhões. No total, foram realizadas mais de 300 reuniões entre marcas calçadistas brasileiras e importadores dos países-alvo da ação. A promoção foi do Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações de calçados mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil).

A analista de Promoção Comercial da Abicalçados, Paola Pontin, destaca que 44 marcas brasileiras participaram das rodadas. “Existe uma procura cada vez maior por esse tipo de evento. A digitalização, não só das negociações no mercado interno, mas também internacional, é uma realidade para o setor calçadista nacional”, avalia. Segundo ela, existem vantagens logística e de custo para as empresas, fatores vitais para reorganização financeira após a grave crise provocada pela pandemia do novo coronavírus.

Mercado

Participaram das rodadas digitais com compradores do Reino Unido, França e América Latina as marcas Marina Mello, Killana, Capelli Rossi, Pegada, GVD, Vizzano, Petite Jolie, Werner, BSB, Irá Salles, Adrun, Andacco, Pampili, Bibi, CCR, Cristófoli, Melissa, Sapateamo, Suzana Santos, Ferrucci, Vicenza, Klin, Voices, Ceconello, Kildare, Piccadilly, PG4 Galleria, Intershoes, Kidy, Diversão, Coca-Cola, Kasual Calçados, Ramarim, Outer, Brasil Boots, Stir, Nesk, Donna Carlota, Arena, Usaflex, Labana, ARK e Parô.

A **Greenway** é uma distribuidora de matérias-primas e insumos sustentáveis para a indústria da transformação de polímeros. O seu portfólio conta com produtos como Ácido Esteárico Vegetal, Resinas de Éster de Breu, Óleos plastificantes derivado da Soja, Antioxidante Biobased, entre outros.

Seja Greenway!



**GREENWAY UNIDADE DE NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS DA CYA.
ACESSE NOSSO SITE E CONHEÇA A GREENWAY.**



   @greenwaysustentavel  www.greenway.eco.br



EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS AUMENTARAM 36,8% EM 2021

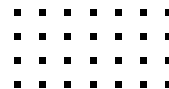
Em recuperação, especialmente a partir do segundo semestre do ano passado, as exportações de calçados registraram o embarque de 123,6 milhões de pares, que geraram US\$ 900,3 milhões em 2021. Os resultados são superiores tanto em volume (+32%) quanto em valores (+36,8%) em relação a 2020. Em relação a 2019, os dados são 7,4% inferiores em divisas e 7,3% superiores em volume embarcado. Segregando apenas o mês de dezembro, foram embarcados 12,88 milhões de pares, que geraram US\$ 94,64 milhões, incrementos de 38,8% em volume e de 58,8% em receita na relação com o mesmo mês de 2020. Os resultados também são superiores aos registrados em dezembro de 2019, 24,5% em volume e 17,2% em receita.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que os índices apontam para a consolidação da recuperação dos calçadistas brasileiros no mercado internacional. “Neste ano, as exportações foram as principais responsáveis pela recuperação da atividade”, avalia, ressaltando que o câmbio e o aumento dos embarques para os Estados Unidos tiveram papel fundamental no crescimento dos embarques. Segundo ele, a recuperação deve seguir ao longo de 2022. “No ano, devemos crescer mais 5% sobre a base de 2021”, projeta.

Em 2021, o principal destino do calçado brasileiro no exterior foi os Estados Unidos. No ano, os norte-americanos importaram 15 milhões de pares por US\$ 228,57 milhões, altas de 62,7% em volume e de 66% em divisas em relação a 2020.

O segundo destino internacional do calçado brasileiro no ano foi a Argentina. Para lá, foram embarcados 13,4 milhões de pares, que geraram US\$ 115,2 milhões, incrementos tanto em volume (+73%) quanto em receita (+58,7%) em relação a 2020.

O terceiro destino no exterior foi a França, para onde foram embarcados 7,27 milhões de pares por US\$ 60,2 milhões, crescimentos de 3% e de 1,7%, respectivamente, ante 2020.



Importações com tendência de alta

Assim como as exportações, as importações de calçados encerraram o ano em alta. Em dezembro, o Brasil importou 2,3 milhões de pares, pelos quais foram pagos US\$ 20 milhões. As altas são de 55,3% em volume e de 5,4% em divisas na relação com dezembro de 2020. No acumulado dos 12 meses, as importações somaram 22,7 milhões de pares e US\$ 287 milhões, incremento de 7,5% em volume e queda de 4,3% em divisas na relação com 2021.

As principais origens dos calçados importados seguem sendo os países asiáticos, com destaque para a China, que apesar de não ser a principal origem (fica atrás de Vietnã e Indonésia) foi o país que registrou maior aumento de embarques de calçados para o Brasil ao longo de 2021. Somente em dezembro, foram importados 1,53 milhão de pares das fábricas chinesas, 294% mais do que no mesmo mês de 2020. No acumulado dos 12 meses, as importações chinesas somaram 9,8 milhões de pares e US\$ 36,67 milhões, altas de 58,4% e 3%, respectivamente, ante 2020. “Em dezembro, os calçados chineses entraram no Brasil a um preço médio US\$ 3, um claro indício de *dumping* - quando os preços para exportações são diferentes dos praticados no mercado interno, uma prática considerada desleal pela OMC”, comenta Ferreira, acrescentando que existe um processo para a renovação da sobretaxa antidumping contra o calçado chinês em análise na Câmara de Comércio Exterior.

Em partes - cabedais, saltos, solas, palmilhas etc -, as importações somaram US\$ 24 milhões, 25% mais do que em 2020. As principais origens foram Paraguai, China e Vietnã.



EXPORTAÇÕES

PRINCIPAIS ORIGENS

Três primeiros estados do ranking e o total do período

RS

RIO GRANDE DO SUL

JAN - DEZ 2020: US\$ 292,50 milhões

JAN - DEZ 2021: US\$ 403,81 milhões

VARIAÇÃO: 38,1%

CE

CEARÁ

JAN - DEZ 2020: US\$ 167,01 milhões

JAN - DEZ 2021: US\$ 210,00 milhões

VARIAÇÃO: 25,7%

SP

SÃO PAULO

JAN - DEZ 2020: US\$ 66,75 milhões

JAN - DEZ 2021: US\$ 94,59 milhões

VARIAÇÃO: 41,7%

TOTAL

JAN - DEZ 2020: US\$ 658,28 milhões

JAN - DEZ 2021: US\$ 900,33 milhões

VARIAÇÃO: 36,8%



IMPORTAÇÕES

PRINCIPAIS ORIGENS

Três primeiros países do ranking e o total do período

VIETNÃ

JAN - DEZ 2020: US\$ 172,85 milhões

JAN - DEZ 2021: US\$ 149,53 milhões

VARIAÇÃO: -13,5%

INDONÉSIA

JAN - DEZ 2020: US\$ 47,25 milhões

JAN - DEZ 2021: US\$ 46,93 milhões

VARIAÇÃO: -0,7%

CHINA

JAN - DEZ 2020: US\$ 35,61 milhões

JAN - DEZ 2021: US\$ 36,67 milhões

VARIAÇÃO: 3,0%

TOTAL

JAN - DEZ 2020: US\$ 299,96 milhões






JAN - DEZ 2021: US\$ 287,10 milhões

VARIAÇÃO: -4,3%

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

ABINFORMA

Janeiro 2022 Nº 358 - Ano 32

 abicalcados
 abicalcadosoficial
 abicalcados
 company/abicalcados
 abicast



ABICALÇADOS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS
INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

www.abicalcados.com.br