

ABINFORMA

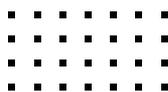
INFORMATIVO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

FEVEREIRO 2022 | Nº 359 | ANO 32



**DIFERENCIAIS
QUALIFICAM
EXPORTAÇÕES DE
CALÇADOS
BRASILEIROS**

PALAVRA DO PRESIDENTE



DESAFIOS PARA SEGUIR CRESCENDO

Haroldo Ferreira

Presidente-executivo da Abicalçados

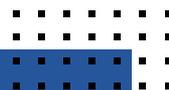
Depois de um 2020 bastante difícil, o setor calçadista teve um 2021 de recuperação gradual. Com crescimento estimado em cerca de 6% na produção, que teve sobretudo impacto da performance surpreendente no mercado internacional, os fabricantes de calçados voltaram a respirar aliviados. Não que com uma capacidade ociosa ainda na faixa de 30% se abram novas perspectivas para vultuosos investimentos de forma imediata, mas existem bons indicativos de que poderemos voltar a realizá-los em um futuro próximo. Para 2022, a perspectiva da Abicalçados é seguir no ritmo de crescimento, com cerca de 3% na produção e 5% nos embarques, ou seja, acima do projeto para o PIB brasileiro.

Não subestimamos a importância da recuperação, que se dá especialmente a partir da retomada nas demandas do mercado doméstico e internacional, mas temos a responsabilidade, enquanto entidade representativa do setor, de alertar quanto aos desafios, que não são poucos.

Com um mercado cada vez mais exigente e concorrido, tanto no ambiente interno quanto internacional, é preciso que as empresas brasileiras se tornem cada vez mais ativas e protagonistas do seu papel social. Sustentabilidade, nas suas dimensões ambiental, social, econômica e cultural está na boca do consumidor, que hoje não quer mais consumir de empresas que não mantenham rigorosos padrões de responsabilidade social e ambiental. O preço, aos poucos vai perdendo essa queda de braço diante da sustentabilidade.

O desafio da ampliação ou mesmo implementação de processos produtivos e produtos sustentáveis vem acompanhado do desafio da comunicação. Afinal, em um mundo onde a concorrência é cada vez mais acirrada, e muitas vezes até desleal, é preciso mostrar o que se faz no intramuros, tendo como premissa a transparência.

Além da sustentabilidade, o que por si só traz vantagens competitivas, especialmente em mercados internacionais mais desenvolvidos, seguimos com os desafios que sempre fizeram parte da nossa história enquanto entidade representativa: desenvolver a atividade, lutar por melhores condições de competitividade e promover o nosso produto aqui e no exterior.



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 DESONERAÇÃO DA FOLHA É PRORROGADA ATÉ 2023

ESPECIAL

6 DIFERENCIAIS QUALIFICAM EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS

ABINOTÍCIAS

14 ABICALÇADOS CONSEGUE DESTRAVAR IMPORTAÇÕES EM PORTOS

ABINOTÍCIAS

15 VULCABRAS É CERTIFICADA EM NÍVEL MÁXIMO NO ORIGEM SUSTENTÁVEL

ABINOTÍCIAS

17 SETOR CALÇADISTA GEROU 26,78 MIL VAGAS EM 2021

ABINOTÍCIAS

18 MATERIAIS SUSTENTÁVEIS SÃO DESTAQUE NO INSPIRAMAIS

ABINOTÍCIAS

19 ABICALÇADOS PARABENIZA O SENAI PELOS 80 ANOS AO LADO DA INDÚSTRIA NACIONAL

ACONTECE NOS POLOS

20 SINDICATOS DAS INDÚSTRIAS DE BIRIGUI E DE NOVA SERRANA EMPOSSAM NOVAS DIREÇÕES

OLHAR DE ESPECIALISTA

21 CALÇANDO O MUNDO

ABINOTÍCIAS

22 MAIS CINCO EMPRESAS UNEM FORÇAS À ABICALÇADOS

INFORME JURÍDICO

23 ABICALÇADOS CONQUISTA LIMINARES EM MANDADOS DE SEGURANÇA COLETIVOS

ABI ENTREVISTA

24 KLIN ESPERA CRESCER 12% EM 2022

BRAZILIAN FOOTWEAR

26 FEIRA ITALIANA DEVE GERAR US\$ 7,5 MILHÕES PARA CALÇADISTAS

BRAZILIAN FOOTWEAR

27 ABICALÇADOS APRESENTA AÇÕES INTERNACIONAIS PARA 2022

BRAZILIAN FOOTWEAR

28 ABERTAS AS INSCRIÇÕES PARA CALÇADISTAS NA JOOR

BRAZILIAN FOOTWEAR

29 DE MALAS PRONTAS PARA OS ESTADOS UNIDOS

BALANÇA COMERCIAL

30 CALÇADISTAS EXPORTARAM 14 MILHÕES DE PARES EM JANEIRO

ABINFORMA

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

Fevereiro 2022 Nº 359 - Ano 32

EDIÇÃO

Alice Rodrigues (Mtb. 12.832)
Diego Rosinha (Mtb. 13.096)
Nicolle Frapiccini (Mtb. 20.143)

TEXTOS

Diego Rosinha (Mtb. 13.096)

FOTOS

Equipe Abicalçados e Divulgação

PRODUÇÃO GRÁFICA

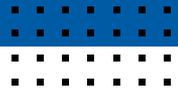
Gabriel Dias | @gabrieldias.ppg

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
em abicast



BRAZILIAN FOOTWEAR LANÇA SÉRIE INTERNACIONAL SOBRE SUSTENTABILIDADE NA INDÚSTRIA CALÇADISTA



11 DE JANEIRO DE 2022
FASHION NETWORK | GERAL

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. Brazilian Footwear é um programa de incentivo às exportações desenvolvido pela Abicalçados em parceria com a Apex-Brasil.

[Confira a matéria completa.](#)

AÇÃO ATRÁS LIBERAÇÃO DE CARGAS NO RS



18 DE JANEIRO DE 2022
ZERO HORA | NOTÍCIAS | P. 6

A mobilização de servidores da Receita Federal por melhoria salarial provoca efeitos em alguns setores da economia no Estado. Iniciada no fim de dezembro, a operação-padrão de servidores do órgão começa a frear o ritmo dos processos de liberação de cargas em áreas aduaneiras, principalmente na importação. A categoria tenta pressionar o governo a regulamentar o pagamento de um "bônus de eficiência", entre outras demandas. Um dos principais segmentos da indústria sensíveis a mudanças no âmbito de exportações e importações, o setor calçadista é um dos que já sentem os efeitos da paralisação. O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, afirma que o impacto, neste momento, é pontual e afeta, principalmente, a liberação de importações.

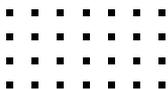
VULCABRAS É CERTIFICADA EM NÍVEL MÁXIMO NO ORIGEM SUSTENTÁVEL



26 DE JANEIRO DE 2022
EXCLUSIVO | GERAL

Único programa de certificação de sustentabilidade na cadeia calçadista mundial, o Origem Sustentável certificou, nessa terça-feira, 25, durante a realização da 25ª edição do Inspiramais, em Porto Alegre/RS, a Vulcabras. O evento contou com as presenças de dirigentes da Abicalçados e da Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal), entidades realizadoras do Programa. Com uma produção de mais de 25 milhões de pares por ano e empregando mais de 16 mil colaboradores nas unidades produtivas de Horizonte/CE e Itapetinga/BA, no Centro de Distribuição de Extrema/MG, no Centro de Desenvolvimento de Parobé/RS e nos escritórios administrativos mantidos em São Paulo, a Vulcabras é considerada uma das maiores empresas do setor calçadista mundial. Durante o Inspiramais, a calçadista recebeu a certificação Diamante no Origem Sustentável, concedido a empresas que alcançam mais de 80% dos indicadores de sustentabilidade no processo produtivo.

[Confira a matéria completa.](#)

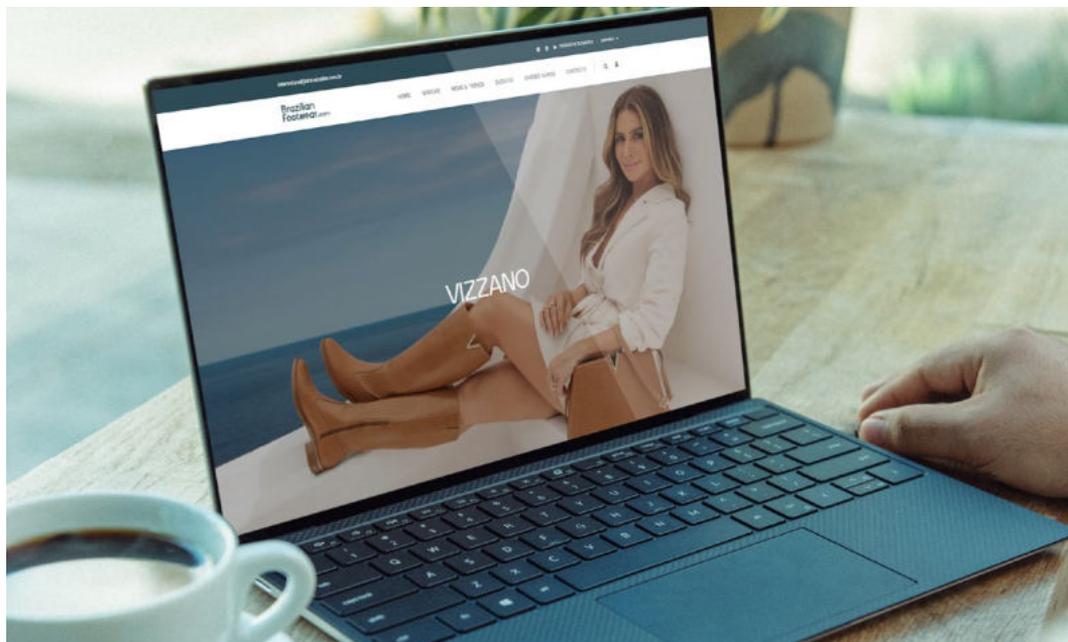
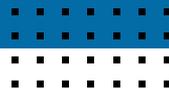


DIFERENCIAIS QUALIFICAM EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS



Com seus primeiros embarques no final dos anos 1960, as exportações de calçados brasileiros alcançaram um nível de excelência e hoje estão presentes em mais de 170 países. No ano passado, foram 123,6 milhões de pares embarcados, número 32% superior ao de 2020 e 7,3% maior do que 2019, ano pré-pandemia. O resultado é significativo e demonstra a força internacional da indústria calçadista brasileira, hoje a principal fora da Ásia e a quinta do mundo em número de pares produzidos: mais de 800 milhões por ano. Diferenciais como flexibilidade produtiva – entrega de lotes menores, de acordo com a necessidade do importador, facilidades de negociação, credibilidade, qualidade de materiais utilizados –, atributos de sustentabilidade e moda são alguns dos motivos elencados por compradores do mundo inteiro quanto à escolha de produtos verde-amarelos. “Hoje, o calçado brasileiro é objeto de desejo nos principais mercados, especialmente na América Latina, onde temos, além de qualidade e credibilidade reconhecidas, uma similaridade cultural importante”, comenta o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira.

Segundo Ferreira, a atual posição internacional do calçado verde-amarelo não foi conquistada por acaso, foi com muita “transpiração e inspiração” das produtoras, que desde o ano 2000 contam com o apoio do Brazilian Footwear, programa de fomento às exportações de calçados mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil). No âmbito do programa são apoiadas e realizadas, todos os anos, feiras, rodadas de negócios, ações de promoção de imagem e ações personalizadas. Conforme relatório da Abicalçados, 74% do valor gerado com exportações de calçados em 2021 foram por meio de embarques de empresas apoiadas pelo Brazilian Footwear.

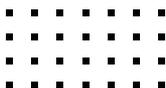


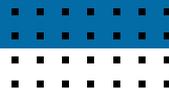
BEIRA RIO: TRADIÇÃO E SUSTENTABILIDADE

Uma das maiores e mais tradicionais indústrias de calçados do Brasil, a Beira Rio e suas oito marcas (Actvitta, Modare Ultraconforto, Beira Rio Conforto, Moleca, Molekinha, Molequinho, Vizzano e Br Sport) são reconhecidas em 95 países. Fundada em 1975, em Igrejinha/RS, a empresa deu seus primeiros passos no mercado internacional em meados dos anos 1980. Foi a partir daí que, segundo a diretora Comercial e de Marketing da empresa, Maribel Silva, “a empresa ganhou espaço no mercado, investiu no atendimento aos seus clientes e no processo de pesquisa das áreas de moda, destacando seus produtos nas melhores vitrines do Brasil e do mundo, consagrando-se como a ‘nova indústria de calçados’”.

Atualmente com uma produção de mais de 400 mil pares por dia, dos quais exporta mais de 18%, especialmente para mercados latino-americanos, a Beira Rio se destaca em atributos importantes para as exportações. Segundo Maribel, são referências no mercado internacional, a possibilidade de pesquisas de origem dos materiais utilizados, a sustentabilidade – esta reconhecida no nível máximo no Origem Sustentável, único programa de certificação de sustentabilidade da cadeia produtiva do calçado em nível internacional – e a qualidade dos materiais utilizados. “No Brasil temos uma das cadeias de fornecimento mais completas do mundo e que preza pela transparência, inovação e tecnologia, certamente um diferencial diante dos principais concorrentes internacionais”, avalia a diretora.

Associada ao Brazilian Footwear desde 2003, a Beira Rio enxerga o apoio fundamental para o incremento e qualificação dos seus embarques. “Sob ponto de vista financeiro, o suporte oferecido pelo Brazilian Footwear aos associados, em rodadas de negócios e feiras internacionais, viabiliza a participação, tornando-a frequente e linear no calendário global, otimizando investimentos e aproximando clientes”, ressalta Maribel, acrescentando, ainda, os editoriais de moda distribuídos para imprensa internacional e a plataforma digital BrazilianFootwear.com, que gera tráfego de clientes aos sites da empresa e que evoluem para novos negócios.



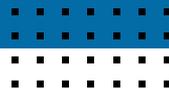


ANDACCO: CURTUME PRÓPRIO COM COMO DIFERENCIAL

Fundada em 1979, a Andacco, de São Sebastião do Paraíso/MG, tem forte presença no mercado internacional. Além da qualidade, um dos diferenciais que concedem competitividade para a empresa é o fato de, em 1988, passar a produzir seus próprios couros. Além da qualidade garantida do material, a produtora conseguiu reduzir os custos dos seus calçados. “Hoje, 98% dos nossos couros são próprios. O fato nos ajuda a ter maior agilidade e flexibilidade, com possibilidade de entrega de lotes menores. Além disso, temos custos menores no processo produtivo”, lista o diretor da empresa, Benevenuto Arantes.

Com uma produção de mais de 4 mil pares diários, dos quais exporta mais de 50%, especialmente para Estados Unidos e países da Europa, a Andacco é associada ao Brazilian Footwear desde 2008. Segundo Arantes, o programa tem papel fundamental no incremento dos embarques da empresa. “Atualmente, participamos ativamente de rodadas digitais e feiras de calçados internacionais, nas quais conseguimos resultados importantes”, conta o empresário.





PAMPILI: CALÇANDO AS PEQUENAS NO MUNDO

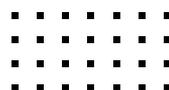


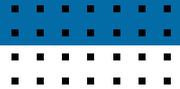
Fundada há quase 35 anos, a Pampili é outro case de sucesso quando o assunto é exportação. A marca de moda infantil para meninas, sediada em Birigui/SP, é reconhecida mundialmente como uma das marcas mais queridas na indústria infantil brasileira. Com uma produção estimada em mais de 15 mil pares diários, dos quais exporta 10% para mais de 40 países, a empresa destaca o fato de ter uma “cultura exportadora”. “Assim conseguimos nos adaptar facilmente às demandas específicas de cada região, para produtos e experiências com a marca”, conta o CCO da fabricante, Diego Colli.



Para manter e incrementar o sucesso além-fronteiras, a Pampili conta com o apoio do Brazilian Footwear desde o primeiro convênio, no ano 2000. “O programa sempre nos apoiou nos principais eventos mundiais do setor, contribuindo para que pudéssemos competir de maneira equalizada no mercado global”, avalia, Colli.

Com a maioria dos materiais e insumos adquiridos no mercado brasileiro, Colli ressalta que a cadeia produtiva nacional é um diferencial importante, tanto para o abastecimento do mercado doméstico quanto internacional. “Acreditamos que a completa cadeia de fornecimento no Brasil definitivamente nos coloca em vantagem global frente ao cenário de escassez de recursos somada a crise logística internacional, efeitos pandemia que no momento afeta todos continentes”, conclui à CCO.





SAVELLI: EXPORTAÇÃO NO DNA



O mercado externo não é somente para empresas tradicionais e de grande porte. Uma prova é o sucesso da Savelli, de Franca/SP. Fundada em 2005 e reestruturada em 2010, quando passou a adotar uma gestão profissionalizada e focada em qualidade e cuidado com recursos humanos, a fabricante produz 1,1 mil pares de calçados masculinos e mocassins femininos de couro diariamente. Com quase 70% da produção voltada para o mercado internacional, a gerente de exportação da empresa, Bruna Pini, destaca que a marca leva “exportação no DNA”. Segundo ela, alguns diferenciais explicam o sucesso da Savelli no mercado internacional: atendimento, produto preparado para exportação, diversificação, entrega pontual, qualidade e exclusividade, flexibilidade produtiva e sustentabilidade. Além disso, a seleção de matérias-primas é outro diferencial relevante para os bons resultados além-fronteiras. “Não dá para reduzir a qualidade dos

materiais porque isso vai impactar na qualidade da nossa entrega. O nosso movimento enquanto empresa é cuidar para que isso seja sempre uma prioridade. Nós temos um trabalho intenso e direcionado para isso. Temos uma pessoa dedicada a essa função, que cuida da seleção do couro enquanto ele ainda não recebeu acabamentos. Temos todo o cuidado para transformar a pele naquilo que o cliente precisa”, conta Bruna, ressaltando que são mais de 30 revisores do começo ao fim do processo.

Associada ao Brazilian Footwear desde 2010, Bruna avalia a parceria como fundamental para a construção da marca internacionalmente. “Temos acesso a algumas ações que não teríamos sem a parceria, temos visibilidade, apoio, esclarecimentos e *networking*”, comenta, ressaltando participações em editais de marketing digital, feiras internacionais, showrooms e na Vogue Brazilian Footwear.



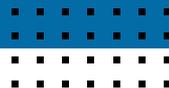


SUZANA SANTOS: RELACIONAMENTO DURADOURO

Com uma produção de 15 mil pares diários das marcas Suzana Santos, Azilê e Renata Mello, dos quais remete 10% para o exterior, a Suzana Santos, fundada em 1995, em São João Batista/SC, preza pelo relacionamento próximo com compradores internacionais. Segundo a diretora da empresa, Suzana Santos, esse relacionamento dá credibilidade para as negociações. “O relacionamento de longa data com clientes possibilita uma relação de confiança e constância nos pedidos, e auxilia na captação de novos clientes”, destaca, ressaltando que a empresa está sempre investindo em feiras nacionais, internacionais, viagens de prospecção e atendimento, buscando entender as necessidades do cliente para poder oferecer diferenciais para os mercados internacionais.

Atuando com os incentivos do Brazilian Footwear desde 2011, a empresa participa das feiras Micam, Expo Riva Schuh e FN Plataforma, além de rodadas digitais promovidas pelo programa. “O apoio – do Brazilian Footwear – é muito importante tanto em termos de suporte quanto no subsídio para as ações”, avalia Suzana.





CARRANO: QUALIDADE, DESIGN E TECNOLOGIA COMO DIFERENCIAIS

A Carrano, marca produzida pela Henrich, de Dois Irmãos/RS, aposta na qualidade, design diferenciado e tecnologia para conquistar o mercado internacional. Exportando mais de 55% dos pares produzidos para mais de 80 países, com destaque para Estados Unidos, Itália, Colômbia e Panamá, a empresa conta com uma dinâmica produtiva que preza pelo design dos produtos e estratégias comerciais assertivas. “Até 2023, a meta é exportar 60% do total produzido”, revela o gerente de exportações da empresa, Fernando Galhego. Para bater a meta, o apoio do Brazilian Footwear, programa ao qual a Carrano é associada desde 2007, será fundamental. Segundo Galhego existe uma expectativa com relação aos resultados das feiras internacionais, o produto mais utilizado pela empresa no âmbito do programa. “Estamos com boas expectativas para os próximos anos, especialmente pelo retorno do mercado norte-americano e europeu. O volume de clientes novos e inativos voltando ao Brasil não se via há 15 anos. É um ânimo para o setor”, conta o gerente.



Fimec

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

a única
que tem
tudo



para
criar o
amanhã.

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

/feirafimec

www.fimec.com.br

PATROCÍNIO:



APOIO:



REALIZAÇÃO:





ABINOTÍCIAS

ABICALÇADOS CONSEGUE DESTRAVAR IMPORTAÇÕES EM PORTOS

A Abicalçados comemora uma importante vitória representada pela liminar que definiu o prazo de oito dias para desembarço aduaneiro de mercadorias que entram pelo Porto de Rio Grande, pelo Porto Seco de Novo Hamburgo e pelo aeroporto de Porto Alegre. Diante da demanda de associados, a Abicalçados entrou, por meio da Biason - Assessoria Empresarial, com mandados de segurança diante de constantes atrasos na liberação de mercadorias importadas nos respectivos estabelecimentos, em função da operação padrão realizada por servidores da Receita Federal desde o final de 2021.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que os atrasos, embora ainda pontuais, já estavam desorganizando os fluxos produtivos que dependem de insumos importados. “Alguns associados chegaram a reportar atrasos de quase um mês para liberação das importações. O fato vinha atrasando o fluxo produtivo, ainda mais neste momento de retomada da demanda”, comenta o executivo, ressaltando que a entidade agiu rapidamente buscando minimizar os danos causados pela operação padrão dos servidores da Receita Federal. “O direito à greve é constitucional, mas não pode prejudicar toda uma cadeia de produção e ainda onerar as empresas, que ainda tinham que arcar com custos de armazenagem”, acrescenta. Para fazer jus à medida, os associados da Abicalçados devem apresentar, junto ao estabelecimento de desembarço, a decisão para liberação imediata de cargas que já estejam paradas há mais de oito dias, bem como comprovante de vínculo associativo à Abicalçados - que pode ser obtido em contato com a Assessoria Jurídica da entidade ([leia mais no INFORME JURÍDICO desta edição](#)).

A entidade também está agilizando ações, após demanda de associados, para liberação dos despachos aduaneiros no Aeroporto de Viracopos, em Campinas/SP. “Havendo atraso no desembarço aduaneiro em demais regiões, e para que a Abicalçados ingresse com o respectivo mandado de segurança, é necessário a comunicação à entidade”, avisa Ferreira.



ABINOTÍCIAS

VULCABRAS É CERTIFICADA EM NÍVEL MÁXIMO NO ORIGEM SUSTENTÁVEL

Único programa de certificação de sustentabilidade na cadeia calçadista mundial, o Origen Sustentável certificou, no último dia 25 de janeiro, durante a realização da 25ª edição do Inspiramais, em Porto Alegre/RS, a Vulcabras. O evento contou com as presenças de dirigentes da Abicalçados e da Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal), entidades realizadoras do Programa.

Com uma produção de mais de 25 milhões de pares por ano e empregando mais de 16 mil colaboradores nas unidades produtivas de Horizonte/CE e Itapetinga/BA, no Centro de Distribuição de Extrema/MG, no Centro de Desenvolvimento de Parobé/RS e nos escritórios administrativos mantidos em São Paulo, a Vulcabras é considerada uma das maiores empresas do setor calçadista mundial. Durante o Inspiramais, a calçadista recebeu a certificação Diamante no Origen Sustentável, concedido a empresas que alcançam mais de 80% dos indicadores de sustentabilidade no processo produtivo.

No âmbito da sustentabilidade, a empresa é a primeira calçadista nacional a utilizar energia 100% livre de emissão de CO2, com geração eólica. Além do fato, a Vulcabras possui 100% de reuso de água, por meio de tratamento próprio de efluentes na unidade de Horizonte/CE. No Centro de Distribuição de Extrema/MG o reuso é de 40%. Segundo o gerente de SGI (sistema de gestão integrada), Luiz Otávio Góí, o reuso na unidade cearense se faz ainda mais relevante devido ao contexto regional de crise hídrica. “Desde a implementação do sistema foram tratados mais de 60 milhões de litros de água”, conta Góí. Já na unidade de Itapetinga/BA, o destaque fica por conta do projeto Zero Aterro, que zerou a geração de passivo ambiental, com todo o resíduo sendo reaproveitado na produção de novos calçados e componentes. Conforme relatório de sustentabilidade da Vulcabras, em 2020, foram recicladas mais de 127 toneladas de plástico, 161 toneladas de EVA e 35 toneladas de TPU (poliuretano termoplástico).



Na área de produto, a Vulcabras lançou, no final de 2021, o tênis Corre ECO, da marca esportiva Olympikus. O produto foi desenvolvido por atletas de corrida com tecnologia 100% sustentável. O tênis possui cabedal produzido com pet reciclado, EVA verde (fabricado com cana de açúcar) e borracha especial extraída da Seringueira. Já as *tags* dos produtos são desenvolvidas com folhas de manjerição, que podem ser plantadas pelos consumidores.

Social

Na área social, a empresa trabalha com projetos de qualificação e capacitação profissional, caso do Programa Complementar de Alfabetização, em parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai), e do Programa de Formação de Menor Aprendiz, este em parceria com o Serviço Social da Indústria (Sesi) e Senai. No ano passado, conforme o Relatório de Sustentabilidade da Vulcabras, foram 525 atendidos.

Outro projeto que é destaque na área social é o Programa Corre Junto Brasil, que no auge da pandemia de Covid-19 ajudou milhares de pessoas a manterem trabalho e renda. Conforme o projeto, os vendedores recebiam comissão de 10% por vendas de produtos da Olympikus. Também com o objetivo de gerar autonomia para as pessoas, a Vulcabras passou a trabalhar, em 2020, com a Escola do Corre - www.olympikus.com.br/escoladocorre -, uma plataforma digital gratuita com conteúdos sobre empreendedorismo.

Ainda na área social, a empresa trabalha fortemente a inclusão de pessoas com deficiência física nos setores produtivo e administrativo. “Hoje, cerca de 5% do nosso quadro de colaboradores é preenchido por pessoas com deficiência e temos as fábricas adaptadas para elas”, conta Góí.

Fornecedores

Outra importante função da certificação Origem Sustentável é a promoção da sustentabilidade na cadeia de fornecedores. Com mais de 800 fornecedores em todo o Brasil, a Vulcabras trabalha fortemente a necessidade de desenvolvimento de materiais sustentáveis. “O Origem Sustentável joga um holofote sobre a questão da sustentabilidade e instiga toda a cadeia produtiva. Desde a nossa adesão, notamos um movimento cada vez maior de fornecedores apresentando produtos que trazem o conceito no seu desenvolvimento”, conclui o gerente.

Mercado Internacional

Presente na certificação da Vulcabras, o presidente da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), Augusto Pestana, destacou a importância da promoção da cadeia calçadista como sustentável em âmbito internacional. “Vemos muitas distorções da imagem brasileira no exterior, especialmente no quesito sustentabilidade. Mostrar uma cadeia produtiva sustentável, como estamos presenciando aqui no Inspiramais, traz ganhos de imagem e competitividade no mercado internacional”, avaliou. Em outubro passado, o Origem Sustentável foi lançado internacionalmente na Expo Dubai, nos Emirados Árabes Unidos, despertando interesse de grandes *players* do setor em nível mundial.

Atualmente, já estão certificadas a Vulcabras, Bibi, Beira Rio, Usaflex, Boxprint e Caimi & Liaison. Encontram-se em processo de certificação outras gigantes da cadeia calçadista, como Grendene, Paqueta, Schutz, Piccadilly, Ramarim, Pegada, Bebece, Via Marte, Redeplast, Ala, Klin e Pampili, além de mais de 50 indústrias de componentes de calçados.



ABINOTÍCIAS



SETOR CALÇADISTA GEROU 26,78 MIL VAGAS EM 2021

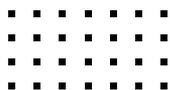
Dados elaborados pela Abicalçados apontam que o setor calçadista nacional recuperou o nível de postos de 2019, portanto na pré-pandemia. Ao longo de 2021 foram geradas 26,78 mil vagas na atividade, encerrando o ano com mais de 266 mil pessoas empregadas nas fábricas de calçados, número idêntico ao registro de 2019 e 11,2% maior do que o de 2020.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que o número reflete a recuperação da atividade ao longo do ano passado, especialmente a partir do segundo semestre. “O setor calçadista responde muito rapidamente aos estímulos da demanda. Neste caso, ainda tivemos o ótimo resultado das exportações de calçados, que cresceram mais de 32% em 2021 (em volume)”, explica o executivo, ressaltando que é a primeira vez que o setor encerra o ano com saldo positivo desde 2016, quando somou a geração de 3,6 mil vagas.

Em 2021, conforme dados da entidade, a produção de calçados cresceu 6% no ano, o que deve fazer o setor encerrar o ano com mais de 800 milhões de pares produzidos. Já a exportação encerrou o ano passado em 123,6 milhões de pares.

Estados

O Estado que mais emprega no setor calçadista brasileiro é o Rio Grande do Sul, que encerrou o ano com 76 mil pessoas empregadas na atividade, 10,5% mais do que em 2020. O segundo Estado que mais emprega no setor é o Ceará, que fechou 2021 com 61,5 mil vagas na atividade, 4,3% mais do que no ano anterior. O terceiro empregador da atividade é a Bahia, que somou 35,7 mil postos de trabalho em 2021, 32,5% mais do que em 2020, sendo o Estado com melhor recuperação de emprego ao longo do ano.



MATERIAIS SUSTENTÁVEIS SÃO DESTAQUE NO INSPIRAMAIS

A 25ª edição do Inspiramais, evento que ocorreu nos dias 25 e 26 de janeiro, no Centro de Eventos da Fieggs, em Porto Alegre/RS, mostrou uma mudança importante na cadeia coureiro-calçadista nacional. O salão, que apresentou materiais inovadores e sustentáveis para fabricantes de calçados, móveis, vestuário e bijuterias, teve como grande destaque a sustentabilidade. A realização do salão foi da Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal), em conjunto com o Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil (CICB), Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit), Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário (Abimóvel) e Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil).

O presidente da Assintecal, Gerson Berwanger, avalia que a primeira edição do evento realizada em Porto Alegre trouxe uma visita qualificada e focada em negócios, especialmente pelo fato de o Rio Grande do Sul ser o segundo maior produtor de calçados do Brasil - atrás apenas do Ceará. “O fato de estar localizado em um ambiente com ótima estrutura e estar próximo dos principais polos calçadistas brasileiros, foi fundamental para os resultados”, avalia. Sobre a retomada do mercado, Berwanger foi enfático: “Existia um receio se a retomada estava realmente ocorrendo. No Inspiramais, quem estava com um pé atrás, colocou os dois pés para frente”. Segundo ele, grande parte dos expositores já sinalizou o retorno para a próxima edição do evento.

Projeto Comprador

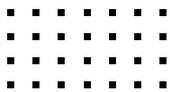
A edição do Inspiramais contou com a promoção de mais uma edição do Projeto Comprador Internacional, realizado através do programa By Brasil Components, Machinery and Chemicals, uma parceria entre a Assintecal e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil). No total, mais de 50 compradores da Argentina, Colômbia, Equador, El Salvador, Espanha, Guatemala, México, Índia, Itália, Paraguai, Peru e Portugal realizaram negócios com expositores do salão. Conforme relatório da Assintecal, somando negócios realizados in loco e alinhavados para os próximos meses foram gerados mais de US\$ 7,5 milhões. “Já havia a avaliação prévia de que seria uma edição muito importante para o mercado externo, especialmente pelo fato do aumento da demanda nos principais países fabricantes de calçados, entre eles o Brasil, e o encarecimento dos fretes da Ásia, que tem inibido as importações de componentes da China”, ressaltou o gestor de Mercado Internacional da Assintecal, Luiz Ribas Júnior.

Projetos e conteúdo

Além de negócios, o Inspiramais trouxe projetos paralelos e uma extensa programação de palestras que destacaram materiais inovadores e sustentáveis.

Logo na entrada do Salão, os visitantes conferiram o Conexão Inspiramais, espaço que apresentou alguns dos materiais produzidos por meio de pesquisa realizada pelo Núcleo de Design da Assintecal, coordenado pelo estilista Walter Rodrigues. Em outro espaço, no Hub Conexão Criativa, foram apresentados materiais inovadores de mais de 20 micro e pequenas empresas, grande parte delas compostas por artesãos. Estreando no Inspiramais, o Espaço da Sustentabilidade, por sua vez, expôs materiais sustentáveis de 23 expositores. Já o Preview do Couro apresentou novidades de 15 curtumes.

O Inspiramais também contou com mais de 10 palestras, que trouxeram temas relacionados à sustentabilidade e inovação na Arena Covestro. A 26ª edição do Inspiramais já tem data e local marcados. Acontece nos dias 19 e 20 de julho, também no Centro de Eventos da FIERGS, em Porto Alegre/RS.



ABICALÇADOS PARABENIZA O SENAI PELOS 80 ANOS AO LADO DA INDÚSTRIA NACIONAL

O Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) completou oito décadas ao lado da indústria brasileira no dia 22 de janeiro. Com papel fundamental para o desenvolvimento do setor, com formação e qualificação de mão de obra, testes de qualidade, consultorias e pesquisas, a instituição tem auxiliado a indústria brasileira no desafio de construção de um modelo de desenvolvimento econômico e social de base industrial.

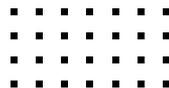


O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, parabeniza a instituição, destacando sua relevância, especialmente diante de um momento em que a formação e atualização de mão de obra se faz urgente. “Ao longo das suas oito décadas de atuação, o Senai formou mais de 80 milhões de pessoas em cursos que vão desde a iniciação profissional até a pós-graduação. Não é à toa que mais de 90% das empresas brasileiras buscam alunos formandos e formados pelo Senai. Neste contexto de mudanças nos modelos de negócios e na própria estrutura de trabalho, é fundamental poder contar com um órgão de tamanha relevância”, diz o executivo.

A instituição, criada em 1942 para qualificar mão de obra, evoluiu junto com o setor industrial, tornando-se referência em educação profissional e tecnológica e inovação. Atualmente o Senai conta com 523 unidades operacionais; 465 unidades móveis, sendo dois barcos-escola; 26 Institutos de Inovação; e 62 Institutos de Tecnologia.

COUROMODA É REALIZADA EM SÃO PAULO

Entre os dias 17 e 19 de janeiro, no Expo Center Norte, em São Paulo/SP, foi realizada a Couromoda. A mostra apresentou mais de mil coleções de calçados, acessórios e confecções voltadas ao Outono/Inverno e também direcionadas ao Alto Verão, com pronta-entrega. O evento foi visitado por compradores brasileiros e internacionais, especialmente da América Latina.



SINDICATOS DAS INDÚSTRIAS DE BIRIGUI E DE NOVA SERRANA EMPOSSAM NOVAS DIREÇÕES

Os sindicatos das indústrias de calçados de Birigui/SP e Nova Serrana/MG anunciaram, no mês de janeiro, suas novas direções.

Em Birigui, o Sindicato das Indústrias de Calçados e Vestuário de Birigui (Sinbi) empossou a nova direção no dia 17 de janeiro. Na oportunidade, o proprietário da Plugt, Renato Ramires (na foto à esquerda), foi reeleito presidente da entidade para o biênio 2022/2024. “Não foram poucos os desafios da jornada 2020/2022 frente a uma entidade que tem um grande papel em nosso setor, tempos difíceis superados com sabedoria, foco, entrega, união, determinação e muito aprendizado ao lado de uma diretoria atuante e um time apaixonado pelo que faz. Para a jornada 2022/2024 os desafios continuam com a missão de elevar a união e competitividade de nossas empresas”, comentou Ramires. Os vice-presidentes empossados são Claudio Adriano Varoni e Carlos Alberto Mestriner.

No dia 28 de janeiro, o Sindicato Intermunicipal das Indústrias de Calçados de Nova Serrana (Sindinova) reelegeu Ronaldo Lacerda (na foto à direita), presidente da Lynd, ao seu cargo máximo. O empresário, que ficará à frente da gestão no triênio 2022/2025, terá ao seu lado 29 membros de diretoria. “Agradecemos pelos três anos que presidi o Sindinova e temos agora mais três anos pela frente. Muitas coisas foram feitas e outras temos que fazer de agora em diante, com muito trabalho. O polo precisa ser ainda mais conhecido no Brasil, aumentar ainda mais a nossa capacidade de exportar nossos produtos e seguir nesse caminho, valorizando, cada vez mais, as nossas fábricas e os nossos produtos”, disse.



Ramires e Lacerda reassumiram cargos

omnilytics

Monitore preços e performance dos seus concorrentes por 7 dias grátis.

DESCUBRA EM POUCOS CLIQUES:

- Quais os gaps no sortimento do concorrente que posso aproveitar?
- Qual a faixa de preço ideal percebida pelo consumidor?
- Quais os produtos e atributos em alta na demanda?
- Quais os best-sellers por faixa de preços?

ASSERTIVIDADE E EFICIÊNCIA NA TOMADA DE DECISÕES

Pare de comprometer suas margens com erros baseados em suposições. Ajudamos marcas e varejistas de moda a aumentarem em + 20% seus resultados através do monitoramento de **mercado, produtos, preços e demanda** em tempo real.

TESTE GRÁTIS POR 7 DIAS

Leia o QR code e acesse agora mesmo





CALÇANDO O MUNDO

Mariele Laís Christ

Gestora do Brazilian Footwear na ApexBrasil

O mercado externo apresenta inúmeras oportunidades para as indústrias calçadistas brasileiras. Nesse contexto, a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Atração de Investimentos (ApexBrasil) é a agência oficial do País para promoção de negócios internacionais e existe justamente para levar ao mundo os diferenciais do Brasil, ampliar a presença das empresas brasileiras no mercado internacional e fortalecer a imagem do País como um parceiro confiável de negócios. Para alcançar esse objetivo, atuamos por meio da qualificação empresarial, geração de inteligência de mercado, atração de investimentos e promoção de negócios e imagem.

É na promoção de negócio e imagem, em parceria com entidades setoriais representativas de diversos setores da economia brasileira, que desenvolvemos projetos setoriais - programas que englobam um conjunto de iniciativas à geração de oportunidades de negócios internacionais para os produtos e serviços brasileiros. Atualmente, são mais de 50 projetos setoriais vigentes, de setores que representam a indústria, os serviços e o agronegócio brasileiro.

Um desses projetos, do qual muito nos orgulhamos, é o Brazilian Footwear, resultado de uma parceria entre a ApexBrasil e Abicalçados consolidada há 22 anos. Desde então, temos trabalhado para alavancar as exportações calçadistas brasileiras, em uma soma de esforços e experiências. A ApexBrasil contribui para essa parceria com a sua ampla experiência em negócios internacionais, enquanto a Abicalçados com a pujança do setor calçadista brasileiro e sua representatividade na economia brasileira. Em 2021, alcançamos o maior número de empresas participantes do Brazilian Footwear da última década: são 334 empresas apoiadas, englobando diferentes níveis de maturidades de exportação - desde as aprendizes até as mais experientes, e de diferentes segmentos, nichos e tipos de calçados produzidos.

No Brazilian Footwear, buscamos conectar as tendências do setor em ações de promoção comercial internacional, com destaque para os negócios digitais e novos modelos de negócios. Entre eles destacam-se as rodadas de negócios on-line, inserção em *marketplaces* de atacado e feiras híbridas, com o intuito de posicionar as empresas calçadistas brasileiras na vanguarda da inovação do setor. A imagem é outro ponto forte, uma vez que produzimos conteúdos proprietários de alta qualidade, transmitindo a imagem de uma indústria comprometida e sustentável, além de uma moda que carrega o *lifestyle* brasileiro, com a produção da Vogue Brazilian Footwear digital e a websérie focada em sustentabilidade.

Segundo a Abicalçados, as exportações de calçados aumentaram 32% em 2021 em comparação ao mesmo período do ano anterior. Em termos de volume, as exportações foram 7,3% superiores a 2019, ano pré-pandemia, corroborando, portanto, as inúmeras oportunidades que o mercado internacional apresenta. Tal perspectiva otimista deve crescer ainda mais em 2022 com a retomada dos eventos presenciais e a crescente confiança para participação de compradores e *players* em tais eventos.

Além dos ganhos financeiros oriundos das vendas internacionais, realizar um processo de internacionalização com uma estratégia de longo prazo traz ganhos intangíveis para as empresas que se desafiam a serem globais, como o consequente aprimoramento de produtos e processos, o desenvolvimento de uma mentalidade internacional e a ampliação da competitividade, inclusive no mercado doméstico.

Para a ApexBrasil, nosso maior desejo é de que as marcas calçadistas brasileiras alcem voos e ganhem cada vez mais terreno internacional, calçando o mundo com o que de há de melhor nos calçados *made in Brasil!* Continuem contando com a Agência em suas jornadas internacionais.



MAIS CINCO EMPRESAS UNEM FORÇAS À ABICALÇADOS

Com objetivos de incrementar a exportação, utilizar benefícios para associados e ferramentas de desenvolvimento, mais cinco empresas uniram forças à Abicalçados nos meses de dezembro e janeiro.

Uma delas é a Seringô, empresa cooperativa que produz chinelos e tênis unissex utilizando borracha extrativa de seringueiros da floresta Amazônica. Localizada em Castanhal, no Pará, a fabricante preza pela sustentabilidade ambiental, econômica e social, já que busca ajudar uma população de trabalhadores por meio da geração de renda. “Os seringueiros são eternos protetores da floresta, pois é dela que retiram o seu sustento e eles têm essa consciência, faz parte de sua identidade”, comenta o diretor Francisco Somonek, ressaltando os aspectos sociais e ecológicos da parceria. Segundo ele, o objetivo da associação à Abicalçados é participar do programa de fomento às exportações Brazilian Footwear, iniciando o processo de internacionalização. “Além disso, queremos, com essa parceria, usufruir dos benefícios, do conhecimento e das informações da entidade”, conclui. Conheça a marca no site seringo.eco.br.

Outra empresa foco em sustentabilidade a se associar à Abicalçados é a Life Shoes. De Campo Bom, no Rio Grande do Sul, a marca traz para o mercado o conceito sustentabilidade com linhas de calçados masculinos e femininos contemporâneos e modernos nos mais variados modelos. A linha sustentável da Life Shoes é produzida EVA l'm green(tm) bio-based da Braskem, empresa pioneira na produção de biopolímeros em escala industrial. A resina é feita a partir da cana-de-açúcar. O diretor de Marketing da empresa, Edson Buhler, conta que o objetivo da associação à entidade é participar das ações de exportações no âmbito do Brazilian Footwear, especialmente da feira italiana Expo Riva Schuh. Conheça a marca no site lifeshoes.com.br.

Retomando a associação à Abicalçados, a Sapatilhas Norma Lee, da capital de São Paulo, realizou algumas mudanças importantes na sua estrutura e agora está focando no e-commerce. Fundada em 2011, pela empreendedora Norma Lee, a empresa produz sapatilhas veganas artesanais com design exclusivo e desenvolvido para trazer conforto, segurança e estilo. “Todas as sapatilhas são desenvolvidas artesanalmente, com design exclusivo, solados flexíveis e antiderrapantes e o mais importante, confeccionadas com material sintético e livre de qualquer sofrimento animal”, detalha Norma. O motivo principal da associação à Abicalçados é a utilização do Clube de Benefícios, da Assessoria Jurídica e das ferramentas para incremento das exportações de calçados. Conheça a marca no site sapatilhasnormalee.com.br.

Uma tradicional empresa do polo calçadista do Vale do Paranhana, no Rio Grande do Sul, também aderiu à Abicalçados. Desde 2008 no mercado, a Santinelli, de Igrejinha/RS, se engajou à entidade com o objetivo de participar da feira calçadista nacional que a Abicalçados está organizando junto às associadas para 2023. Além disso, a empresa, que produz calçados femininos que prezam pelo conforto e estética, busca dar saltos mais altos no mercado internacional por meio do Brazilian Footwear. Conheça a marca no site santinelli.com.br.

Com o objetivo de ampliar suas exportações e utilizar os benefícios da Abicalçados para o desenvolvimento da competitividade, a Monoá, de Pato Branco, no Paraná, preza pelo desenho autoral, com produtos diferenciados e criativos, com os quais vem ganhando destaque no mercado calçadista. “O estilo de vida Monoá transborda emoção e feminilidade. Da cartela de cores aos materiais, valorizamos a liberdade de ser autêntica, por isso, apostamos também na customização e personalização”, diz a diretora Ananda Dagios. Conheça a marca no site monoa.com.br.

Entidade

Criada em 1983, a Abicalçados possui, entre suas associadas, empresas de todos os portes que respondem por mais de 70% da produção nacional de calçados. A entidade possui planos diferenciados para empresas, de acordo com o porte, com mensalidades partindo de R\$ 99. Conheça os benefícios no site www.abicalcados.com.br.



ABICALÇADOS CONQUISTA LIMINARES EM MANDADOS DE SEGURANÇA COLETIVOS

Suély Mühl

Coordenadora Jurídica
suely@abicalcados.com.br

Após ter sido demandada, a Abicalçados impetrou mandado de segurança em face dos Inspetores Chefes da Alfândega da Receita Federal, requerendo a concessão de medidas liminares urgentes para determinar prosseguimento imediato aos procedimentos administrativos de desembaraço aduaneiro de suas associadas, finalizando-os no prazo máximo de oito dias corridos ou, alternativamente, a liberação das mercadorias importadas pelo canal verde.

Considerando a demonstração do descumprimento do prazo de 8 (oito) dias para finalização dos procedimentos de desembaraço, o juízo do porto seco de Novo Hamburgo, do porto de Rio Grande e de Porto Alegre, entenderam que houve elementos suficientes para a constatação do fundamento relevante na impetração das ações. Sendo assim, concederam suas respectivas liminares para liberação de cargas importadas pelas associadas da Entidade, finalizando-as no prazo de 8 (oito) dias.

Para fazer jus à medida, os associados devem apresentar, junto aos portos, as decisões para liberação imediata das cargas que já estejam paradas há mais de oito dias, bem como comprovante de vínculo associativo à Abicalçados, que pode ser obtido com a Assessoria Jurídica da Entidade, por meio do e-mail suely@abicalcados.com.br

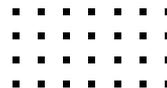
A ação foi promovida pela Abicalçados e elaborada em parceria com o escritório Biason Assessoria Empresarial. Havendo atraso no desembaraço aduaneiro em demais regiões, a Entidade solicita que seus associados enviem demanda à Assessoria Jurídica, juntamente com os documentos que comprovem a demora na liberação das cargas.

Confira demais liminares obtidas pela Entidade em prol de seus associados

Mandado de Segurança Coletivo, já com decisão liminar deferida, que concede o direito das empresas associadas da Abicalçados a suspenderem o recolhimento do IRPJ e CSLL sobre os valores provenientes de créditos presumidos do ICMS. A presente Decisão permite suspender os recolhimentos vincendos. Quanto às restituições, via compensação, dos valores recolhidos nos cinco anos anteriores, as empresas somente terão direito após o trânsito em julgado do Mandado de Segurança Coletivo, com êxito.

Mandado de Segurança Coletivo, já com decisão liminar deferida, que concede o direito das empresas associadas da Abicalçados a não tributarem (pelo IRPJ e CSLL) a SELIC incidente nas repetições de indébito.

Para fazer jus às duas liminares, os associados devem entrar em contato com a Assessoria Jurídica da Entidade, por meio do e-mail suely@abicalcados.com.br



KLIN ESPERA CRESCER 12% EM 2022

Em 1983, aos 18 anos o empresário Carlos Mestriner e mais dois colaboradores criavam a Klin, hoje uma das mais tradicionais produtoras de calçados infantis do Brasil. A fábrica, sediada em Birigui/SP, possui uma produção anual de mais de 3,5 milhões de pares, dos quais 14% dos são exportados para países da América Latina, Oriente Médio e Europa. Mestriner, que conta ter “um papel de guardião do alinhamento estratégico” da empresa, foi o empresário escolhido para abrir a nova editoria do Abinforma, a Abi Entrevista.

Abi - Conte um pouco da sua história no setor calçadista. Quando começou? Como? Quando foi fundada a Klin?

Carlos Mestriner - Com 18 anos meu pai me emancipou, então iniciamos a empresa em julho de 1983, eu e mais dois colaboradores. Posteriormente, depois de dois anos, meu irmão Valdir Mestriner veio participar comigo na gestão da empresa. Hoje temos o papel estratégico de sermos os guardiões do alinhamento estratégico, do propósito maior da marca, como as questões do foco e valores. Hoje a Klin está próxima de fazer 40 anos e muito centrada no seu foco, no seu propósito e pautada nos seus valores.



Abi - Desde quando a empresa é associada à Abicalçados? Quais os serviços mais utilizados?

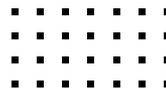
Mestriner - Somos associados à Abicalçados desde 1999 e ao Brazilian Footwear desde 2003. No programa de apoio às exportações de calçados, utilizamos a plataforma digital do Brazilian Footwear, onde mantemos nossas coleções disponíveis a compradores cadastrados na plataforma. A plataforma é completa, fácil de acessar e de alimentar com conteúdo da marca. Conseguimos obter as estatísticas de acesso e informações detalhadas do público que tem interesse em nossa marca. Além disso, recebemos contatos de fornecedores do mundo inteiro. Utilizamos também com muita frequência a área de Inteligência de Mercado para validar nosso planejamento de feiras e eventos que participamos com o apoio financeiro do Brazilian Footwear.

Com relação aos projetos digitais, estamos evoluindo para participar mais efetivamente das oportunidades e temos certeza de que este ano vamos surpreender também com essa oportunidade.

Abi - Qual a importância do Brazilian Footwear para as exportações da empresa?

Mestriner - Acreditamos no programa por meio da condução do time da Abicalçados que tem profunda experiência e conhecimento do mercado nacional. Desde que tivemos uma gestão efetiva desse programa dentro da Klin viemos colhendo crescimento nas exportações, mais reconhecimento e visibilidade para marca.

“HOJE TEMOS O PAPEL ESTRATÉGICO DE SERMOS OS GUARDIÕES DO ALINHAMENTO ESTRATÉGICO, DO PROPÓSITO MAIOR DA MARCA, COMO AS QUESTÕES DO FOCO E VALORES.”



Abi - Ainda no que diz respeito à exportação, a empresa tem planos de aumentar a fatia de produtos no mercado internacional?

Mestriner - Todo nosso planejamento para os próximos anos , inclusive já para 2022, é crescer nas exportações, avançar nos mercados que já atuamos e também prospectar novas oportunidades. No passado, exportávamos um volume muito superior ao que fazemos hoje e queremos recuperar os percentuais de exportações que já tivemos na empresa.

Abi - A pandemia teve impactos não somente sociais, mas econômicos para as empresas. Conte um pouco como tem sido esses dois últimos anos. Como foi o 2020 da empresa? A Klin conseguiu crescer em 2021?

Mestriner - A pandemia, realmente teve impactos sociais, mas no mundo dos negócios (indústria e varejo), ela criou nova dinâmica e é sobre esta que estamos tentando fazer uma leitura, nos adequando aos novos comportamentos de consumo, inclusive mudanças de canais de compra, onde o consumidor está com outra postura no mercado. O ano de 2020 foi muito atípico. Reduzimos o volume de produção, principalmente por termos aproximadamente três meses pautados nas medidas provisórias de restrições ao funcionamento das empresas. O ano de 2021 foi de retomada. Tivemos um crescimento de 23% na receita e com desejos e planos para voos mais altos, porque a economia teve uma pequena retomada. Para 2022 também acreditamos que será assim, ano de retomada lenta, mas com crescimento.

“O ANO DE 2021 FOI DE RETOMADA. TIVEMOS UM CRESCIMENTO DE 23% NA RECEITA E COM DESEJOS E PLANOS PARA VOOS MAIS ALTOS”

Abi - A pandemia também mudou a maneira de se fazer negócios e a relação com os stakeholders em geral. Como você enxerga o futuro do setor, em especial no que diz respeito à digitalização do mercado? A pandemia trouxe mudanças para a empresa? Quais?

Mestriner - A pandemia é um divisor de águas, não só no mercado internacional, mas também no mercado interno, pois a maneira de fazer negócios com os *trades* tem tido uma dinâmica diferente. Estamos mais digitais, com novas formas de showrooms, feiras, enfim, tudo foi ajustado a novos formatos, mas sem abrir mão do físico. O desafio é encontrar o equilíbrio entre esses dois mundos. Ainda é muito cedo pra dizer como será, mas estamos passando por um processo de transformação, de adequação.

Abi - Quais as projeções da empresa para 2022? Consegue apontar um % de crescimento?

Mestriner - Sabemos que 2022 também será um ano difícil. Janeiro já começou com uma nova onda da Covid, mas nós estamos dentro de um planejamento que será materializado ao longo desses próximos 11 meses, com um crescimento de 12%. Pela força da marca, sabemos que é um crescimento factível.

Abi - Existem planos de incremento de produção, espaço físico, investimentos em geral? Fale um pouco sobre e também nos conte a razão das decisões.

Mestriner - A Klin tem um parque fabril extremamente moderno e tecnológico. Fizemos investimentos nos últimos dois anos, mas estamos utilizando apenas 70% da nossa capacidade de produção. Portanto, temos possibilidade de crescer dentro dos nossos espaços físicos.



FEIRA ITALIANA DEVE GERAR US\$ 7,5 MILHÕES PARA CALÇADISTAS

A feira italiana Expo Riva Schuh, realizada entre os dias 15 e 18 de janeiro, em Riva del Garda, deve gerar mais de US\$ 7,5 milhões, com a venda de 670 mil pares, para 26 marcas calçadistas brasileiras. A projeção está no relatório 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), que viabilizou a participação verde-amarela. Os resultados somam os negócios realizados in-loco e os alinhavados durante o evento.

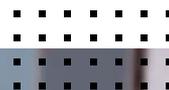
A coordenadora da Promoção Comercial da Abicalçados, Letícia Sperb Masselli, conta que o evento, apesar de mais compacto do que nas edições anteriores, na pré-pandemia, teve resultado satisfatório para a maior parte dos expositores brasileiros. Foram gerados 211 contatos com alguns dos principais *players* do mercado europeu. “O nível dos compradores, que por ainda haver restrições de entrada eram em grande parte da Europa, foi muito bom. Os resultados da Expo Riva Schuh certamente impulsionarão as exportações brasileiras ao longo do primeiro semestre”, avalia.

Mercado

No ano passado, conforme dados elaborados pela Abicalçados, as exportações de calçados para a Europa somaram 21 milhões de pares, 17% do total embarcado no período (que foi de 123,6 milhões de pares). O incremento das exportações gerais foi de 32% e para Europa de 3,8% no comparativo com 2020.

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

A próxima feira italiana apoiada pelo Brazilian Footwear será a Micam Milano, que teve sua data confirmada para 13 a 15 de março.



ABICALÇADOS APRESENTA AÇÕES INTERNACIONAIS PARA 2022

A retomada do mercado internacional registrada em 2021, especialmente a partir do segundo semestre, deve seguir ao longo do ano que inicia. Depois de crescer mais de 32% em 2021, para 123,6 milhões de pares embarcados para cerca de 170 destinos, o setor calçadista espera emplacar novo incremento, agora de 5% (em volume) em 2022. É com essa perspectiva positiva que a Abicalçados divulgará, no próximo dia 10, as ações internacionais que serão realizadas ao longo do ano no âmbito do Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações mantido pela entidade em parceria com a ApexBrasil. O evento será digital e as inscrições podem ser realizadas no link lp.abicalcados.com.br/landing-page-webinar-brazilian-footwear.

A apresentação, que será conduzida pela gestora e pela analista de Promoção Comercial da Abicalçados, Letícia Sperb Masselli e Paola Pontin, detalhará as ações que serão realizadas nos mercados-alvo do Brazilian Footwear em 2022: Estados Unidos, Colômbia, Reino Unido, França, Emirados Árabes Unidos e Coreia do Sul. “Em cada mercado existe uma estratégia que foi levada em consideração para a realização das ações”, explica Letícia. Segundo ela, entre as ações que serão detalhadas estão as participações em feiras internacionais na Itália e Estados Unidos (físicas, digitais e híbridas), um projeto que irá colocar calçados brasileiros na Amazon - com consultoria -, o projeto realizado com a Joor e que promove vendas internacionais B2B (*business to business*), as rodadas de negócios on-line, entre outras. “No total, falaremos de mais de 20 ações que serão realizadas ao longo do ano”, adianta a gestora.

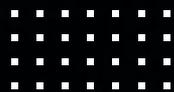
WEBINAR BRAZILIAN FOOTWEAR

FORMATO: ON-LINE

QUANDO: 10/02

HORÁRIO: 14H

INSCRIÇÕES: <https://lp.abicalcados.com.br/landing-page-webinar-brazilian-footwear>



BRAZILIAN FOOTWEAR

ABERTAS AS INSCRIÇÕES PARA CALÇADISTAS NA JOOR

O Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações de calçados mantido pela Abicalçados em parceria com a ApexBrasil, está com inscrições abertas - e limitadas - para a participação de marcas calçadistas na Joor. Considerada a maior plataforma de gestão de pedidos e clientes B2B (*business to business*) do mundo, a Joor une esforços com o BrazilianFootwear.com pela terceira vez. Na segunda edição foram gerados mais de US\$ 495 mil em expectativas de negócios para os seis meses seguintes para as marcas brasileiras participantes. A terceira edição da ação será realizada entre 15 de fevereiro e 15 de julho de 2022.

A analista de Promoção Comercial da Abicalçados, Carla Giordani, destaca que a plataforma, que permite a realização de pedidos on-line, possui mais de 355 mil compradores de 150 países cadastrados, a maior parte deles dos Estados Unidos. “Os Estados Unidos são o principal destino do calçado brasileiro no exterior, com surpreendente crescimento ao longo do ano passado, com incremento de mais de 62% ante 2020, muito acima do crescimento das exportações em geral, que ficou em 32%”, avalia Carla - em 2021, as exportações para os Estados Unidos foram de 15 milhões de pares, dos mais de 123 milhões exportados no período. Além disso, a analista acrescenta que a plataforma faz parte de um movimento de transformação digital dos negócios, que foi impulsionada durante a pandemia de Covid-19. “Essa tendência - de transformação digital nos modelos de negócios - veio para ficar”, frisa. Em 2020, segundo a BigCommerce, o e-commerce B2B mundial gerou mais de US\$ 6,6 trilhões, com expectativas de crescimento de 18,7% por ano até 2028.

Para a terceira edição, as marcas Pegada, Paula Torres, Voszi, Pampili e Anatomic Shoes já confirmaram a participação no projeto.

Esforços de comunicação

Para o mercado norte-americano, foco do projeto, o Brazilian Footwear ainda disponibilizará esforços de marketing digital junto aos compradores internacionais. “O programa possui uma agência de Relações Públicas nos Estados Unidos, que fará, com o apoio do time de marketing da Joor, a divulgação junto aos principais *players* daquele país”, conta Carla.

O investimento para a ação, com duração de seis meses, parte de US\$ 800. Mais informações e inscrições pelo e-mail carla@abicalcados.com.br.



BRAZILIAN FOOTWEAR

DE MALAS PRONTAS PARA OS ESTADOS UNIDOS

No mês de fevereiro, a Abicalçados, por meio do Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações de calçados que mantém em parceria com a ApexBrasil, promove a participação de marcas verde-amarelas em quatro feiras nos Estados Unidos.

A primeira parada será na Playtime, em Nova Iorque. A mostra, focada no mercado infantil, acontece entre os dias 13 e 15 de fevereiro. Participam do evento as marcas Dalai Kids e Mini Melissa. Segundo a analista de Promoção Comercial da Abicalçados, Paola Pontin, a mostra, por ser multissetorial, atrai grandes *players* do mercado infantil. “A participação é importante não somente pela geração de negócios in loco, mas também para posicionar a marca nos Estados Unidos”, comenta.

Na sequência, 16 marcas brasileiras participam da Magic Las Vegas, feira que contempla todos os setores da moda – vestuário, acessórios e calçados - entre 14 e 16 de fevereiro. Participam da feira as marcas Activitta, Beira Rio Conforto, BR Sports, Carrano, Melissa, Modare Ultraconforto, Moleca, Molekinha, Molequinho, Pegada, Petite Jolie, Savelli, Schutz, Suzana Santos, Vizzano e Zinzane.

Entre os dias 19 e 21 de fevereiro, as marcas brasileiras aterrissam em Atlanta para a Atlanta Shoe Market. Por ser frequentada por muitos distribuidores locais, a feira é considerada uma porta de entrada para o mercado norte-americano, especialmente para encontrar bons distribuidores daquele mercado. “Geograficamente, a mostra tem uma abrangência importante no Sudeste do País, recebendo grandes *players* daquela região”, explica Paola. Participam da mostra as marcas Bottero, Ferrucci, Melissa, Pegada, Penalty, Petite Jolie, Piccadilly e Schutz.

Encerrando o circuito de feiras nos Estados Unidos, a Magic NY receberá 10 marcas brasileiras entre os dias 27 de fevereiro e 1º de março. “A feira acontece durante a Semana de Moda de Nova Iorque e atrai compradores interessados em produtos diferenciados em design, moda autoral e contemporânea”, conta a analista. Participam da mostra as marcas Activitta, Beira Rio Conforto, BR Sports, Carrano, Ferrucci, Modare Ultraconforto, Moleca, Molekinha, Molequinho e Vizzano. Simultaneamente acontece a Coterie, que receberá as marcas Schutz e Melissa.

Mercado

Os Estados Unidos são o principal mercado para o calçado brasileiro no exterior. Em 2021, os norte-americanos importaram 15 milhões de pares verde-amarelos por US\$ 228,57 milhões, altas de 62,7% em volume e de 66% em divisas em relação a 2020, respondendo por mais de 25% do total gerado com embarques no ano.



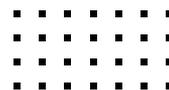
CALÇADISTAS EXPORTARAM 14 MILHÕES DE PARES EM JANEIRO

A recuperação nas exportações de calçados verificada ao longo do ano passado seguiu no primeiro mês de 2022. Dados elaborados pela Abicalçados apontam que, em janeiro, foram embarcados 14 milhões de pares, que geraram US\$ 101,2 milhões, incrementos tanto em volume (+43,8%) quanto em receita (+66%) em relação ao mesmo mês de 2021.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que o indicador é positivo e reflete a recuperação já registrada no segundo semestre do ano passado. “Os fornecedores de calçados brasileiros, com o encarecimento dos fretes internacionais, principalmente da Ásia, estão no radar dos principais compradores internacionais com maior proximidade geográfica, especialmente dos Estados Unidos e América Latina”, avalia. Segundo ele, a tendência, no entanto, é que o incremento arrefeça ao longo do ano em virtude da base de comparação mais fortalecida, especialmente a partir do segundo trimestre. “De toda forma, existe uma perspectiva de incremento em torno de 5% nos embarques em 2022”, acrescenta.

O principal destino internacional do calçado verde-amarelo em janeiro foi os Estados Unidos, que respondeu por mais de 25% do total gerado com os embarques. No primeiro mês do ano, os norte-americanos importaram 1,75 milhão de pares por US\$ 25,87 milhões, incrementos tanto em volume (+85%) quanto em receita (+93,6%) em relação ao mês correspondente do ano passado.

No segundo posto entre os importadores de calçados brasileiros aparece a Argentina, para onde foram exportados 778 mil pares que geraram US\$ 6,65 milhões, altas tanto em volume (+50,6%) quanto em receita (+75,6%) em relação a janeiro de 2021.



O terceiro principal destino do produto foi a França. Em janeiro, as fábricas brasileiras exportaram para lá mais de 758 mil pares, pelos quais foram pagos US\$ 5,5 milhões, incrementos tanto em volume (+49,2%) quanto em receita (+14,3%) em relação ao mesmo período do ano passado.

Após dez anos, China volta a ser a principal origem das importações

Desbancando o Vietnã como principal origem das importações brasileiras de calçados em 2021, em janeiro a China enviou mais de 1,32 milhão de pares de calçados para o Brasil, 19,6% mais do que no mesmo mês do ano passado. Desde 2010, quando foi adotada a sobretaxa para importação de calçados chineses (antidumping), a China não assumia o primeiro posto entre as origens das importações. O volume é mais da metade do total importado no mês, 2,58 milhões de pares. Em valores a China segue na segunda posição, especialmente pelo fato de o produto do Tigre Asiático ter um preço médio baixo, de US\$ 3,63 por par. No total, pelas importações chinesas foram pagos US\$ 4,8 milhões, 46,3% mais do que em janeiro do ano passado.

Em receita, as importações do Vietnã seguem liderando o ranking de origens. Em janeiro, foram importados de lá 452,7 mil pares, pelos quais foram pagos US\$ 9,47 milhões, quedas de 24,2% em volume e de 23,5% em receita na relação com o mês correspondente de 2021.

No terceiro posto entre as origens do calçado importado em janeiro aparece a Indonésia. No primeiro mês de 2022, foram importados de lá 242 mil pares, pelos quais foram pagos US\$ 4,8 milhões, altas de 123,5% em volume e de 61,3% em dólares na relação com o mês correspondente de 2021.

No total, as importações de calçados somaram 2,58 milhões de pares, pelos quais foram pagos US\$ 24 milhões, altas de 30% em volume e de 10,2% em receita na relação com o primeiro mês de 2021.



EXPORTAÇÕES

PRINCIPAIS ORIGENS

Três primeiros estados do ranking e o total do período

CE

CEARÁ

JAN 2021: 4,06 milhões de pares

JAN 2022: 6,12 milhões de pares

VARIAÇÃO: 50,5%

RS

RIO GRANDE DO SUL

JAN 2021: 2,31 milhões de pares

JAN 2022: 3,41 milhões de pares

VARIAÇÃO: 47,2%

SP

SÃO PAULO

JAN 2021: 420,6 mil pares

JAN 2022: 592,9 mil pares

VARIAÇÃO: 41,0%

TOTAL

JAN 2021: 9,73 milhões de pares

JAN 2022: 13,99 milhões de pares

VARIAÇÃO: 43,8%



IMPORTAÇÕES

PRINCIPAIS ORIGENS

Três primeiros países do ranking e o total do período

CHINA

JAN 2021: 1,10 milhão de pares

JAN 2022: 1,32 milhão de pares

VARIAÇÃO: 19,6%

VIETNÃ

JAN 2021: 597,4 mil pares

JAN 2022: 452,7 milhões de pares

VARIAÇÃO: -24,2%

INDONÉSIA

JAN 2021: 149,9 mil pares

JAN 2022: 241,9 mil pares

VARIAÇÃO: 61,3%

TOTAL

JAN 2021: 1,98 milhão de pares

JAN 2022: 2,58 milhões de pares

VARIAÇÃO: 30%

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

ABINFORMA

Fevereiro 2022 Nº 359 - Ano 32

 abicalcados
 abicalcadosoficial
 abicalcados
 company/abicalcados
 abicast



ABICALÇADOS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS
INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

www.abicalcados.com.br