

ABINFORMA

INFORMATIVO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

ABRIL 2022 | Nº 361 | ANO 32



IT'S
TIME
FOR
brazilian
footwear

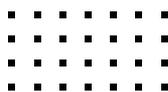
Want to know more about Brazil? Visit us at

- | | | | |
|----------------------------------|--|--|---|
| Hall 1
Amoville - E200 | Hall 4
Acolita - F12
Arlon - E20
Arlon - M30
Bela Rio Calçados - F12
Bela - E20
Bela - F12
Capelli Brasil - M30
Caramelo - M30
Lisiani - C20 | Hall 4
Jorge Maruff - M30
Lobato & Santos - M30
Madona Brasil - M30
Mestre Calçados - F12
Mestre - F12
Mestre - M30
Mestre - F12
Mestre - M30
Mestre - C20
Mestre - F12 | Hall 4
Mestre - F12
Mestre - M30
Mestre - C20
Mestre - F12 |
|----------------------------------|--|--|---|

ESPECIAL

**EVENTOS FÍSICOS
IMPULSIONAM
EXPORTAÇÕES**

PALAVRA DO PRESIDENTE



OS OLHOS DO MUNDO NO BRASIL

Haroldo Ferreira

Presidente-executivo da Abicalçados

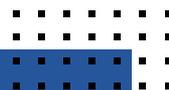
Após um período bastante complicado, em que assistimos a produção de calçados despencar mais de 18%, em função da pandemia de Covid-19 e suas implicações no mercado doméstico e internacional, parece que os ventos mudaram. Depois de crescer cerca de 10%, em produção, no ano passado, temos a perspectiva de incremento de mais de 2% ao longo deste ano, crescimento acima do PIB estimado para o País (1,5%, segundo a equipe econômica do Governo Federal). Embora seja uma sequência importante, ainda não retomaremos os patamares produtivos da pré-pandemia, em 2019.

O motor do crescimento, desde 2021, tem sido as exportações de calçados. No ano passado, as exportações de calçados registraram o embarque de 123,6 milhões de pares, que geraram US\$ 900,3 milhões em 2021, resultados superiores tanto em volume (+32%) quanto em valores (+36,8%) em relação a 2020. No primeiro bimestre de 2022, a exportação foi de 27,57 milhões de pares por US\$ 209,23 milhões, incrementos em volume (+40%) e em dólares (+70,8%).

A boa performance tem uma explicação. O Brasil, quinto maior produtor de calçados do mundo, o maior fora da Ásia, vem chamando a atenção dos principais mercados, entre eles do nosso histórico principal destino, os Estados Unidos. As motivações são comerciais, com o aumento dos custos logísticos dos fretes da Ásia, a guerra comercial entre Estados Unidos e China, que sobretaxou as importações de calçados chineses no mercado estadunidense, mas também refletem a força da cadeia produtiva nacional. Mesmo diante das dificuldades e oscilações no mercado internacional, o Brasil sempre manteve posição de destaque, especialmente com um produto de qualidade, design e com atributos de sustentabilidade. A exportação, como estratégia, de manutenção de mercados qualificados e potenciais, mesmo diante das dificuldades, nos elevou a um patamar de excelência que nos permite ter as melhores perspectivas nesse momento de retomada. Diante da necessidade de substituir as importações de calçados do principal produtor do setor no mundo, a China, os olhos do mundo, naturalmente, se voltam para as nossas fábricas.

Neste informativo, o leitor confere uma matéria especial sobre o retorno dos eventos físicos após um hiato forçado pela pandemia de Covid-19, o que deve auxiliar ainda mais na boa performance das exportações em 2022.

Boa leitura!



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 EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS BRASILEIROS CONTARÃO COM INCENTIVO DE R\$ 35 MILHÕES

ESPECIAL

6 RETORNO DOS EVENTOS FÍSICOS IMPULSIONAM EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS

ABINOTÍCIAS

12 ABICALÇADOS PARTICIPA DE AUDIÊNCIA COM BOLSONARO

ABINOTÍCIAS

13 INDÚSTRIA CALÇADISTA JÁ GEROU 13 MIL VAGAS EM 2022

ABINOTÍCIAS

14 SETOR DEVE PRODUZIR MAIS DE 820 MILHÕES DE PARES EM 2022

ABINOTÍCIAS

15 CERTIFICAÇÃO DE SUSTENTABILIDADE É DESTAQUE NO FÓRUM INTERNACIONAL DO CALÇADO

ABINOTÍCIAS

16 ABICALÇADOS PARTICIPA DE LANÇAMENTO DO NÚCLEO PORTO ALEGRE DO PEIEX

ABI ENTREVISTA

17 DEMOCRATA INVESTE PARA CRESCER

ABINOTÍCIAS

19 FIMEC APONTA QUE RODA COMEÇOU A GIRAR

ABINOTÍCIAS

20 CICB CELEBRA 65 ANOS DE HISTÓRIA COM SELO COMEMORATIVO

ACONTECE NOS POLOS

21 RODADA DE NEGÓCIOS DO POLO DE BIRIGUI MOVIMENTA O SETOR

OLHAR DE ESPECIALISTA

22 O ANO DE 2022 E A RETOMADA DOS EVENTOS

ABI NOTÍCIAS

23 ABICALÇADOS RECEBE OITO NOVAS ASSOCIADAS

BRAZILIAN FOOTWEAR

25 CALÇADISTAS BRASILEIROS FECHAM MAIS DE US\$ 25 MILHÕES EM NEGÓCIOS NA MICAM MILANO

BRAZILIAN FOOTWEAR

27 AGENDA PRESENCIAL: ABICALÇADOS PROMOVE PROJETO COM COMPRADORES FRANCESES

BALANÇA COMERCIAL

28 EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS SOMARAM US\$ 320,65 MILHÕES ATÉ MARÇO

ABINFORMA

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

Abril 2022 Nº 361 - 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

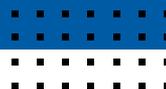
Gabriel Dias | @gabrieldias.ppg

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
abicalcados
company/abicalcados
abicast



EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS BRASILEIROS CONTARÃO COM INCENTIVO DE R\$ 35 MILHÕES



04 DE MARÇO DE 2022
JORNAL NH | GERAL

A Abicalçados e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) renovaram na quinta-feira (3) à tarde o convênio com o projeto Brazilian Footwear, que incentiva as exportações de calçados brasileiros. Ao todo, com recursos da Agência e contrapartida das empresas, serão investidos mais de R\$ 35 milhões na divulgação das marcas brasileiras mundo afora. O projeto é válido até janeiro de 2024. “Nesses 22 anos de parceria, qualificamos e pulverizamos nossas exportações, passando de 99 destinos para mais de 160. A renovação da parceria acontece em um momento de retomada das exportações de calçados, o que nos deixa ainda mais otimistas para um futuro próximo. Nossa expectativa é a mais positiva e, certamente, é impulsionada pelas ações de promoção comercial e de imagem que serão realizadas pelo Brazilian Footwear nos próximos dois anos”, destacou o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira.

[Leia a matéria completa aqui](#)

ALTA DE INSUMOS PREOCUPA CALÇADISTAS



07 DE MARÇO DE 2022
VALOR ECONÔMICO | GERAL

Com um mercado interno fragilizado, o setor calçadista viu as vendas crescentes ao exterior se tornarem uma fonte de receita ainda mais importante durante a pandemia. O consumidor brasileiro começou 2022 com a renda mais pressionada, o que dificulta o consumo discricionário e faz com que as apostas das fabricantes recaiam de novo sobre o mercado externo para escoar a produção e melhorar o balanço. [...] Por isso, uma pressão sobre a demanda ainda não é a preocupação do setor, que espera um crescimento de mais de 5% em volume de pares vendidos fora do Brasil neste ano. “Um grande problema seria se os Estados Unidos declarassem guerra contra a Rússia, pois os americanos, sim, são nosso maior mercado”, diz Haroldo Ferreira, presidente da Abicalçados.

[Leia a matéria completa aqui](#)

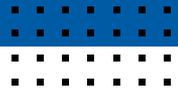
EXPORTAÇÃO DE CALÇADOS É A MELHOR EM 11 ANOS



10 DE MARÇO DE 2022
SBT | SBT BRASIL

Entrevista com Priscila Linck, coordenadora de Inteligência de Mercado da Abicalçados.

[Assista aqui](#)



EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS DO RS AQUECEM SETOR E ELEVAM RECEITA



21 DE MARÇO DE 2022
ZERO HORA | NOTÍCIAS

A indústria calçadista do Rio Grande do Sul vive o melhor momento nas exportações dos últimos 11 anos. Nos dois primeiros meses de 2022, o setor gerou a maior receita com a venda de produtos para o exterior em um primeiro bimestre desde 2011. As exportações do segmento calçadista cresceram 76% no primeiro bimestre ante igual período de 2021, segundo dados da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados). O Estado foi o maior exportador do país no período. As vendas internacionais são o principal motor do setor na retomada em um cenário onde a demanda interna não consegue tração diante de economia instável.

CERTIFICAÇÃO DE SUSTENTABILIDADE É DESTAQUE NO FÓRUM INTERNACIONAL DO CALÇADO



24 DE MARÇO DE 2022
EXPANSÃO | GERAL

Organizada pela Confederação Europeia da Indústria Calçadista (CEC, sigla em inglês), a 6ª edição do Fórum Internacional do Calçado, ocorrida de forma digital no último dia 22 de março, discutiu temas pertinentes ao universo da indústria calçadista internacional. Com participação de representantes da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), FDRA (associação dos lojistas e distribuidores de calçados nos Estados Unidos), APICCAPS (associação das indústrias de calçados de Portugal), Assocalzaturifici (associação das indústrias de calçados da Itália), Hong Kong Footwear Association (associação das indústrias de calçados de Hong Kong), o congresso trouxe temas como acordos de comércio exterior e sustentabilidade da cadeia produtiva.

[Leia a matéria completa aqui](#)

SETOR CALÇADISTA DEVE PRODUZIR MAIS DE 820 MILHÕES DE PARES EM 2022



29 DE MARÇO DE 2022
JORNAL DO COMÉRCIO | GERAL

Com a gradual retomada no mercado interno e em especial das exportações, os calçadistas brasileiros devem produzir mais de 820 milhões de pares de calçados ao longo do ano. A projeção é da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) e significa um incremento médio de 2,3% em relação a 2021. Mesmo com o resultado, o setor não deve recuperar as perdas registradas com a pandemia de Covid-19, ficando mais de 8% abaixo dos níveis produtivos de 2019. Esses e outros dados da atividade serão apresentados e comentados no próximo dia 13 de abril, no já tradicional Análise de Cenários, evento digital realizado pela entidade com o objetivo de trazer informações qualificadas para o setor calçadista.

[Leia a matéria completa aqui](#)

RETORNO DOS EVENTOS FÍSICOS IMPULSIONAM EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS



Depois de um período sem participações em eventos físicos, o setor calçadista inicia 2022 comemorando a retomada das feiras de calçados internacionais, que ficaram em “standby” em função da pandemia de Covid-19. A presença brasileira em feiras físicas e missões comerciais é parte fundamental da estratégia de internacionalização do setor, que tem no Brazilian Footwear, programa desenvolvido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), o desenvolvimento de ações e projetos com o objetivo de multiplicar o calçado “made in Brasil” mundo afora.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que as exportações do setor, que foram impulsionadas a partir do arrefecimento da pandemia de Covid-19 na segunda metade do ano passado, têm sido o motor do crescimento da atividade. Somente no primeiro bimestre, os calçadistas brasileiros somaram o embarque de 27,5 milhões de pares, que geraram US\$ 209,2 milhões, altas de 40% em volume e de 70,8% em receita no comparativo com o mesmo período do ano passado. “As exportações apresentaram uma dinâmica de recuperação bastante superior ao crescimento da demanda interna, sendo que ainda no ano passado recuperamos os embarques registrados na pré-pandemia, com mais de 123 milhões de pares embarcados”, comenta. Segundo ele, a expectativa é de confirmar o crescimento até o final do ano. “A expectativa é encerrar 2022 com 9% de incremento médio nos embarques em relação a 2021 (em volume)”, diz.

Além da maior demanda internacional, especialmente dos Estados Unidos, Ferreira atribui o otimismo nas exportações à retomada das feiras e missões comerciais físicas. Nas primeiras mostras do ano – Expo Riva Schuh (Itália), Playtime (EUA), Magic Las Vegas (EUA), Atlanta Shoe Market (EUA), Magic NY (EUA) e Micam (Itália) – foram gerados mais de US\$ 38 milhões em negócios. “As feiras internacionais têm um papel fundamental na retomada. As expectativas são as melhores possíveis”, conclui o executivo. Até o final do ano, o Brazilian Footwear prevê a participação em mais 10 feiras internacionais na Itália e nos Estados Unidos, além de missões comerciais na Colômbia.

AREZZO: “VAMOS NA FEIRA PARA ENCANTAR OS CLIENTES”



Exportando cerca de 12% da sua produção diária de mais de 85 mil pares de calçados, a Arezzo&Co, de Campo Bom/RS, é um dos principais *players* calçadistas do Brasil. Destacando a importância do retorno aos eventos físicos internacionais para potencializar ainda mais as exportações, o gerente de exportações do grupo, Luis Germann, conta que os embarques cresceram 74% em 2021, em relação a 2020, e que seguem em crescimento nos primeiros meses do ano. “Em 2022, seguimos em crescimento, com destaque para o mercado norte-americano, onde temos um significativo volume de exportações da marca Schutz – uma das 18 marcas do grupo”, conta.

Segundo Germann, já em 2021, com o arrefecimento da Covid-19, a empresa esteve presente em feiras físicas nos Estados Unidos e na Itália. A retomada definitiva da participação com equipe própria em 2022, segundo o gerente, foi motivo de comemoração na empresa. “As feiras físicas são muito relevantes e fazem parte da estratégia do grupo, especialmente para a prospecção de novos clientes internacionais. Em complemento aos eventos on-line, são eventos que permitem uma apresentação mais eficaz das nossas marcas, além de proporcionar um relacionamento mais próximo e pessoal com os compradores. Nós vamos para as feiras para encantar nossos clientes”, diz. Na Micam, feira italiana realizada no início de março, a empresa somou R\$ 4 milhões em negócios.

Germann conta que, embora a empresa adote estratégias *omnichannel* para a expansão internacional, as feiras físicas são locais ideais para prospecção de compradores que ainda não possuem um relacionamento com o grupo. “Além disso, existe uma maior efetividade nos negócios quando os encontros são presenciais. Para a manutenção, utilizamos ferramentas digitais, onde evoluímos muito, mas para a prospecção as feiras físicas ainda são um grande diferencial para a estratégia de exportações”, frisa o gerente, ressaltando o apoio do programa Brazilian Footwear nessas ações.



ADRUN: “NOSSO SETOR GOSTA DE SENTIR O PRODUTO”



Com uma produção de quatro mil pares diários, sendo 40% deles exportados para mais de 50 países, a Adrun, de Birigui/SP, aumentou o percentual dos calçados embarcados, ano a ano, desde que iniciou o processo de internacionalização, em 2015. A parceria com a Abicalçados, por meio do Brazilian Footwear, foi fundamental para o processo.

O gerente de exportações da empresa, Valdomiro Pinese Júnior, conta que os eventos físicos são fundamentais para a estratégia de exportação da Adrun. “A participação nas mostras facilita a manutenção e prospecção de clientes. Nós não teríamos como realizar todas as viagens necessárias para visitar todos os nossos compradores. Nos eventos, esses encontros se concentram”, diz. Para a prospecção, ou mesmo lançamento de novas coleções, Júnior conta que estar presente no evento físico auxilia a realização dos negócios. “O nosso cliente gosta de sentir o produto, gosta de pegar, experimentar. Só o evento físico pode proporcionar isso”, acrescenta o gerente, ressaltando que a empresa está trabalhando para somar mais uma feira internacional ao portfólio de participações – que já conta com Expo Riva Schuh e Micam: a feira estadunidense Atlanta Shoe Market.

Sobre a mais recente participação internacional, na Micam, Júnior ressalta que a retomada ainda não ocorreu completamente, pois ainda persistem algumas restrições que acabaram impactando na visitação. “Para as próximas feiras, acreditamos em uma melhora na situação. Já estamos encaminhando o nosso retorno à Micam (setembro) e também para a Expo Riva Schuh (junho)”, adianta. Para 2022, com a normalização dos fluxos internacionais, a empresa espera aumentar a fatia exportada para 45% a 55%. “Alguns entraves persistem, como encarecimento do frete e custos mais altos com matéria-prima, mas a empresa vem atuando para diminuir os efeitos. Neste ano, compramos uma máquina para fabricação de EVA visando a redução de custos. Acredito que, com uma maior estabilidade no mercado internacional, possamos seguir crescendo em 2022”, projeta o gerente.



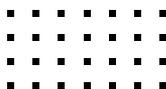
BOTTERO: RELACIONAMENTO MAIS PRÓXIMO

A calçadista Bottero, de Parobé/RS, é outro importante *player* do setor que tem como parte da estratégia de expansão internacional a participação em feiras. “Sempre fizemos a manutenção e prospecção dos nossos clientes internacionais nas feiras físicas. Tivemos um tempo sem mostras, em função da pandemia de Covid-19. Estávamos realizando esse trabalho de forma virtual, mas sem a mesma força. Desde o ano passado, por meio de representantes, estivemos nas feiras da Itália - Expo Riva Schuh e Micam. O movimento foi menor, não tínhamos presença de equipe própria, mas os negócios aconteceram”, conta a gerente de exportações da empresa, Paulina Klein

A partir da retomada presencial, Paulina ressalta que houve um incremento nas negociações, em especial para países da Europa e para os Estados Unidos. “As exportações da Bottero, que absorvem uma fatia de 15% da nossa produção (de 15 mil pares diários), vêm sendo fundamentais para a recuperação dos negócios pós-pandemia, em especial no mercado internacional”, avalia.

Segundo Paulina, nas duas primeiras feiras do ano, Expo Riva Schuh e Micam, ambas na Itália, a empresa logrou bons resultados, embora com uma visitação ainda menor do que em anos pré-pandemia. “Estamos saindo de uma

pandemia e agora temos a influência da guerra Ucrânia e Rússia, que acaba inibindo as visitas, principalmente de clientes do Leste Europeu. Mas acreditamos em uma recuperação dessas feiras ainda em 2022”, diz. Segundo ela, nas feiras italianas, além de abrirem clientes importantes, caso da Bielorrússia, foram proporcionados encontros com compradores que não apareciam há dois anos. “A feira física é fundamental, nos permite uma maior proximidade, estreita o relacionamento e fideliza os compradores”, destaca, ressaltando que o Brazilian Footwear é um apoio relevante para as participações. “O apoio não se dá somente no aspecto financeiro, que é importante, mas também com todo o suporte necessário”, conclui a gerente.



ANATOMIC GEL: A ENGENHAGEM VOLTOU A GIRAR



Outra empresa otimista com a retomada nas exportações, embalada pelo aumento dos embarques, especialmente para a Europa, é a Anatomic Gel, de Franca/SP. Com uma produção de dois mil pares diários, sendo 25% embarcados para o mercado internacional, com a maior parte dos clientes na Europa, países da América Latina, Estados Unidos e Ásia, a Anatomic Gel tem presença importante no exterior.

O diretor da Anatomic Limited – empresa parceira que faz a exportação da Anatomic Gel –, João Conrado, destaca que os resultados das exportações em 2021 já haviam superado os níveis pré-pandemia, e que agora, a partir do incremento da demanda internacional e dos eventos físicos, a performance deve melhorar ainda mais. “Recuperamos os níveis da pré-pandemia ainda no segundo semestre do ano passado. O ano começa com perspectivas bastante positivas” diz, acrescentando que a empresa criou um depósito com alfândega seca no Reino Unido e um escritório de vendas na Irlanda para dirimir as barreiras causadas pelo Brexit (saída do Reino Unido, país sede do escritório da Anatomic Limited, da União Europeia). “Também devem impactar os negócios os altos custos no frete e a demora das entregas provenientes da Ásia, que tem feito com que clientes dos Estados Unidos, Europa e América Latina busquem calçados em fornecedores alternativos aos asiáticos. Neste processo, nossa indústria deve ficar mais competitiva”, avalia.

A mais recente feira com participação da Anatomic Gel foi a Micam, na Itália. Apesar de uma movimentação menor, Conrado conta que negócios aconteceram, com a visita de mais de 100 relevantes *players* de 27 países. “A Micam é muito importante para a estratégia da Anatomic Gel. A feira nos surpreendeu positivamente, pois apesar do tamanho reduzido em relação às edições anteriores, teve uma grande presença de compradores internacionais”, comenta. Segundo ele, o retorno aos eventos presenciais será fundamental para a recuperação das exportações brasileiras. “A engenhagem voltou a girar”, comemora.

Braço internacional da Abicalçados, mantido com o apoio da ApexBrasil, o Brazilian Footwear tem papel fundamental para a internacionalização das marcas calçadistas brasileiras. Para o próximo biênio, o convênio irá investir mais de R\$ 35 milhões em ações de promoção comercial e de imagem para calçadistas brasileiros no exterior. Conheça no site www.abicalcados.com.br/brazilianfootwear.





Acelere em **até 50%** o passo da coleção primavera/verão com o **Centric PLM™**

O **desenvolvimento dos seus produtos** parece andar em círculos? Siga os passos de grandes marcas como **Crocs**, **Otabo** e **Grupo Flexi**, centralize **processos**, **produtos** e **pessoas** em um único software.

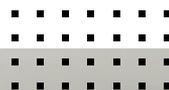
Veja como é ter a melhor tecnologia aos seus pés:

CLIQUE AQUI E PEÇA SUA DEMO PERSONALIZADA



centricsoftware.com/pt-pt

© 2022 Centric Software, Inc. Todos os direitos reservados.



ABICALÇADOS PARTICIPA DE AUDIÊNCIA COM BOLSONARO

A Abicalçados e mais 16 associações representativas dos setores beneficiados pela prorrogação da desoneração da folha de pagamentos – medida publicada no Diário Oficial da União no final do ano passado – estiveram no último dia 15 de março em audiência com o presidente Jair Bolsonaro e ministros do Governo Federal, entre eles o titular da pasta de Trabalho e Previdência, Onyx Lorenzoni. Na oportunidade, o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, agradeceu, em nome do setor, a medida da desoneração da folha de pagamentos, ressaltando que a mesma tem papel fundamental na recuperação dos empregos da atividade, que hoje soma 280 mil postos diretos no País. Segundo o executivo, depois de gerar quase 27 mil vagas no ano passado, o setor iniciou o ano gerando 12,8 mil postos no primeiro bimestre. “Essas quase 40 mil vagas geradas entre 2021 e fevereiro são indicativas da recuperação da atividade e também da continuidade da medida, que oportuniza um alívio tributário de quase R\$ 600 milhões por ano somente para o setor calçadista”, avalia.

Reforma Tributária

No encontro, os setores representativos destacaram a importância da continuidade da desoneração da folha de pagamentos, mas também defenderam uma Reforma Tributária mais robusta que, entre outras medidas, ampliasse a possibilidade para todos os segmentos da economia nacional. “O pior imposto é o imposto sobre geração de emprego. Não faz nenhum sentido em um país que quer gerar desenvolvimento, emprego e renda”, destaca Ferreira, ressaltando que o Governo se mostrou sensível à importância de uma reforma profunda no sistema tributário nacional.

Entenda

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. No caso do setor calçadista, é pago 1,5% sobre a receita. Pela prorrogação, a medida segue válida até o final de 2023.



ABINOTÍCIAS

INDÚSTRIA CALÇADISTA JÁ GEROU 13 MIL VAGAS EM 2022

Após gerar mais de 27 mil vagas de trabalho na atividade, em 2021, o setor calçadista segue em recuperação no início de 2022. Dados elaborados pela Abicalçados revelam que, no primeiro bimestre, as indústrias de calçados geraram mais 12,8 mil vagas, somando um total de 279 mil empregados em nível nacional. Ainda conforme a entidade, o número é 8,2% superior aos registros do mesmo período do ano passado, crescimento superior ao registrado na Indústria de Transformação no mesmo intervalo (+4,8%).

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que o resultado é puxado pela recuperação da atividade, especialmente no mercado internacional. No primeiro bimestre, foram exportados mais de 27,5 milhões de pares, o que gerou US\$ 209,2 milhões, incrementos de 40% em volume e de 70,8% em receita na relação com o mesmo período de 2021. “Existe uma recuperação importante nos embarques de calçados, especialmente para os Estados Unidos, que importou quase o dobro de calçados brasileiros no primeiro bimestre em relação ao período correspondente de 2021. O fato tem ajudado na geração de vagas, que somam aproximadamente 40 mil empregos criados entre 2021 e início de 2022”, explica. Segundo ele, a toada da recuperação deve seguir até o final do ano. “A expectativa é encerrar 2022 com uma produção entre 1,8% e 2,7% maior do que no ano passado, somando um total de mais de 820 milhões de pares produzidos”, projeta, ressaltando que a projeção das exportações é de um crescimento ainda maior, de cerca de 9% ante 2021 (em volume embarcado).

Estados

O estado que mais emprega no setor calçadista brasileiro é o Rio Grande do Sul. Com 80,58 mil pessoas empregadas na atividade, as fábricas gaúchas respondem por 28% do total de postos no Brasil. Dados da Abicalçados apontam que, no primeiro bimestre, o setor criou 4,7 mil postos, encerrando o período com 7,5% mais pessoas empregadas no comparativo com igual intervalo do ano passado.

O segundo empregador da atividade é o Ceará, com 62 mil postos no setor calçadista. No primeiro bimestre, o Estado gerou 409 vagas, encerrando o período com 3% mais pessoas empregadas na atividade.

Tendo ultrapassado São Paulo no ranking de empregadores do setor, a Bahia é o terceiro estado que mais emprega na atividade, com 37,47 mil postos. No bimestre, as fábricas baianas geraram 1,78 mil vagas, encerrando o período com 24% mais empregos do que no ano passado.

São Paulo aparece na quarta posição entre os empregadores do setor calçadista. No bimestre, as fábricas paulistas geraram 2,8 mil vagas na atividade, totalizando 31,6 mil pessoas empregadas, 11% mais do que em 2021.



SETOR DEVE PRODUZIR MAIS DE 820 MILHÕES DE PARES EM 2022

Com a gradual retomada no mercado interno e, em especial, das exportações, os calçadistas brasileiros devem produzir mais de 820 milhões de pares de calçados ao longo do ano. A projeção é da Abicalçados e significa um incremento médio de 2,3% em relação a 2021. Mesmo com o resultado, o setor não deve recuperar as perdas registradas com a pandemia de Covid-19, ficando mais de 8% abaixo dos níveis produtivos de 2019. Esses e outros dados da atividade serão apresentados e comentados no próximo dia 13 de abril, no já tradicional Análise de Cenários, evento digital realizado pela entidade com o objetivo de trazer informações qualificadas para o setor calçadista. As inscrições são gratuitas e podem ser realizadas no [link](#).

A coordenadora de Inteligência de Mercado da Abicalçados, Priscila Linck, destaca que o crescimento da produção em 2022 deve ser impulsionado pelas exportações de calçados, que no primeiro bimestre do ano somaram o envio de 27,57 milhões de pares para o exterior, gerando US\$ 209,23 milhões, incrementos em volume (+40%) e em dólares (+70,8%) em relação ao mesmo intervalo do ano passado. “Em 2022, as exportações devem seguir sendo o motor do crescimento da atividade, com reflexos na geração de empregos para atender à crescente demanda internacional, especialmente dos Estados Unidos, nosso principal destino no exterior”. Além de Priscila, participa do Análise de Cenários o professor e doutor em Economia Marcos Lélis.

Além dos dados produtivos, no evento serão detalhados os diferentes segmentos de calçados, dados da balança comercial internacional, empregos por Estado, entre outros. “Também serão apontadas as projeções de curto prazo. É um evento fundamental para acompanhar a dinâmica do setor calçadista brasileiro”, conta Priscila.

Relatório Setorial

O evento Análise de Cenários marca também o lançamento do Relatório Setorial - Indústria de Calçados, publicação desenvolvida pela Abicalçados desde 2016 que traz dados e avaliações do setor calçadista nacional.

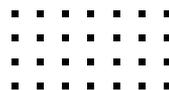
SERVIÇO

ANÁLISE DE CENÁRIOS + LANÇAMENTO RELATÓRIO SETORIAL INDÚSTRIA DE CALÇADOS

Data: 13/04/2022

Horário: 14 horas

Inscrições (gratuitas): [Clique aqui](#)



CERTIFICAÇÃO DE SUSTENTABILIDADE É DESTAQUE NO FÓRUM INTERNACIONAL DO CALÇADO



INTERNATIONAL
footwear
FORUM

Organizada pela Confederação Europeia da Indústria Calçadista (CEC, sigla em inglês), a 6ª edição do Fórum Internacional do Calçado, ocorrida de forma digital no último dia 22 de março, discutiu temas pertinentes ao universo da indústria calçadista internacional.

Com participação de representantes da Abicalçados, FDRA (associação dos lojistas e distribuidores de calçados nos Estados Unidos), APICCAPS (associação das indústrias de calçados de Portugal), Assocalzaturifici (associação das indústrias de calçados da Itália), Hong Kong Footwear Association (associação das indústrias de calçados de Hong Kong), o congresso trouxe temas como acordos de comércio exterior e sustentabilidade da cadeia produtiva.

A gestora de Projetos da Abicalçados, Letícia Sperb Masselli, que representou os calçadistas brasileiros, destacou que chamou a atenção dos representantes dos Estados Unidos, Europa e de convidados latino-americanos a certificação Origem Sustentável. Única certificação ESG (sigla em inglês que abrange conceitos de governança ambiental, social e corporativa) da cadeia calçadista no mundo, a iniciativa destaca empresas fornecedoras de componentes e do produto final que adotam práticas sustentáveis nos pilares econômico, ambiental, social e cultural. “Existe uma tendência de incremento mundial na busca não somente por produtos sustentáveis, mas por empresas que tenham propósitos e práticas sustentáveis, que respeitem os direitos humanos e a natureza. O fato ficou bastante latente no Congresso, sendo que já saímos com reuniões importantes encaminhadas com representantes dos mercados dos Estados Unidos, da Europa e de países da América Latina”, conta Letícia.

Origem Sustentável

Levando em consideração as dimensões ambiental, econômica, social e cultural traduzidos em 104 indicadores desenvolvidos em consonância com parâmetros internacionais de ESG, o Origem Sustentável é o único programa de certificação de sustentabilidade da cadeia calçadista no mundo. O objetivo é certificar desde fornecedores de componentes até fabricantes de calçados, fechando o ciclo produtivo. O programa certifica processos produtivos sustentáveis e conta com auditorias externas do SENAI, SGS, Intertek, Bureau Veritas e DNV.

Atualmente, já estão certificadas a Vulcabras, Bibi, Beira Rio, Usaflex, Piccadilly, Boxprint, Caimi & Liaison, Bertex, Tintas Killing, Perfil Injetados e Fibertex. Encontram-se em processo de certificação outras gigantes da cadeia calçadista, como a Schutz, Ramarim, Via Marte, Redeplast, Calçados Ala e Bebecê, além de mais de 50 fabricantes de calçados e componentes do Brasil.

ABICALÇADOS PARTICIPA DE LANÇAMENTO DO NÚCLEO PORTO ALEGRE DO PEIEX

A Abicalçados, representada pela analista de Relacionamento, Aline Maldaner, participou do lançamento do Núcleo Porto Alegre/RS do Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX). No evento, ocorrido no último dia 16, na sede da Unisinos, em São Leopoldo/RS, Aline destacou a importância da internacionalização para o setor calçadista brasileiro e o apoio do Brazilian Footwear, programa de fomento aos embarques de calçados mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil).

Na oportunidade, Aline ressaltou o bom momento para as exportações brasileiras de calçados, que diante da retomada da demanda internacional registraram incremento de 32% em 2021, superando inclusive os níveis registrados na pré-pandemia (2019) em mais de 7%. “As exportações têm sido o motor da recuperação no setor calçadista. No ano passado, o consumo interno cresceu 6%, cinco vezes menos do que as exportações”, frisa. Segundo a analista, o crescimento seguiu seu ritmo no início do ano, com 40% de incremento no primeiro bimestre, no comparativo com igual período de 2021. “Foi o melhor resultado para o primeiro bimestre em uma década”, acrescenta.

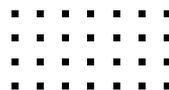
Aline destacou que os bons resultados com as exportações de calçados são impulsionados pela preparação cada vez maior das empresas, independente do porte, para atuação no mercado externo. “E neste sentido, o PEIEX tem papel fundamental, assim como o nosso programa de internacionalização, o Brazilian Footwear, que desde o ano 2000 auxilia nossos calçadistas em processos de expansão no mercado externo”, disse.

Na sequência, a analista apresentou as ações do programa para o próximo biênio, que somarão mais de R\$ 35 milhões em investimentos. Detalhando a dinâmica para a construção do convênio com a ApexBrasil, Aline elencou os mercados-alvo do Brazilian Footwear para o período: Estados Unidos, Colômbia, Reino Unido, França, Emirados Árabes Unidos e Coreia do Sul. Saiba mais em www.abicalçados.com.br/brazilianfootwear.

Programa

O PEIEX é um programa da ApexBrasil que tem como objetivo instigar as empresas a iniciarem o processo de internacionalização de forma planejada e segura. Em Porto Alegre, o núcleo será conduzido pela Unisinos, que passará a metodologia para as empresas interessadas. Saiba mais pelo e-mail apexbrasil@apexbrasil.com.br.





DEMOCRATA INVESTE PARA CRESCER - AINDA MAIS - EM 2022

A Democrata, indústria de calçados clássicos masculinos de Franca/SP, assim como o setor calçadista em geral, sofreu com a pandemia. Uma queda de 55% no faturamento em 2020, no entanto, não fez com que a tradicional empresa paulista desanimasse. A partir de 2021, com arrefecimento da pandemia de Covid-19, a empresa só cresceu. E seguirá crescendo em 2022, tanto que novos investimentos para ampliação do parque produtivo estão previstos. O presidente da empresa, Urias Francisco Cintra, nos conta um pouco a receita do sucesso que une resiliência, excelência e coragem para investir no Brasil.



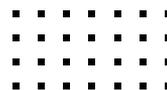
Abinforma - Conte um pouco da sua história no setor calçadista.

Urias Francisco Cinta - Criamos a Democrata a partir de dois funcionários, eu e um sócio, em 1983, com dez pares por dia. Eu vinha do setor, sou um sapateiro, tendo iniciado minha carreira em linhas produtivas do setor em Franca. Em 1985, a Democrata já havia batido a meta de produzir 40 pares diários com capital 100% próprio. Embarcamos nossos primeiros pares para o exterior em 1993, com destino aos Estados Unidos. A partir daí, mesmo com as crises, especialmente a provocada pelo Plano Real, em meados da década de 90, fomos crescendo. Hoje a nossa produção está em mais de 15 mil pares diários, dos quais enviamos 22% para mais de 50 países, com destaque para Estados Unidos e países da América Latina.

Abinforma - Todos os setores econômicos sofreram muito com a pandemia de Covid-19 e seus reflexos no consumo. Como foi esse momento para a Democrata?

Cintra - Em 2020 tivemos uma queda muito grande, ficamos muito tempo parados, sem produção. O faturamento, em relação a 2019, despencou 55%. Já no ano seguinte, 2021, nos recuperamos bem, encerrando bem acima de 2020 e com incremento de 9% em relação ao ano da pré-pandemia (2019). Nos primeiros três meses de 2022 seguimos no ritmo da recuperação, sendo que hoje já estamos 12% acima dos níveis de 2019.

“HOJE A NOSSA PRODUÇÃO ESTÁ EM MAIS DE 15 MIL PARES DIÁRIOS, DOS QUAIS ENVIAMOS 22% PARA MAIS DE 50 PAÍSES, COM DESTAQUE PARA ESTADOS UNIDOS E PAÍSES DA AMÉRICA LATINA.”

**Abinforma - A que se deve essa recuperação?**

Cintra - Embora não tão rápido, o mercado interno, que absorve cerca de 80% das nossas vendas, vem respondendo bem à retomada da demanda. Neste cenário, também influencia a nossa expansão via franquias (a Democrata projeta abertura de 15 novos pontos no Brasil em 2022) e a nossa presença crescente nos canais multimarcas.

“NO MERCADO EXTERNO, TEMOS O RETORNO DE COMPRADORES NORTE-AMERICANOS, QUE NO NOSSO CASO COMPRAM COM MARCAS DELES (PRIVATE LABEL). É UM VOLUME SIGNIFICATIVO. TEMOS NOTADO QUE O FATO TEM OCORRIDO DE UMA MANEIRA GERAL, O QUE É MUITO IMPORTANTE PARA O SETOR.”

Abinforma - E no mercado externo?

Cintra - No mercado externo, temos o retorno de compradores norte-americanos, que no nosso caso compram com marcas deles (*private label*). É um volume significativo. Temos notado que o fato tem ocorrido de uma maneira geral, o que é muito importante para o setor. Percebemos que é um movimento que decorre da busca desses clientes por fornecedores que não sejam da China, em especial por causa do aumento dos custos de frete e deficiência na entrega.

Abinforma - Diante desse contexto de retomada, a Democrata projeta investimentos para o ano?

Cintra - Só não investimos no ano passado porque existia uma capacidade ociosa. Em 2022, já estamos com capacidade total. Diante disso, estamos providenciando a ampliação física e também investindo em maquinário e equipamentos para aumentar a produção de calçados e atender à demanda nacional e internacional. Somente no primeiro trimestre, os investimentos chegaram a R\$ 3,5 milhões. Acreditamos que a demanda geral vá aumentar ainda mais a partir da segunda parte deste ano. Nas exportações, embora estejamos convivendo com a oscilação do câmbio e valorização do Real, o cenário é mais positivo. Já no mercado interno temos algumas observações a fazer, em especial pelo aumento da inflação, que corrói o poder de compra do consumidor, e a alta dos juros.



ABINOTÍCIAS

FIMEC APONTA QUE RODA COMEÇOU A GIRAR

Considerada um termômetro do comportamento do setor calçadista nacional, a 45ª Fimec (Feira Internacional de Couros, Produtos Químicos, Componentes, Máquinas e Equipamentos para Calçados e Curtumes) foi um indicativo positivo para a atividade. A feira, que aconteceu na Fenac de 8 a 10 de março, contou com 280 expositores de máquinas, equipamentos, produtos químicos, couros e componentes para calçados.

Para o diretor-presidente da Fenac, Marcio Jung, a Fimec foi surpreendente, visto que o setor vem de um momento muito complicado em função da pandemia de Covid-19. “Foi uma Fimec pujante e com qualidade, que reuniu visitantes com capacidade de tomada de decisão”, destacou. “Esta é a Fimec mais surpreendente de todos os tempos, tanto para expositores quanto visitantes da cadeia do calçado”, relatou Jung. Para 2023, a expectativa é de uma feira ainda maior. “Diversos expositores já estão em contato para a próxima edição”, complementou.

Negócios

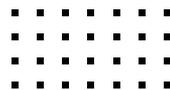
Sem contabilizar a totalidade dos negócios, a Fimec contou com grande volume de negociações, com mercado brasileiro e internacional. No âmbito do comércio exterior, a Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal), por meio do By Brasil Components, Machinery and Chemicals, promoveu mais uma edição do Projeto Comprador Internacional. O projeto, conforme a Assintecal, realizou 230 reuniões entre expositores de componentes e 11 grupos de importadores da Colômbia, Guatemala, Peru e República Dominicana, gerando, entre negócios efetivados e alinhados nos encontros, mais de US\$ 7,5 milhões. O gestor de Mercado Internacional da Assintecal, Luiz Ribas Júnior, destacou que o resultado positivo confirmou o bom momento para as exportações do setor, que tiveram incremento de 22% em 2021 e iniciaram o ano com 37% de crescimento no primeiro bimestre.

Premiação

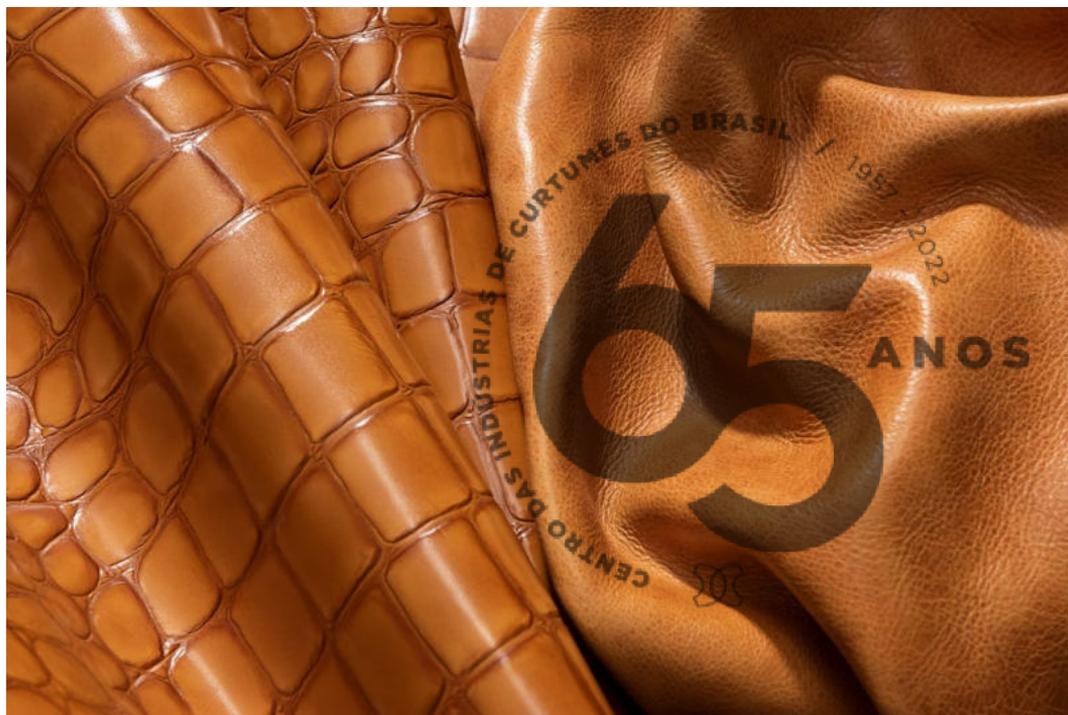
Com extensa programação paralela, um dos destaques da Fimec foi a 22ª edição do Prêmio Primus Interpares. Promovida pela Assintecal, a premiação destacou a sustentabilidade nos processos produtivos e destacou cases do setor nas áreas de Design, Inovação Tecnológica, Sustentabilidade e Exportações, além do jornalista com a melhor matéria setorial escrita ao longo de 2021.

Prêmio Primus Interpares 2022:

Design (Médio/Grande portes): Wolfstore
Design (Micro/Pequeno portes): Camaleoa
Inovação Tecnológica (Médio/Grande portes): Killing S.A.
Inovação Tecnológica (Médio/Grande portes): Top Shoes
Sustentabilidade (Médio/Grande portes): Ambiente Verde
Sustentabilidade (Micro/Pequeno portes) Primus Têxtil
Exportação (Médio/Grande portes): Boxflex
Imprensa: Luis Vieira



CICB CELEBRA 65 ANOS DE HISTÓRIA COM SELO COMEMORATIVO



O Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil (CICB) chega aos seus 65 anos de história em 2022. Para celebrar esse marco, a entidade utilizará ao longo do ano um selo especial comemorativo em toda a sua comunicação.

O CICB é a entidade que representa as indústrias produtoras de couro do Brasil, independente do porte ou da localização. Entre seus objetivos, busca a qualificação do setor, promove inteligência comercial e a imagem do couro do Brasil no mercado doméstico e internacional. Seus associados representam mais de 75% da produção de couros do País, reconhecido como um dos maiores *players* mundiais desta indústria. O Brasil produz anualmente 40 milhões de peles, com exportação para mais de 80 países.

A história do CICB teve início em 1957, na sua fundação, no Rio de Janeiro. “De lá para cá, nossa indústria passou por uma grande evolução, que incluiu o início das exportações, a transição tecnológica, a qualificação profissional, os projetos de agregação de valor e, na última década, muito fortemente, a sustentabilidade”, destaca José Fernando Bello, presidente executivo do CICB.

O selo tem elementos que representam movimento e união – dois valores que são base da entidade – e deve ser utilizado junto ao logotipo do CICB em todas as ações de comunicação até o dia 31 de dezembro de 2022.



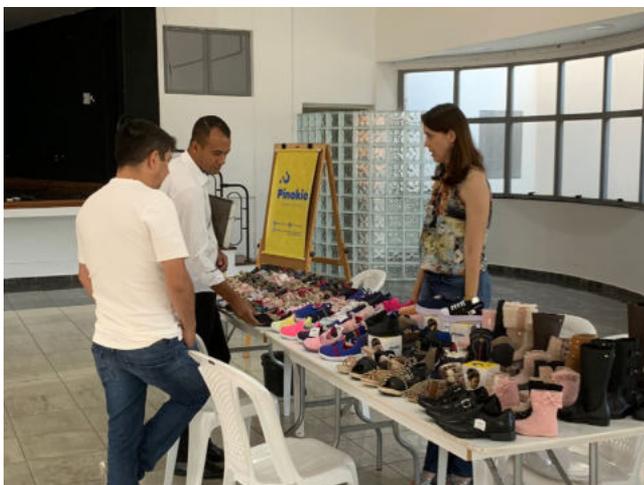
RODADA DE NEGÓCIOS DO POLO DE BIRIGUI MOVIMENTA O SETOR

Ocorrida no último dia 5 de abril, a segunda edição da Rodada de Negócios das Indústrias de Birigui/SP foi um sucesso. Promovida pelo Sindicato das Indústrias de Calçados e Vestuário de Birigui (Sinbi), a iniciativa reuniu 12 empresas do polo local. O evento contou, ainda, com um *pitch* das participantes, organizado pelo Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

Na oportunidade, os lojistas receberam um *book* das coleções com os produtos que estariam sendo apresentados na rodada, para que antecipadamente conhecessem a proposta

de cada empresa. Uma das participantes foi a Lig Lé, da empresária Luzia Perez. “Foi meu primeiro contato com alguns dos lojistas e fiquei muito satisfeita com os pedidos. Além da contribuição do Sinbi para realizar as rodadas, participar do *pitch* de vendas, que o Sinbi e o Sebrae ofereceram para as empresas expositoras, foi de extrema importância melhorar o relacionamento com os lojistas”, conta.

Acompanhe notícias do polo calçadista de Birigui no site www.sindicato.org.br.



SINDIFRANCA PARTICIPA DE REUNIÃO COM GOVERNADOR DE SÃO PAULO

O dia 5 de abril marcou a primeira reunião de representantes do polo calçadista francano, comandados pelo Sindicato das Indústrias de Calçados de Franca (Sindifranca), com o novo governador de São Paulo, Rodrigo Garcia. Na oportunidade, os empresários mostraram a planta produtiva da Anatomic Gel, uma das principais produtoras de calçados masculinos de Franca/SP.

Além do governador, estiveram presentes no encontro a secretária executiva da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Marina Bragante, o prefeito de Franca, Alexandre Ferreira, e o vereador Claudinei da Rocha.

A pauta do encontro foi em torno das tratativas tributárias envolvendo o ICMS e a solicitação de uma “atenção especial quanto ao acúmulo de créditos de ICMS não liberados para as empresas exportadoras”. Atento a todas as reivindicações, Rodrigo Garcia se prontificou a estabelecer um diálogo entre o setor e a Secretaria Estadual da Fazenda em busca de uma solução para os problemas apresentados.

Acompanhe notícias do polo calçadista de Franca no site www.sindifranca.org.br.



O ANO DE 2022 E A RETOMADA DOS EVENTOS INTERNACIONAIS

Rodrigo Matos

Sócio-diretor da De Matos Export

Durante dois anos convivemos com constantes questionamentos sobre quais seriam os comportamentos das pessoas e profissionais quando houvesse a retomada plena das atividades econômicas e humanas, após a crise sanitária global que atravessamos. Houve previsões das mais diversas: pessimistas, conservadoras, otimistas, algumas até surrealistas. Não foram poucas pessoas assumindo, em uma leitura um tanto precipitada, que passaríamos a uma nova realidade, adquirindo rapidamente novos hábitos, impulsionados pela condição restritiva de contato interpessoal e amparados pela tecnologia, daríamos um salto a um futuro de maior presença virtual e pouca importância da presença física.

De fato, nosso segmento, naturalmente buscou soluções para o distanciamento obrigatório e necessário. De forma rápida, tratou de se adequar a tal cenário. Inúmeras novas ferramentas, novas estruturas de transmissão, incontáveis reuniões e dinâmicas on-line assumiram papel protagonista na relação das empresas com seus clientes e com o mercado, parecendo dar contornos do que poderia vir a ser este novo futuro das relações comerciais e empresariais. Especialmente, as relacionadas aos contatos e aos negócios internacionais, onde as restrições e cenários ainda foram mais diversos.

Hoje, o que estamos percebendo é que tais previsões não contavam com elemento central e mais importante das relações e negociações: o fator humano. Sem dúvidas todo o movimento tecnológico desses dois anos alterou significativamente a dinâmica dos negócios, porém percebemos que, de modo geral, também se ampliou o valor e a importância do contato interpessoal físico entre as empresas. Evidenciou-se a natureza humana e assim está se moldando, de fato, o nosso novo momento dos negócios internacionais de calçados.

Nesse início de ano, mesmo que, por um lado, experimentemos os efeitos de todas as medidas adotadas entre 2020 e 2021 na cadeia logística internacional, por outro, estamos claramente em um cenário comercial favorável, cuja demanda por produtos brasileiros cresce, o que já se percebeu no dia-a-dia e nestas primeiras feiras internacionais físicas de 2022.

Para além do posicionamento das marcas, da demonstração de produtos e seus atributos, após esses quase dois anos de pausa, fica evidente o papel fundamental da retomada de eventos físicos nesse contexto. As feiras e eventos físicos têm proporcionado ambiente ideal de reencontro e retomada de acordos. Reforçados pela demanda, mas também, tanto pelo diferencial humano brasileiro, que é um atributo inegável, quanto pela necessidade dos importadores e clientes.

Sem dúvidas, o cenário internacional ainda é de recuperação, mas, há uma grande janela de oportunidade para os produtos brasileiros e a retomada das feiras internacionais em formato físico, ainda que em tamanho menor que no passado, tem demonstrado sua importância na materialização dos negócios internacionais de forma inquestionável.

ABICALÇADOS RECEBE OITO NOVAS ASSOCIADAS

A Abicalçados segue engajando a indústria nacional de calçados de todos os portes. Nos meses de fevereiro e março, a entidade somou mais oito associadas. São empresas de diferentes segmentos e regiões do Brasil.

Uma delas é o Grupo Danper, localizado em Araújos, município que faz parte do crescente polo calçadista de Nova Serrana, em Minas Gerais. Criada em 2004 e com uma capacidade produtiva de mais de 16 mil pares diários de chinelos, a empresa busca oferecer ao mercado coleções que aliam qualidade e beleza com um preço justo. O objetivo da associação, segundo o diretor do grupo, Danilo Percilia, é ampliar as exportações não somente em quantidade, mas em qualidade. Conheça a marca no site danpercalçados.com.br.

Com a proposta de produzir calçados femininos diferenciados com matéria-prima nobre - o couro -, a Le Borò, de Joinville/SC, buscou a associação à Abicalçados para fortalecimento da marca no mercado internacional. "A empresa é genuinamente brasileira, utilizando mão de obra e matérias-primas brasileiras, pois pensamos que temos tudo aqui e não precisamos buscar fora do País", diz a diretora Gabriela Nascimento da Silva. Porém, a empresa pensa que chegou a hora de trabalhar esses diferenciais, que representam estilo e diversidade brasileira, no mercado internacional, buscando auxílio da Abicalçados, por meio do Brazilian Footwear. Conheça a marca no site leboro.com.br.

Outra empresa a se associar à Abicalçados é a Estilo Shoes, de Franca/SP. Fabricando calçados femininos com laminados sintéticos, tênis e botas, a indústria produz marca própria e também no modelo *private label* (com a marca do cliente). Vendendo via e-commerce, a empresa buscou associação à Abicalçados com o intuito de viabilizar apoio para o desenvolvimento dos negócios, especialmente diante das informações qualificadas e oportunidades comerciais. "Também queremos ampliar nossas exportações", diz a diretora Cintia Ribeiro Pinheiros. Conheça a marca no site shopestilshoes.com.br.

Trazendo uma proposta diferente ao mercado, a Chinelos Caiobá, de Guarapuava/PR, produz chinelos de capacho de forma artesanal. O objetivo da associação à Abicalçados é usufruir das informações e oportunidades comerciais da entidade. “ Queremos fazer parte da entidade oficial do calçado brasileiro e estar por dentro de todas as notícias e ações do setor calçadista buscando o fortalecimento da empresa”, comenta o diretor da empresa, José Geraldo Alves da Silva. Conheça a marca no site chineloscaioba.com.br.

Produzindo para a Crocs no Brasil, a Ruberloss, de Novo Hamburgo/RS, buscou a associação para fortalecer a luta pelo pleito do *antidumping* contra o calçado chinês, renovado recentemente. Com quase 30 anos de atuação no mercado de calçados e uma produção estimada em mais de 100 mil pares de produtos por dia, a empresa também é especializada na fabricação dos mais diversos tipos de solados, saltos e tacos e componentes para calçados. Conheça a empresa no site termoloss.com.br/pt/.

A Tokpé, produtora de calçados infantis de Birigui/SP, é outra das novas associadas da Abicalçados. Parte do grupo de exportadores da cidade do interior paulista, mantido pelo Sindicato das Indústrias de Calçados e Vestuário de Birigui (Sinbi), o Alliance Shoes, a empresa tem como objetivo levar seus produtos para todos os estados brasileiros e para o exterior com o apoio do Brazilian Footwear, tanto que já confirmou presença nas rodadas de negócios on-line com compradores latino-americanos, previstas para maio. Conheça a empresa no site tokpe.com.br.

Também voltada ao segmento infantil, neste caso para o público dos meninos, a Redmax, de Birigui/SP, buscou a associação à Abicalçados com vistas ao mercado internacional, somando forças às ações do grupo Alliance Shoes. A empresa, inclusive, deve participar das rodadas com compradores da América Latina, em maio. Conheça a empresa no site redmax.com.br.

De Nova Serrana/MG, a Vectron entrou para o quadro de associados da Abicalçados no início do ano. Produtora de *sneakers*, a empresa alia tecnologia e tem foco em exportações e *private label* - vendas com a marca dos clientes. O objetivo da associação, além de utilizar as ações de desenvolvimento da entidade, é a ampliação no mercado exteno.

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\$ 99 e evoluem de acordo com o porte das empresas.

NOVAS ASSOCIADAS

Grupo Danper

Le Borô

Estilo Shoes

Chinelos Caiobá

Rubberloss

Tokpé

Redmax

Vectron



CALÇADISTAS BRASILEIROS FECHAM MAIS DE US\$ 25 MILHÕES EM NEGÓCIOS NA MICAM MILANO

Depois de dois anos, os calçadistas brasileiros retornaram presencialmente para a edição de inverno da Micam Milano. O reencontro com compradores internacionais impulsionou a abertura e a manutenção de mercados para os fabricantes verde-amarelos. Com o apoio do programa Brazilian Footwear, promovido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportação e Investimentos (ApexBrasil), 37 marcas participaram da edição 93 da feira italiana, que começou no dia 13 e seguiu até o dia 15 de março, em Milão, na Itália. Nestes três dias, as empresas relataram a geração de US\$ 25,8 milhões entre negócios efetivados e alinhavados durante o evento.

Ao todo, as 27 empresas participantes realizaram 698 contatos. Destes, 360 foram novos. A gestora de Projetos da Abicalçados, Leticia Sperb Masselli, destaca a importância da participação brasileira em mais uma Micam. “A presença em uma feira internacional não pode ser mensurada apenas pelos pedidos e clientes. O resultado de imagem e valorização da marca é imensurável. Esse relacionamento e essa participação mostra que a empresa segue sólida e ativa no mercado”, diz Leticia, ao comentar que as empresas que participaram conseguiram importantes resultados de negócios e novos contatos. “E mais do que isso, mostraram que seguem sendo parceiros fortes internacionalmente.”

Novidades

Com novidades, o evento teve, ao todo, 1,4 mil marcas e a presença de mais de 12 mil compradores. Entre as delegações internacionais, a brasileira foi a quinta em quantidade de expositores. “O Brasil é um país amigo com o qual trabalhamos e temos o prazer de hospedar a produção de calçados brasileiros na feira italiana”, disse o presidente da Micam Milano, Siro Badon, ao lembrar que a sustentabilidade esteve no centro do evento. Neste ano, a Micam promoveu o espaço Green Zone, que apresentou produtos de 20 marcas sustentáveis dos principais mercados do mundo. Uma das empresas brasileiras selecionadas foi a Piccadilly. “Recebemos vários clientes que vieram nos visitar porque viram o produto. A visibilidade desta área foi muito boa”, conta o trader Raphael David, ao dizer que os resultados finais ficaram acima das expectativas iniciais. “Recebemos muitos clientes, alguns que já são nossos clientes e outros novos. Nos três dias, recebemos a visita de cerca de 40 países”, afirma.

Retorno

O gerente de exportações da Democrata, Anderson Melo, ressalta a importância de voltar às feiras presenciais. “Mostrar o produto fisicamente, os diferenciais deles, os materiais são muito importantes no setor calçadista. Recebemos clientes e também abrimos novos mercados”, destaca Melo, ao citar que a feira teve a presença de muitos compradores árabes, do Leste Europeu e do norte da África.

Com uma visita atrás da outra, o gerente de exportações da Jorge Bischoff, Henrique Galhego, manteve importantes clientes e abriu novos mercados. “O maior desafio foi a mudança de data do evento. A partir disso, buscamos nos antecipar e desenvolvemos uma nova coleção de verão para antecipar o abastecimento das lojas e mercados”, salienta Galhego, que, inclusive, se surpreendeu com a abertura de alguns mercados, como o Kuwait.

Participaram da feira italiana, com o apoio do Brazilian Footwear, as marcas Activitta, Adrun, Alex Senne, Ammabile, Anatomic Shoes, Andine, Arezzo, Awana, Beira Rio Conforto, Bibi, BR Sport, Capelli Rossi, Carrano, Ceconello, Democrata, Itapuã, Jorge Bischoff, Levecomfort, Loucos&Santos, Madeira Brasil, Modare Ultra Conforto, Moema, Moleca, Molekinha, Molequinho, Opananken Antistress, Pampili, Pegada, Piccadilly, Santa Lolla, Sapatoterapia, Savelli, Tabita, Usaflex, Verofatto, Vizzano e Wirth.





BRAZILIAN FOOTWEAR

AGENDA PRESENCIAL: ABICALÇADOS PROMOVE PROJETO COM COMPRADORES FRANCESES

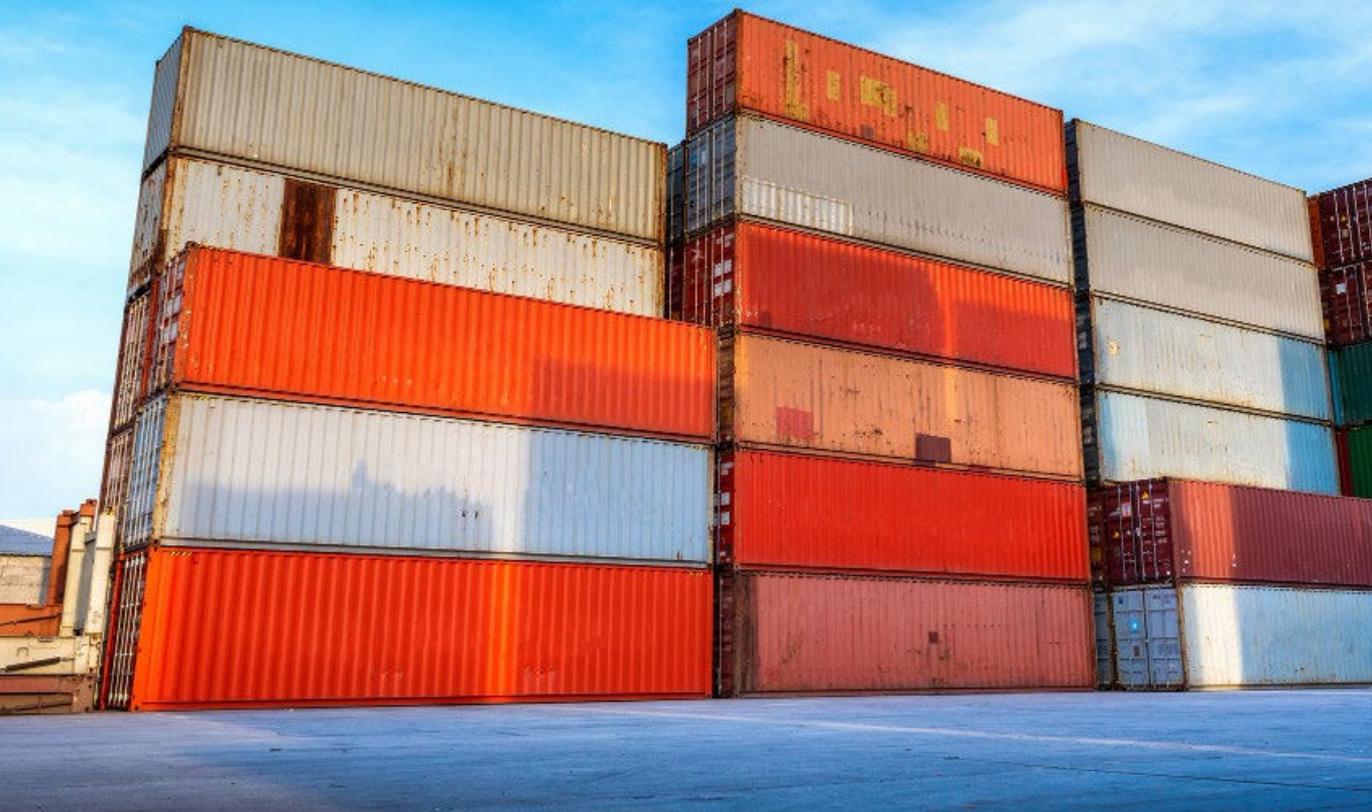
A Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), por meio do Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações do setor mantido pela entidade em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), está com inscrições para o Projeto Vendedor França. Novidade no escopo do programa, a iniciativa realizará reuniões pré-agendadas e personalizadas in loco no país europeu entre os dias 20 e 24 de junho. As inscrições são limitadas e estão abertas até o dia 22 de abril, pelo e-mail paola@abicalcados.com.br.

A analista de Promoção Comercial da Abicalçados, Paola Pontin, explica que a ação consiste no agendamento prévio de reuniões (matchmaking) entre compradores e distribuidores da França com as marcas brasileiras participantes. “Essas reuniões ocorrem nos escritórios ou showrooms dos compradores na França. Ou seja, podem ser em Paris ou em outra localidade do País. O objetivo é otimizar o tempo do comprador para dedicação exclusiva à reunião, consequentemente favorecendo a realização de negócios”, comenta a analista. Segundo ela, uma empresa local de consultoria foi contratada para realizar o agendamento das reuniões e auxiliar nas atividades in loco. As reuniões são agendadas de forma totalmente personalizadas para cada um dos participantes, havendo o entendimento da oferta da empresa brasileira e do seu interesse no mercado francês. Dessa forma, os agendamentos se tornam efetivos e demonstram interesse de ambas as partes em iniciar um contato de negócios.

Momento favorável

O Projeto Vendedor ocorre em um momento favorável para as exportações brasileiras de calçados. Dados elaborados pela Abicalçados apontam que, no primeiro bimestre de 2022, as fábricas brasileiras embarcaram para o exterior mais de 27,5 milhões de pares, que geraram US\$ 209,23 milhões, incrementos em volume (+40%) e em dólares (+70,8%) em relação ao mesmo período de 2021.

A França foi o terceiro destino do calçado brasileiro no primeiro bimestre, atrás de Estados Unidos e Argentina. Nos dois meses, os franceses importaram 2,28 milhões de pares, pelos quais foram pagos US\$ 14,14 milhões, incrementos de 67,6% e de 28,5%, respectivamente, em relação ao mesmo íterim do ano passado.



EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS SOMARAM US\$ 320,65 MILHÕES ATÉ MARÇO

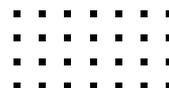
Dados elaborados pela Abicalçados apontam que, em março, foram embarcados 13,17 milhões de pares ao exterior, que geraram US\$ 111,6 milhões, resultados superiores tanto em volume (+57,5%) quanto em receita (+7%) em relação ao mês correspondente do ano passado. Com isso, no trimestre, as exportações de calçados já somaram 40,74 milhões de pares, gerando US\$ 320,65 milhões, incrementos de 27,3% e de 65,8%, respectivamente, ante o mesmo período de 2021.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que existe um aquecimento da demanda internacional, especialmente nos Estados Unidos, principal destino do calçado brasileiro no exterior. “Estamos registrando uma procura expressiva de grandes *players* norte-americanos, que estão buscando substituir as importações chinesas em função dos altos custos com frete e também para fugir da sobretaxa aplicada a calçados do país asiático”, avalia o executivo.

Além do incremento dos embarques para os Estados Unidos, os calçadistas registram bons resultados nas exportações para os vizinhos da América Latina, que também vem reportando preocupações com o aumento dos custos com os fretes provenientes da Ásia. “Existe uma questão internacional, de incremento nos valores para transporte, o que vem inibindo as importações da Ásia. Neste cenário, a indústria calçadista brasileira aparece como a principal alternativa, por ser a maior fora da Ásia e, sobretudo, por ter capacidade de atendimento da demanda internacional com qualidade, design e sustentabilidade”, acrescenta Ferreira.

Estados Unidos

Os Estados Unidos seguem como o principal destino do calçado brasileiro no exterior. Entre janeiro e março, foram exportados para lá 6 milhões de pares, que geraram US\$ 88,7 milhões, incrementos tanto em volume (+83,3%) quanto em receita (+120%) em relação ao mesmo período do ano passado.



O segundo principal destino do calçado brasileiro no trimestre foi a Argentina. No período, os hermanos importaram 3,2 milhões de pares, pelos quais foram pagos US\$ 36,2 milhões, números superiores tanto em volume (+43,4%) quanto em receita (+77,6%) ante o mesmo íterim de 2021.

Com incrementos de 39% em volume e de 41,4% em receita ante 2021, a França aparece como o terceiro destino do calçado verde-amarelo no trimestre. No período, foram embarcados para o país europeu 3 milhões de pares, que geraram US\$ 20,5 milhões.

O quarto destino do trimestre foi o Chile. No trimestre, foram exportados para lá 733 mil pares, pelos quais foram pagos US\$ 12,2 milhões, altas de 80% e 116%, respectivamente, em relação ao mesmo período do ano passado.

Com o dobro de calçados da China, importações crescem 35% em março

Em março, entraram no Brasil 3,76 milhões de pares, pelos quais foram pagos US\$ 35,46 milhões, altas de 35% em volume e de 7% em receita na relação com o mês correspondente do ano passado. Destaque para as importações de calçados da China, que em março tiveram um incremento de 103% em pares e de 93,5% em receita na relação com março passado (2,4 milhões de pares e US\$ 7 milhões). “A China retomou o primeiro posto entre as origens do calçado importado e o que mais preocupa, com preço médio baixíssimo, de menos de US\$ 3 por par, o que indica a prática de dumping - quando o valor praticado nas exportações é diferente do praticado no mercado interno, prática considerada ilegal pela Organização Mundial do Comércio (OMC)”, alerta Ferreira. Com o resultado, no trimestre, as importações chinesas somaram 5 milhões de pares e US\$ 38,7 milhões, números superiores tanto em volume (+48,2%) quanto em receita (+53%) ante o mesmo período de 2021.

Em partes de calçados - cabedais, solas, saltos, pamilhas etc - as importações do trimestre somaram US\$ 5,9 milhões, 0,3% mais do que no mesmo intervalo do ano passado. As principais origens foram China, Vietnã e Paraguai.



EXPORTAÇÕES

PRINCIPAIS ORIGENS

Três primeiros estados do ranking e o total do período

CE

CEARÁ

JAN - MAR 2021: 11,7 milhões de pares

JAN - MAR 2022: 14 milhões de pares

VARIAÇÃO: 19,9%

RS

RIO GRANDE DO SUL

JAN - MAR 2021: 7,2 milhões de pares

JAN - MAR 2022: 10,8 milhões de pares

VARIAÇÃO: 50,3%

SP

SÃO PAULO

JAN - MAR 2021: 1,9 milhão de pares

JAN - MAR 2022: 2,2 milhões de pares

VARIAÇÃO: 13,9%

TOTAL

JAN - MAR 2021: 32 milhões de pares

JAN - MAR 2022: 40,7 milhões de pares

VARIAÇÃO: 27,3%



IMPORTAÇÕES

PRINCIPAIS ORIGENS

Três primeiros países do ranking e o total do período

CHINA

JAN - MAR 2021: 3,4 milhões de pares

JAN - MAR 2022: 5 milhões de pares

VARIAÇÃO: 48,2%

VIETNÃ

JAN - MAR 2021: 2,3 milhões de pares

JAN - MAR 2022: 2 milhões de pares

VARIAÇÃO: -9,3%

INDONÉSIA

JAN - MAR 2021: 640,5 mil pares

JAN - MAR 2022: 746,7 mil pares

VARIAÇÃO: 46,9%

TOTAL

JAN - MAR 2021: 6,8 milhões de pares

JAN - MAR 2022: 8,9 milhões de pares

VARIAÇÃO: 31,3%

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

ABINFORMA

Abril 2022 Nº 361 - Ano 32

 abicalcados
 abicalcadosoficial
 abicalcados
 company/abicalcados



ABICALÇADOS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS
INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

www.abicalcados.com.br