

# ABINFORMA

INFORMATIVO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

MAIO 2022 | Nº 362 | ANO 32



ESPECIAL

## DESAFIOS DA INDÚSTRIA CALÇADISTA





## INDÚSTRIA CALÇADISTA ENFRENTA DESAFIOS PARA O CRESCIMENTO

**Haroldo Ferreira**

Presidente-executivo da Abicalçados

Reforma tributária, custos trabalhistas, oscilação cambial, falta de mão de obra, aumento dos custos com matéria-prima... a lista é longa. Quem está dentro não somente do setor calçadista, mas da indústria de manufaturados no Brasil, já está acostumado com essa lista. São desafios que fazem parte da realidade da atividade, que apesar de todos os problemas enfrentados, se mantém altamente representativa, conforme mostram os dados da Confederação Nacional da Indústria (CNI).

Embora a indústria represente 21,4% do PIB, ainda responde por mais da metade das exportações de bens, 69,2% do investimento empresarial em P&D, 33% da arrecadação de tributos federais e 31,2% da arrecadação previdenciária patronal. Além disso, emprega 20,4% de todos os trabalhadores brasileiros, paga os melhores salários, é a atividade que mais gera impactos em cadeia, mais paga impostos e mais promove a difusão de tecnologia e produtividade, segundo dados do IBGE.

Por tudo isso, pensamos que o Poder Público deveria “olhar” com mais carinho para um setor tão relevante, que gera desenvolvimento e renda para milhões de brasileiros. Indústria é emprego, indústria é crescimento sustentável, e é fundamental para um Brasil que deseja, e tem tudo para sair da posição de “eterno país em desenvolvimento”.

Nesta edição do Abinforma, alusiva ao Dia Nacional da Indústria, comemorado no próximo dia 25 de maio, ouvimos empresários calçadistas de alguns dos principais polos calçadistas brasileiros. Desafios de curto e médio prazos foram levantados, a maioria deles coincidentes e que mostram a urgência de uma Reforma Tributária e de uma política econômica que privilegie empregos e desenvolvimento, em resumo, que privilegie a reindustrialização brasileira.

Muitos problemas foram mitigados nos últimos anos, mas os desafios ainda são grandes. Da parte da indústria de calçados, é importante frisar que o “tema de casa” tem sido feito com esmero. Hoje temos uma das indústrias mais fortes do planeta, a quinta maior do mundo e a maior do Ocidente, com a sustentabilidade econômica, social, ambiental e cultural cada vez mais presente não somente nos produtos, mas nas estruturas diante dos conceitos internacionais de ESG.

Desejo a todos uma ótima leitura e acima de tudo força e resiliência para continuarmos crescendo, mesmo quando o ambiente não for o mais favorável.



CONHEÇA A ABICALÇADOS

### CONSELHO DELIBERATIVO

**Presidente:** Caetano Bianco Neto

**Conselheiros:** Almir Santos, Analdo Slovinski Moraes, Astor R. Ranft, Carlos Alberto Mestriner, Claudio Chies, Daniel Marcelino Gewehr, Darcio Klaus, Diego Colli, Eduardo Jacob, Giuliano Spineli Gera, Irvan José Soares, João Henrique Hoppe, Jorge Bischoff, José Paulo Boelter, Junior César Silva, Luiz Barcelos, Marcelo Henrique Lehnen, Marcelo Paludetto, Marco Lourenço Müller, Paulo Vicente Bender, Pedro Arcara Neto, Pedro Bartelle, Renato Klein, Ricardo José Wirth, Ronaldo Lacerda, Samir Nakad, Sergio Bocayuva e Sergio Gracia

### CONSELHEIROS HONORÁRIOS

Rosnei Alfredo da Silva e Paulo Roberto Schefel

### CONSELHO FISCAL

Daniilo Cristófoli, João Altair dos Santos, Paulo Roberto Konrath, Caio Borges (suplente), Dóris Helena Berlitz (suplente) e Mauricio de Vargas (suplente)

### PRESIDENTE-EXECUTIVO

Haroldo Ferreira

## SUMÁRIO

ABI NA MÍDIA

**4** SETORES DA INDÚSTRIA COM DIFICULDADE PARA CONTRATAR

ESPECIAL

**6** CALÇADISTAS APONTAM DESAFIOS PARA O DESENVOLVIMENTO

ABINOTÍCIAS

**12** NÜRNBERGMESSE BRASIL SERÁ A ORGANIZADORA DA FEIRA NACIONAL DO SETOR CALÇADISTA

ABINOTÍCIAS

**13** RELATÓRIO APONTA QUE SETOR CALÇADISTA CRESCEU 9,8% EM 2021

ABINOTÍCIAS

**15** CALÇADISTAS ARTICULAM DOAÇÕES PARA REFUGIADOS UCRANIANOS

ABINOTÍCIAS

**16** ORIGEM SUSTENTÁVEL PROMOVE EVENTO COM LIDERANÇAS DO SETOR CALÇADISTA

ABINOTÍCIAS

**18** PUXADO PELAS EXPORTAÇÕES, SETOR CALÇADISTA DEVE CRESCER EM 2022

ABINOTÍCIAS

**21** INDÚSTRIA CALÇADISTA GEROU MAIS DE 17 MIL POSTOS NO ANO

ABINOTÍCIAS

**22** PICCADILLY RECEBE CERTIFICAÇÃO NO NÍVEL MÁXIMO DE SUSTENTABILIDADE

ABINOTÍCIAS

**24** ABICALÇADOS ELEGE CONSELHO DELIBERATIVO PARA PRÓXIMO TRIÊNIO

OLHAR DE ESPECIALISTA

**25** O DESAFIO DA PRODUTIVIDADE E DA COMPETITIVIDADE

ABI ENTREVISTA

**26** MERCADO DE CALÇADOS DE SEGURANÇA ESTÁ AQUECIDO

BRAZILIAN FOOTWEAR

**28** EXPORTAÇÕES COM MARCAS DE TERCEIROS IMPULSIONAM A INDÚSTRIA CALÇADISTA

ACONTECE NOS POLOS

**31** SC TRADE SHOW REGISTRA CRESCIMENTO DE 25% EM VENDAS

BRAZILIAN FOOTWEAR

**32** ABICALÇADOS REALIZA MISSÃO COMERCIAL NA COLÔMBIA

BRAZILIAN FOOTWEAR

**33** RODADAS ON-LINE UNEM MARCAS CALÇADISTAS E COMPRADORES DA AMÉRICA LATINA

## ABINFORMA

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

Maio 2022 Nº 362 - 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



**SETORES DA INDÚSTRIA COM DIFICULDADE PARA CONTRATAR**



**07 DE ABRIL DE 2022**  
RBS TV | JORNAL DO ALMOÇO

[Assista o vídeo](#)

**SOLIDARIEDADE**

|   |   |  |
|---|---|--|
| <p>a primeira oferta pú-<br/>ertificados de Recebi-<br/>Agronegócio (CRA)<br/>sustentável. Foram<br/>milhões com venci-<br/>m cinco anos e com-<br/>s relacionados a men-<br/>táveis a serem cum-<br/>é 2026. Caso contrá-<br/>o pago pela empresa<br/>tadores aumenta até<br/>h 2023 e mais 0,10%<br/>Os CRAs foram vendi-<br/>remuneração de IP-<br/>prêmio de 6,20%.</p> <p><b>TO.</b> A Dori se compro-<br/>reduzir os resíduos<br/>ps a aterro sanitário<br/>e o consumo de água<br/>ada de produtos fabri-<br/>9%. A transação teve<br/>ordenadores o Safra<br/>BPS DP. A aquisição</p> | <p>● <b>SOLIDARIEDADE.</b> A crise huma-<br/>nitária causada pela invasão<br/>russa na Ucrânia uniu empre-<br/>sas do setor calçadista brasilei-<br/>ro numa mobilização para ajuda-<br/>refugiados ucranianos. Até<br/>agora, elas já forneceram mais<br/>de 10 mil pares de calçados para<br/>doação, numa articulação<br/>da Associação Brasileira das Indú-<br/>strias de Calçados (Abicalçados)<br/>e da BBG Brazil, que atua<br/>como agente de exportação.</p> <p>● <b>DESTINO.</b> O presidente execu-<br/>tivo da Abicalçados, Haroldo<br/>Ferreira, afirma que a meta é<br/>arrecadar um volume maior de<br/>produtos. Um carregamento<br/>de 1,4 mil pares de calçados já<br/>foi enviado para doação. O em-<br/>barque foi feito em meados de</p> | <p>afetam setor de tecnol<br/>DYNTEGA DECLO</p>  <p>A aversão a ri<br/>a alta dos jurd<br/>ros pesaram s<br/>as empresas ligadas a<br/>tor tech ontem na B3<br/>cenário, os papéis do<br/>fecharam em queda de<br/>8,54%. Méliuz recuou<br/>Locaweb, 3,50%. “Ess<br/>peração dos DIs pres<br/>as ações atreladas a v</p> |
|---|---|--|

**13 DE ABRIL DE 2022**  
O ESTADO DE S. PAULO | ECONOMIA & NEGÓCIOS

A crise humanitária causada pela invasão russa na Ucrânia uniu empresas do setor calçadista brasileiro numa mobilização para ajudar refugiados ucranianos. Até agora, elas já forneceram mais de 10 mil pares de calçados para doação, numa articulação da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) e da BBG Brazil, que atua como agente de exportação. O presidente executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, afirma que a meta é arrecadar um volume maior de produtos. Um carregamento de 1,4 mil pares de calçados já foi enviado para doação. O embarque foi feito em meados de março e a carga chegou ontem ao destino, na fronteira entre a Polônia e a Ucrânia. Outro embarque, com 9 mil pares, está previsto para 27 de abril.

**PRODUÇÃO DE CALÇADOS EM 2022 DEVE SUBIR ENTRE 1,8% E 2,7%, DIZ ASSOCIAÇÃO**



**13 DE ABRIL DE 2022**  
CNN BRASIL | GERAL

A indústria calçadista brasileira projeta para 2022 expandir em sua produção de 1,8% a 2,7% sobre o ano passado, informou nesta quarta-feira (13) a Abicalçados, entidade que congrega as empresas do setor. Isso, em volume, projeta um total entre 820,8 milhões e 828 milhões de pares. Embora os dados previstos são para crescimento, a entidade faz a ressalva de que, em caso de cumprimento da previsão, o volume será ainda 8% inferior ao nível pré-pandemia. Mais que isso, 16% de toda essa produção prevista será destinada às exportações, o que levará a um crescimento do consumo aparente de apenas 0,9% a 1,6%. Denomina-se consumo aparente de um bem ao total da sua produção adicionada das importações e subtraída das exportações.

[Leia a matéria completa aqui](#)



MODELO PRIVATE LABEL AJUDA EXPORTAÇÕES DE CALÇADISTAS

Jornal do Comércio | Porto Alegre

**economia**

### Modelo private label ajuda exportações de calçadistas

Marcas de clientes somaram 18,2% das vendas externas em 2021

/INDÚSTRIA

Desde o segundo semestre de 2021, a indústria calçadista brasileira experimenta uma retomada que tem como principal fator o aumento das exportações. No ano passado, foram embarcados 123,6 milhões de pares, 26% mais do que em 2020 e 7,3% mais do que no ano que antecedeu a pandemia de Covid-19 (2019).

Nos três primeiros meses de 2022, as vendas de calçados para o exterior seguiram o ritmo de elevação, somando mais de 40,74 milhões de pares embarcados ao exterior, 27,3% mais do que no mesmo período de 2021. Segundo a Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), além do arrefecimento de Covid-19, entre os fatores determinantes para a performance estão as exportações com marcas de



Na primeira trimestre, embarques de calçados aumentaram em 27,3% a Ásia. Após um hiato de quase duas décadas, a procura de compradores das Estados Unidos por novos fornecedores de calçados, alternativos aos asiáticos, tem atraído a "terra do sol".

Apresentação dos produtos da marca de clientes no salão de vendas da indústria calçadista brasileira em Porto Alegre, em evento organizado pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados).

Em sua 24ª edição, o levantamento realizado pelo Jornal do Comércio, em parceria com a Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), é o único quanto à lembrança quanto à preferência dos gaúchos. São visitados para a pesquisa representantes de negócios e altos executivos de empresas.

Para o diretor de Operações da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), o modelo chamado de private label.

19 DE ABRIL DE 2022 JORNAL DO COMÉRCIO | ECONOMIA

Desde o segundo semestre de 2021, a indústria calçadista brasileira experimenta uma retomada que tem como principal fator o aumento das exportações. No ano passado, foram embarcados 123,6 milhões de pares, 32% mais do que em 2020 e 7,3% mais do que no ano que antecedeu a pandemia de Covid-19 (2019). Nos três primeiros meses de 2022, as vendas de calçados para o exterior seguiram o ritmo de elevação, somando mais de 40,74 milhões de pares embarcados ao exterior, 27,3% mais do que no mesmo período de 2021. Segundo a Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), além do arrefecimento de Covid-19, entre os fatores determinantes para a performance estão as exportações com marcas dos clientes internacionais, modelo chamado de private label.

CALÇADISTAS PROJETAM PRODUÇÃO E EMPREGOS

### Calçadistas projetam produção e empregos

O relatório setorial Indústria de Calçados, publicado pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) desde 2016, traz boas notícias para o setor brasileiro e gaúcho em 2022. Embora não tenha recuperado a totalidade das perdas registradas durante a fase aguda da pandemia de covid-19, a atividade demonstra capacidade para a retomada.

De acordo com a publicação no comparativo entre 2020 e 2021, a produção de calçados aumentou 9,8%, para 806,3 milhões de pares. Já em relação a 2019, a queda ficou em 10,3%. O material destaca, ainda, a importância das exportações. Após queda expressiva de mais de 18% em 2020, efeito direto da pandemia, em 2021 o setor

Estados Unidos, Argentina e França, seguidos por países da América Latina. Já os Estados que mais exportaram (em pares) foram Ceará, Rio Grande do Sul e Paraíba.

Segundo o relatório, o consumo aparente (no país) ficou em 705,3 milhões de pares, em 2021, 6,6% mais do que em 2020 e 12% menor do que na pré-pandemia, em 2019. Com a melhora do cenário, o uso da capacidade instalada cresceu no ano passado, passando de 60,4% em 2020 para 71,5% em 2021.

A indústria calçadista nacional tem papel relevante na geração de postos de trabalho. Em 2021, o setor empregava, diretamente, 266 mil pessoas, tendo gerado quase 27 mil vagas no período e perdendo com incremento de 11% ante 2020, recuperando as perdas registradas ao longo de 2019. Os principais

1,6 milhão é a quantidade de pedidos de recolhimento de direitos e em espera no INSS atingiu, em março, o maior número de processos deste tipo.

O BANRISUL COM O SEGUNDO CICLO DE ACCELERAÇÃO DE EMPREENDIMENTOS, EM EDITAL, DE SÃO PAULO, RIO DE JANEIRO, CEARÁ, RIO GRANDE DO SUL, PARANÁ E SÃO PAULO, ATÉ SETEMBRO, COM EXECUTIVOS EM CONTATO COM PRINCIPAIS INVESTIDORES DE

Neuroarqu

Com base na biografia do fundador da NAI

22 DE ABRIL DE 2022 ZERO HORA | ECONOMIA

O relatório setorial Indústria de Calçados, publicado pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) desde 2016, traz boas notícias para o setor brasileiro e gaúcho em 2022. Embora não tenha recuperado a totalidade das perdas registradas durante a fase aguda da pandemia de covid-19, a atividade demonstra capacidade para a retomada. De acordo com a publicação, no comparativo entre 2020 e 2021, a produção de calçados aumentou 9,8%, para 806,3 milhões de pares. Já em relação a 2019, a queda ficou em 10,3%. O material destaca, ainda, a importância das exportações. Após queda expressiva de mais de 18% em 2020, efeito direto da pandemia, em 2021 o setor registrou incremento de 31,9%, para 123,7 milhões de pares, superando os níveis da pré-pandemia, em 2019, em 23%. - A dinâmica da recuperação internacional tem sido mais rápida do que no mercado interno - comenta a coordenadora de Inteligência de Mercado da Abicalçados, Priscila Linck.

ABICALÇADOS CONFIRMA NOVA FEIRA EM 2023

### Abicalçados confirma nova feira em 2023

Evento será duas vezes ao ano, com edições no RS e em SP, tendo por referência mostras internacionais

Nesta quarta-feira (27), a Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) anunciou a realização da feira da indústria calçadista brasileira. A primeira edição do evento ocorrerá em novembro de 2023 no Rio Grande do Sul, apresentando as coleções de outono-inverno 2024. A segunda edição também já tem data marcada: será em maio de 2024 em São Paulo, com os lançamentos de primavera-verão 2024/2025. Os dias de realização, as promotoras e as cidades ainda serão definidos. "Depois de ouvir as demandas da indústria e do varejo sobre a dinâmica das mostras calçadistas nacionais, a Abicalçados, em conjunto com um comitê de empresários, formatou uma série de premissas para a construção de um novo evento que atenda uma das principais solicitações do mercado: a otimização das feiras setoriais no Brasil", mencionou a entidade em comunicado oficial.

CONTRA DESINFORMAÇÃO, EDUCAÇÃO É A FONTE.

28.4 DIA DA EDUCAÇÃO

28 DE ABRIL DE 2022 JORNAL NH | COMUNIDADE

Nesta quarta-feira (27), a Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) anunciou a realização da feira da indústria calçadista brasileira. A primeira edição do evento ocorrerá em novembro de 2023 no Rio Grande do Sul, apresentando as coleções de outono-inverno 2024. A segunda edição também já tem data marcada: será em maio de 2024 em São Paulo, com os lançamentos de primavera-verão 2024/2025. Os dias de realização, as promotoras e as cidades ainda serão definidos. "Depois de ouvir as demandas da indústria e do varejo sobre a dinâmica das mostras calçadistas nacionais, a Abicalçados, em conjunto com um comitê de empresários, formatou uma série de premissas para a construção de um novo evento que atenda uma das principais solicitações do mercado: a otimização das feiras setoriais no Brasil", mencionou a entidade em comunicado oficial.



# CALÇADISTAS APONTAM DESAFIOS PARA O DESENVOLVIMENTO



A indústria calçadista, desde a segunda metade do ano passado, experimenta uma recuperação na atividade. Com crescimento de 9,8% na produção de calçados em 2021, dado que foi impulsionado pela exportação, que cresceu mais de 30%, o setor vislumbra a continuidade da recuperação em 2022. A expectativa da Abicalçados é de um crescimento produtivo entre 1,8% e 2,7%, para mais de 820 milhões de pares produzidos.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que o crescimento poderia ser ainda maior, caso existissem melhores condições de competitividade, especialmente no que diz respeito à redução de custos tributários, melhorias mais profundas na legislação trabalhista, melhores condições logísticas, entre outros pontos que fazem parte do chamado “Custo Brasil”. “Hoje, o custo produtivo no País ultrapassa R\$ 1,5 trilhão por ano, o que representa 6% do PIB. Apesar de alguns avanços nos últimos anos, especialmente no que diz respeito à desburocratização, existe um longo caminho a ser trilhado”, comenta o executivo.

Somam-se aos problemas relacionados aos custos produtivos, a oscilação cambial, a quebra da cadeia produtiva global em função da pandemia de Covid-19, que encareceu fretes e o preço de insumos, e dificuldades de contratação de mão de obra em um momento de reaquecimento do mercado.



**Oscilação cambial**



Para o empresário Giuliano Gera, diretor da PG4 Galleria, de Franca/SP, a instabilidade cambial é “a mãe dos problemas” no que diz respeito à competitividade, tanto no mercado doméstico quanto internacional. Atualmente, a empresa exporta entre 55% e 60% de sua produção de mais de mil pares de calçados masculinos e importa cerca de 5% dos insumos utilizados na fabricação, isso fora a importação indireta. “Hoje temos a quinta maior indústria de calçados do mundo. Se tivéssemos mais estabilidade, certamente estaríamos muito à frente. A oscilação cambial tirou do nosso cluster a possibilidade de alçar voos maiores, de poder reinvestir em tecnologia e produtividade. A variação impede a criação de um bom ambiente de negócios”, avalia.

Além da questão cambial, Gera destaca os constantes aumentos de custos de matérias-primas, efeito direto da quebra de fluxo de abastecimento em nível global, e a inflação persistente no mercado interno, que vem minando o poder de compra do consumidor. “No meu ponto de vista, também existe um equívoco na condução da política de juros. Não existe uma inflação por demanda, mas o Banco Central aumenta os juros. Acabam piorando as condições de investimento e ainda aumentando o endividamento do consumidor”, comenta o empresário.



A dificuldade na contratação de mão de obra é outro desafio do setor calçadista, segundo Gera. “Esse problema vem aumentando nos últimos cinco anos. Não é de hoje. Penso que a solução seria um resgate do prestígio da atividade. O jovem não quer mais trabalhar com calçados. Temos um curso excelente na área do Senai de Franca que não consegue preencher as vagas existentes”, pontua, ressaltando que o problema ficou ainda mais evidenciado no momento de retomada da atividade pós-Covid 19.

## Sustentabilidade



Vice-presidente e diretora de Desenvolvimento de Produtos de uma das maiores fabricantes de calçados do Brasil, a Piccadilly, Ana Carolina Grings, destaca que a principal dificuldade do setor está, hoje, na volatilidade cambial. Segundo ela, renegociações de preço em função da oscilação da cotação do dólar são comuns, mas fazem com que a empresa tenha dificuldades no mercado internacional. “Já tivemos situações de uma diferença de 30% entre o preço negociado e o embarcado. Por isso, temos trabalhado com trava cambial, mas sempre existe um risco para ambos os lados”, avalia, ressaltando que a companhia também trabalha com adiantamento na compra de matéria-prima visando ficar menos suscetível às oscilações do câmbio.

Visando diminuir os efeitos dos aumentos dos custos com matéria-prima, Ana Carolina conta que a empresa vem buscando modelagens mais inteligentes, que usam menos materiais e diminuem o desperdício, que é outro dos pontos de atenção da marca. “Temos uma ligação muito forte com sustentabilidade, não só no produto, mas dentro dos conceitos de ESG. No campo ambiental, no ano passado reaproveitamos 21 toneladas de insumos que se tornaram novas palmilhas, solados e contrafortes”, diz a executiva, acrescentando que a marca vem investindo em marketing e comunicação para que essa informação chegue de fato ao mercado final.

Com mais de 1,7 mil colaboradores que produzem 6 milhões de pares de calçados todos os anos em três unidades fabris (Igrejinha, Rolante e Teutônia, no Rio Grande do Sul), a Piccadilly vem sentindo dificuldades para a contratação de mão de obra diante de um mercado aquecido. Ana Carolina comenta que, na ocasião da crise em função da pandemia de Covid 19, muitas empresas fecharam unidades ou precisaram reduzir a mão de obra. “As pessoas migraram para outros setores. O nosso desafio é trazer de volta. O mercado está aquecido, tem demanda, mas estamos com essa dificuldade”, avalia a executiva, acrescentando que, para incrementar a produção, a Piccadilly vem buscando estabelecer parcerias via terceirização, com os atelieiros.





**Nova geração na indústria**



Com uma produção de 640 mil pares de calçados e 160 mil bolsas por ano, a Luiza Barcelos, de Belo Horizonte/MG, é uma das principais marcas de moda do setor no País. O diretor da empresa, Luiz Barcelos, destaca que a marca vive “um momento ímpar”. Depois de dobrar o faturamento em 2021, em relação a 2020, a empresa segue crescendo no ano corrente, tanto que o empresário revela que está buscando uma nova planta produtiva pronta para incrementar ainda mais a produção da Luiza Barcelos. “Devemos encerrar 2022 com crescimento de 60% a 70% em relação a 2021”, diz. Neste contexto, Barcelos pontua um “problema bom”, que é a busca por mão de obra. “Nas unidades atuais já estamos com espaço limitado para ampliar a produção. No início do ano precisamos

contratar para a unidade de Belo Horizonte, o que só foi possível por meio de uma parceria para formação de menores aprendizes junto à Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG). Hoje a nossa mão de obra está envelhecida, a geração atual não quer mais trabalhar com calçado, quer tecnologia. Trata-se de um grande desafio estimular essa geração e fazemos esse trabalho internamente com os atuais funcionários, para que estimulem seus filhos”, conta.



Com duas unidades produtivas, em Belo Horizonte e Campo Bom/RS, Barcelos conta que serão gerados mais 50 a 70 postos com a abertura de uma outra unidade, possivelmente no Rio Grande do Sul. “Ficamos contentes por termos bons desafios pela frente. São problemas bons, que tem solução. Pior seria se tivéssemos que ir atrás da demanda”, conclui.

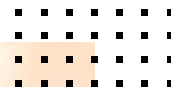
**Alta de custos**

Para o empresário Diego Colli, CEO da Pampili, o problema da oscilação cambial se soma, neste momento, ao aumento dos custos de matérias-primas provocados pelos impactos provocados pela Covid-19 na cadeia de fornecimento global. Segundo ele, o câmbio atual, embora favoreça a rentabilidade da exportação, acaba influenciando do outro lado, na importação de insumos. “Hoje, quando o dólar aumenta, o fornecedor internacional aumenta seu preço. Quando cai, não baixa”, lamenta. A saída da fabricante de calçados infantis tem sido a formação de parcerias sólidas com fornecedores nacionais. “Hoje, 95% dos nossos fornecedores de matérias-primas são nacionais”, conta, ressaltando que esse número era 90% até o ano passado. Mesmo assim, conta que existe a importação indireta, que acaba impactando no aumento dos custos com insumos.

Colli diz, ainda, que além da questão macroeconômica da oscilação cambial e do aumento dos custos, a indústria calçadista convive com o desafio interno de melhorar a produtividade, estabelecer novos canais de vendas e realizar - e comunicar - práticas produtivas que estejam de acordo com os conceitos de ESG. “Estamos tornando o canal *omni* cada vez mais relevante para os negócios, além de investir nas franquias. Até o final do ano, devemos lançar três lojas e realizar uma expansão mais forte a partir de 2023”, conta.

Outro ponto de atenção da Pampili, segundo Colli, é a sustentabilidade. “Estamos em processo de certificação no Origem Sustentável e até o final do ano queremos ter esse selo. É parte importante da nossa estratégia, que está sempre de acordo com o propósito de contar histórias verdadeiras e de cuidado com as pessoas e com o meio ambiente”, diz, ressaltando que a sustentabilidade, há muitos anos, é uma realidade na Pampili, mas que agora esses processos serão estruturados para contar ao público final.

Com uma produção de 15 mil pares por dia, a Pampili emprega 1,8 mil pessoas em duas unidades, em Birigui/SP e Paranaíba/MS, e vem trabalhando para formação de mão de obra própria. “Estamos inaugurando uma fábrica-modelo no segundo semestre, onde iremos treinar mão de obra para a empresa”, adianta Colli.





**Mão de obra**

O fundador do Grupo Suzana Santos e presidente do Sindicato das Indústrias de Calçados de São João Batista (Sincasjb), em Santa Catarina, Almir dos Santos, recorda que o polo local, hoje com 490 indústrias de calçados, nasceu em meados da década de 1980, com o fechamento de uma usina de açúcar que empregava boa parte da mão de obra da região. Eram três mil funcionários que ficaram desempregados. Como eram qualificados, ficaram na região e logo iniciaram um novo negócio, agora no calçado. Não havia problema de mão de obra. “Eu mesmo era um funcionário dessa indústria”, recorda. A partir da década de 1990, então, o polo calçadista passou a se desenvolver na cidade, atraindo trabalhadores não somente de Santa Catarina, mas do Sul do País.

Em 2001, quando assumiu pela primeira vez a presidência do sindicato calçadista local, Santos conta que criou as primeiras feiras do segmento na cidade, uma de calçados e outra de fornecedores para os calçadistas, aproveitando o bom momento do setor na região “Hoje somos um polo autossuficiente e que envia calçados e insumos para várias partes do Brasil e do mundo”, comenta. Segundo ele, apesar de relativamente jovem, o polo calçadista já enfrenta problemas observados em outros grandes polos do País. Uma dificuldade importante, que não era sentida anos atrás, dá às caras. Existe demanda, existem vagas e não existe mão de obra suficiente para a produção. “Estamos trabalhando, junto ao Senai, para a formação de trabalhadores para a indústria e junto ao Poder Público para atrair as pessoas para a nossa região”, conta. Além da questão da mão de obra, Santos destaca que outro



desafio do setor tem sido os altos custos com matérias-primas, que aumentaram diante da quebra de fluxo comercial provocada pela pandemia de Covid-19 e que hoje enfrenta as oscilações com a guerra na Ucrânia e o câmbio.

Na pauta atual da indústria local, Santos destaca a reivindicação de incentivos fiscais aos produtores de componentes para calçados, aos moldes dos já existentes para as indústrias calçadistas do Estado. Segundo Santos, essa é uma pauta antiga do Sincasjb, que luta para tornar o polo calçadista mais competitivo. Desde 2019, as empresas de componentes destacam 12% do ICMS para vendas dentro de Santa Catarina, invés de 17%. “Mas, precisamos de uma redução maior, por isso solicitamos um crédito presumido para igualar a competitividade com estados que já possuem esse tipo de incentivo”, explica.



**Abicalçados**

Criada em 1983, a Abicalçados é a entidade que representa o setor calçadista brasileiro no mercado nacional e internacional, neste por meio do programa Brazilian Footwear, braço internacional da entidade mantido em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil).





## NÜRNBERGMESSE BRASIL SERÁ A ORGANIZADORA DA FEIRA NACIONAL DO SETOR CALÇADISTA

A Abicalçados e a NürnbergMesse Brasil firmaram contrato para realização da feira da indústria calçadista brasileira. A NürnbergMesse Brasil, empresa alemã de atuação internacional especializada na realização de feiras setoriais, será responsável pela organização do evento. O documento foi assinado no dia 9 de maio na sede da entidade, em Novo Hamburgo/RS.

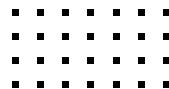
O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, ressalta a expertise do grupo alemão, que possui operação no Brasil. “A NürnbergMesse Brasil foi selecionada por meio de uma concorrência com promotoras de eventos nacionais e internacionais, sendo a que mais se destacou não só no atendimento de premissas das empresas, como também pelo potencial de entrega de eventos com qualidade excepcional”, conta.

De acordo com o presidente da NürnbergMesse Brasil, João Paulo Picolo, a entrada das feiras no calendário nacional irá gerar oportunidades e *networking* fundamentais para o crescimento do setor. “Nós vamos unir a força e o entendimento da Abicalçados e seus associados sobre o mercado ao *know how* da NürnbergMesse Brasil em gerar novos negócios com eventos que envolvem muito profissionalismo, seriedade e qualidade.”

A feira da indústria calçadista brasileira terá duas edições anuais, sendo que a primeira ocorrerá em novembro de 2023, no Rio Grande do Sul, lançando as coleções de outono-inverno 2024. A segunda edição será em São Paulo, em maio de 2024, e lançará as coleções de primavera-verão 2024/2025.

### Sobre a operadora

A NürnbergMesse Brasil é uma subsidiária do Grupo NürnbergMesse, uma das 15 maiores empresas internacionais organizadoras de eventos do mundo. O portfólio do grupo possui mais de 120 feiras e congressos internacionais (14 deles no Brasil) e mais de 40 pavilhões. Anualmente, cerca de 30 mil expositores e mais de 1,5 milhão de visitantes participam dos eventos organizados pela NürnbergMesse, que está presente, por meio de suas subsidiárias, na China, Estados Unidos, Brasil, Grécia, Itália e Índia. O grupo ainda possui uma rede com cerca de 50 representantes, que operam em mais de 116 países.



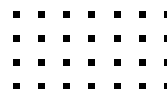
## RELATÓRIO APONTA QUE SETOR CALÇADISTA CRESCEU 9,8% EM 2021

O Relatório Setorial - Indústria de Calçados, publicado pela Abicalçados desde 2016, traz boas notícias para o setor calçadista brasileiro. Embora não tenha recuperado a totalidade das perdas registradas durante a fase aguda da pandemia de Covid-19, a atividade demonstra importante capacidade de retomada dos níveis produtivos. Conforme a publicação, no comparativo entre 2020 e 2021, a produção de calçados aumentou 9,8%, para 806,3 milhões de pares. Já em relação a 2019, a queda ficou em 10,3%.

A publicação destaca, ainda, a importância das exportações na retomada da atividade. Após uma queda expressiva de mais de 18% em 2020, efeito direto da pandemia, em 2021 o setor registrou um incremento de 31,9%, para 123,7 milhões de pares, superando os níveis da pré-pandemia, em 2019, em 7,3%. O coeficiente das exportações, desta forma, cresceu de 12,8% para 15,3%. “A dinâmica da recuperação internacional tem sido mais rápida do que no mercado interno. No ano passado, as exportações cresceram cerca de cinco vezes mais do que o consumo doméstico”, comenta a coordenadora de Inteligência de Mercado da Abicalçados, Priscila Linck. Os principais destinos das exportações de calçados brasileiros, em 2021, foram Estados Unidos, Argentina e França, seguidos por países da América Latina. Já os estados que mais exportaram (em pares) foram Ceará, Rio Grande do Sul e Paraíba.

No mercado interno, a recuperação foi menos intensa do que no cenário internacional. Segundo o Relatório Setorial, o consumo aparente ficou em 705,3 milhões de pares, em 2021, 6,6% mais do que em 2020 e 12% menos do que na pré-pandemia, em 2019.

Com a melhora do cenário, a utilização da capacidade instalada da indústria calçadista cresceu no ano passado, passando de 60,4% em 2020 para 71,5% em 2021. No entanto, o nível segue abaixo do registrado em 2019, que era de 76,9%.



Quinta maior produtora de calçados do mundo, atrás de China, Índia, Vietnã e Indonésia, a indústria calçadista nacional tem um papel relevante na geração de postos de trabalho. Em 2021, conforme a publicação, o setor empregava, diretamente, 266 mil pessoas, tendo gerado quase 27 mil vagas no período e encerrando com incremento de 11% ante 2020, recuperando as perdas registradas ao longo de 2019. Os principais estados empregadores do Brasil são Rio Grande do Sul, Ceará e Bahia.

**Projeções**

Para 2022, as projeções da Abicalçados são de incremento na produção do setor, entre 1,8% e 2,7%, o que deve resultar em 820 a 828 milhões de pares fabricados pelas mais de 5,4 mil fábricas em atividade no País. O resultado positivo, no entanto, não será suficiente para recuperar as perdas provocadas pela pandemia, deixando o setor cerca de 8% abaixo dos níveis produtivos de 2019.

Já as exportações devem seguir crescendo mais do que o mercado doméstico, encerrando 2022 com crescimento de 8% a 10%, para entre 134 e 136 milhões de pares embarcados. Com o resultado, os embarques devem superar os níveis pré-pandêmicos em 16% a 18%.

Os níveis de emprego também devem crescer ao longo de 2022. Conforme o Relatório Setorial esse crescimento deve ficar situado entre 1,3% e 5,3%, encerrando o ano com 269 mil a 280 mil postos de trabalho na atividade.

**Publicação**

Com mais de 60 páginas, o Relatório Setorial - Indústria de Calçados é a fonte de consulta oficial do setor calçadista brasileiro. Além dos dados retroativos, com detalhamento por segmentação, balança comercial, níveis de empregos, capacidade instalada e investimentos, a publicação traz projeções para curto e médio prazos, além de capítulos destinados a oportunidades no mercado internacional e análises do doutor em Economia e professor da pós-graduação da Unisinos Marcos Lélis.

A publicação está disponível gratuitamente para download no site <http://abicalcados.com.br/publicacoes/relatorio-setorial>.

**SETOR EM NÚMEROS 2021**



**PRODUÇÃO:**  
806,3 milhões de pares (+9,8% ante 2020)



**EXPORTAÇÃO:**  
123,7 milhões de pares (+31,9%)



**CONSUMO APARENTE (INTERNO):**  
705,3 milhões de pares (+6,6%)



**EMPREGOS DIRETOS:**  
266 mil postos (+11%)





## CALÇADISTAS ARTICULAM DOAÇÕES PARA REFUGIADOS UCRANIANOS

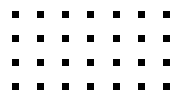
Um movimento de fábricas calçadistas brasileiras computou, até o momento, mais de 11 mil pares de calçados para doações a refugiados ucranianos. As articulações são realizadas pela BBG Brazil em parceria com a Abicalçados.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que a indústria calçadista está atenta ao que acontece no mundo e agora, neste momento tão adverso, não poderia ser diferente. “As pessoas chegam sem nada, fugindo do horror da guerra. Neste momento de crise humanitária, toda a ajuda é muito importante”, comenta o executivo.

Segundo Ferreira, a ação faz parte de um movimento da indústria calçadista nacional, sendo a Abicalçados e a BBG Brazil interlocutoras do setor, visando arrecadar um volume maior de produtos. “Ainda estamos articulando as doações e também parcerias para a logística. Temos potencial para ajudar muitas pessoas”, comenta o dirigente, frisando que toda a contribuição é muito importante e uma verificação mais atenta poderá constatar até mesmo calçados parados em alguma expedição, depósito ou logística. “Certamente é um esforço que trará muitos benefícios aos refugiados neste momento crítico”, conclui.

Empresas que se interessarem em doar podem entrar em contato com Armando Farina, da BBG Brazil, pelo e-mail [armandofarina@bbgbrazil.com](mailto:armandofarina@bbgbrazil.com). Os calçados doados são enviados para Novo Hamburgo/RS para posteriormente embarcar rumo a um centro humanitário em Przemysl, na fronteira da Ucrânia com a Polônia.

Até o momento, participaram da ação as marcas Sugar Shoes, Wirth, Piccadilly, Klin, Pegada, Cocco Miami, Calçados Sandra, Andacco, Zenglein, Gonçalves Calçados, Conforto, Bompel e Tecmater.



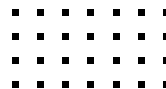
## ORIGEM SUSTENTÁVEL PROMOVE EVENTO COM LIDERANÇAS DO SETOR CALÇADISTA



Tornar a sustentabilidade uma realidade e uma estratégia de toda a cadeia calçadista brasileira é o objetivo do Encontro Sustentabilidade na Prática. O evento, que é apresentado pelo Origem Sustentável, reunirá lideranças do setor durante as comemorações da Semana Mundial do Meio Ambiente. A primeira edição do encontro está marcada para o dia 7 de junho, a partir das 18h30 no CEI, de Campo Bom/RS. As inscrições são limitadas e gratuitas pelo site [bit.ly/sustentabilidadenaopratica22](http://bit.ly/sustentabilidadenaopratica22).

O início do evento será conduzido pela Abicalçados e pela Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal), entidades gestoras do Origem Sustentável. Para o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, o Encontro Sustentabilidade na Prática é importante porque representa a união do setor em prol de um único objetivo: a sustentabilidade. “Quando falamos em práticas sustentáveis, estamos falando em todos os pilares, não apenas o ambiental, mas também o econômico, o social, o cultural. Pilares que precisam estar no dia a dia dos negócios para que a cadeia produtiva como um todo tenha melhores resultados e dessa forma possamos promover esse diferencial do Brasil para o exterior.”

Na sequência, o CEO da Arezzo&Co, Alexandre Birman, abordará as estratégias de sustentabilidade da companhia e anunciará a palestra destaque da noite. Rony Meisler, CEO da Reserva, irá ilustrar as iniciativas da empresa que além de resultados financeiros, também trazem impacto positivo na sociedade e para o meio ambiente.



Após as palestras, será formado um painel com CEO's de indústrias de calçados certificadas no nível máximo do Origem Sustentável, o Diamante. Participam do painel: Andrea Kohlrausch (presidente da Bibi), Cristine Grings (presidente da Piccadilly), Roberto Argenta (presidente do Grupo Beira Rio) e Sergio Bocayuva (presidente da Usaflex). A mediação ficará por conta de Marco Schmitt, diretor de negócios da Box Print, empresa fornecedora e também certificada no nível Diamante. A superintendente da Assintecal, Silvana Dilly, comenta que esse momento demonstra o movimento de comprometimento que as empresas do setor estão e esclarece, de forma prática, as estratégias adotadas pelas empresas nessa construção de uma cadeia calçadista brasileira sustentável.

**Pacto**

Finalizando o encontro, acontece um marco inédito para celebrar a união em prol da sustentabilidade da cadeia calçadista, no qual representantes de todas as empresas que participam do Origem Sustentável subirão ao palco para a assinatura do Pacto pela Sustentabilidade no Calçado. "O objetivo é fortalecer a união e o propósito de construção de uma cadeia calçadista sustentável, instigando e provocando mais empresas nessa jornada", conclui Ferreira. O encontro Sustentabilidade na Prática também terá edições especiais nos polos calçadistas de Birigui/SP (27 de julho), Nova Serrana/MG (01 de agosto) e Franca/SP (25 de outubro).

**Sobre o Origem Sustentável**

O Origem Sustentável é a única certificação no mundo voltada para as empresas produtoras de calçados e de insumos do setor calçadista. Promovida pela Abicalçados e pela Assintecal, a iniciativa é um guia de gestão da sustentabilidade. Com abrangência internacional, é baseada nas melhores práticas internacionais de sustentabilidade e segue indicadores de cinco dimensões: econômica, ambiental, social, cultural e gestão da sustentabilidade. Saiba mais em: [www.origemsustentavel.org.br](http://www.origemsustentavel.org.br).

**PROGRAMAÇÃO**

**18h30** - Abertura

**18h35** - Estratégia de sustentabilidade na Arezzo&Co, por Alexandre Birman | Arezzo&Co

**18h50** - Reserva: Sustentabilidade na moda, por Rony Meisler | Reserva

**19h20** - Painel CEO's do Calçado, com Andrea Kohlrausch (Bibi), Cristine Grings (Piccadilly), Roberto Argenta (Beira Rio) e Sergio Bocayuva (Usaflex), com mediação de Marco Schmitt (Box Print)

**20h** - Pacto pela Sustentabilidade no Calçado Brasileiro

**Inscrições:** <https://bit.ly/sustentabilidadenapratica22>



# A ÚNICA CERTIFICAÇÃO de ESG e sustentabilidade

no mundo voltada para  
empresas da cadeia do calçado

Abordagem completa da  
sustentabilidade por meio das  
dimensões econômicas, sociais,  
ambientais, culturais e de gestão.



GESTÃO DE  
SUSTENTABILIDADE



DIMENSÃO  
ECONÔMICA



DIMENSÃO  
AMBIENTAL



DIMENSÃO  
SOCIAL



DIMENSÃO  
CULTURAL



## É TRANSPARENTE

e promove novas oportunidades  
para as empresas participantes



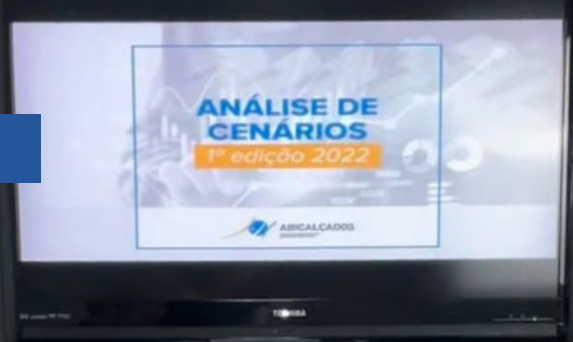
## ABRANGÊNCIA INTERNACIONAL

e validade garantida  
por dois anos

## CERTIFIQUE A SUA EMPRESA.

Aponte a câmera do seu celular para o código QR.  
Ou acesse [www.origemsustentavel.org.br](http://www.origemsustentavel.org.br)





## PUXADO PELAS EXPORTAÇÕES, SETOR CALÇADISTA DEVE CRESCER EM 2022

Em recuperação, o setor calçadista brasileiro deve crescer entre 1,8% e 2,7% em 2022, encerrando o ano com uma produção entre 820 milhões e 828 milhões de pares. Os resultados serão puxados pelas exportações, que devem encerrar 2022 com crescimento de 8,4% a 10,2% em relação a 2021 (entre 134 e 136 milhões de pares). As projeções foram anunciadas no Análise de Cenários, evento digital realizado no dia 13 de abril pela Abicalçados que contou com explanações da coordenadora de Inteligência de Mercado da entidade, Priscila Linck, e do doutor em Economia Marcos Lélis. O evento contou com o patrocínio da Kisafix e da Blu.

Conforme a análise, após um crescimento de 9,8% na produção ao longo de 2021, ante 2020, o setor calçadista seguirá em ritmo de recuperação ao longo de 2022, mas deve seguir abaixo dos níveis pré-pandemia, em 2019. “No ano passado, encerramos com uma produção cerca de 10% menor do que em 2019. Para 2022, mesmo crescendo na base otimista ante 2021 (+2,7%), seguiremos cerca de 8% abaixo dos níveis pré-pandemia”, comentou. “O mercado interno, que representa 85% das vendas do setor, segue com uma dinâmica inferior ao crescimento das exportações, reflexo do nível de emprego e crescente inflação, que reduz a renda disponível para consumo”, acrescentou.

### Empregos

Depois de ter criado 27 mil postos na atividade, ao longo do ano passado, o setor calçadista brasileiro, que criou outros 13 mil no primeiro bimestre de 2022, deve encerrar o ano com saldo positivo na geração de empregos. Conforme análise da Abicalçados, a indústria calçadista deve encerrar o ano com crescimento entre 1,3% e 5,3% no estoque de empregos, com mais de 270 mil pessoas empregadas na atividade em todo o Brasil.

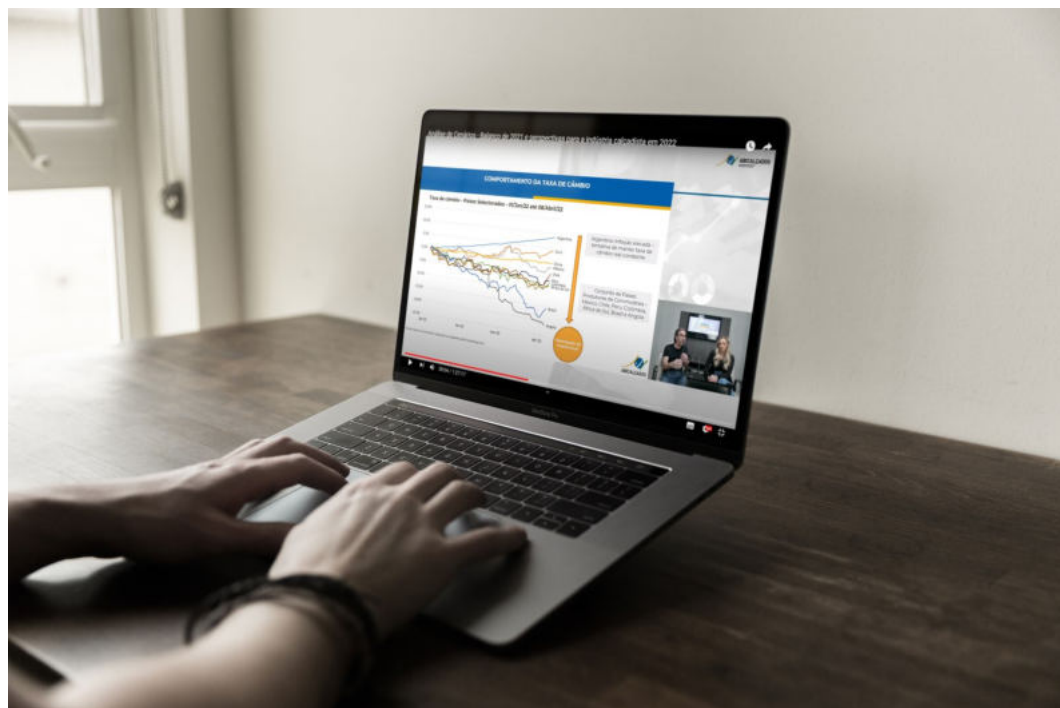
### Projeções

As projeções setoriais da Abicalçados são realizadas por meio de análises das perspectivas de crescimento dos PIBs brasileiro e dos Estados Unidos - principal destino das exportações de calçados -, e o comportamento do câmbio. Lélis destacou que o PIB brasileiro, que cresceu 4,6% no ano passado, vem em desaceleração desde o início do ano. “O Brasil parece ter um limitador de crescimento, baseado especialmente no baixo investimento público, no aumento da desigualdade e com o componente da inflação, hoje em dois dígitos”, ressaltou o economista, destacando que, para 2022, a previsão é de um crescimento no PIB de apenas 0,5%. “O baixo crescimento interno deve impactar o setor calçadista brasileiro ao longo do ano”, diz.

### Pesquisa

A Abicalçados divulgou, ainda, uma pesquisa realizada com empresas do setor calçadista, que apontaram as principais dificuldades enfrentadas ao longo do ano passado e os impactos esperados para 2022. A principal dificuldade apontada em 2021, e que repete a posição para o ano corrente, é a elevação dos custos com insumos e matérias-primas. Na segunda colocação, que também repete posição para 2022, está a falta de insumos e matérias-primas. No terceiro posto, para o ano corrente, está a dificuldade de contratação de trabalhadores em função da falta de mão-de-obra, problema que estava na quinta colocação em 2021.

A apresentação completa pode ser acessada no [link](#).







## ABINOTÍCIAS

### INDÚSTRIA CALÇADISTA GEROU MAIS DE 17 MIL POSTOS NO ANO

A indústria calçadista brasileira segue criando oportunidades de trabalho para milhares de brasileiros. Em março, conforme dados elaborados pela Abicalçados, as fábricas nacionais criaram 4,77 mil postos, respondendo por mais de um terço do total gerado pela indústria de transformação no mês. No acumulado do primeiro trimestre do ano, o setor calçadista soma a criação de 17,8 mil vagas, encerrando o período com 284 mil pessoas empregadas em todo o País, 11,5% mais do que no mesmo intervalo do ano passado.

Respondendo por quase 30% dos empregos do setor calçadista no Brasil, o Rio Grande do Sul é o maior empregador da atividade. Tendo gerado 6,1 mil vagas no primeiro trimestre, o setor gaúcho encerrou março com mais de 82 mil pessoas empregadas, 10,3% mais do que no mesmo mês de 2021.

O segundo empregador da atividade no Brasil é o Ceará, que no trimestre criou 1,1 mil vagas e encerrou março com 62,6 mil pessoas empregadas no setor, 5,8% mais do que no mesmo mês do ano passado.

Com crescimento de 26,8% no estoque de emprego, em relação a 2021, o setor calçadista baiano gerou 2,86 mil postos no primeiro trimestre. Com o resultado, em março as fábricas de calçados locais empregavam 38,55 mil trabalhadores.

São Paulo apareceu no quarto posto entre os estados empregadores do setor calçadista verde-amarelo. No primeiro trimestre, as fábricas paulistas geraram 3,7 mil vagas, encerrando março com 32,52 mil pessoas empregadas na atividade, 14,7% mais do que no mês três de 2021.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que os dados positivos são indicadores da recuperação da atividade, especialmente nas exportações. Entre janeiro e março deste ano, as fábricas de calçados exportaram o equivalente a US\$ 320,6 milhões, 65,8% mais do que no mesmo período de 2021. “O setor calçadista responde rapidamente aos estímulos da economia. Neste ano, em que as exportações têm sido o motor do crescimento e, consequentemente, da criação de empregos na atividade”, comemora o dirigente.

Confira a tabela completa por estado [aqui](#).



## PICCADILLY RECEBE CERTIFICAÇÃO NO NÍVEL MÁXIMO DE SUSTENTABILIDADE

Mais uma importante empresa do setor calçadista entra para o rol de indústrias certificadas no âmbito do Origem Sustentável, única certificação de práticas ESG (*Environmental, Social and Governance*) da cadeia do calçado no mundo. Idealizada pela Abicalçados e pela Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal), a certificação foi entregue para a Piccadilly no último dia 5 de maio, na sede da empresa, em Igrejinha/RS.

Certificada no nível máximo do programa, o Diamante (80% ou mais dos indicadores de ESG atingidos), a Piccadilly é considerada uma referência de evolução na área de sustentabilidade, não somente ambiental, mas também nos pilares econômico, social e cultural. Com uma produção de mais de 6 milhões de pares por ano, desde 2008 a indústria, que possui unidades em Rolante/RS e Teutônia/RS, onde soma mais de 1,7 mil colaboradores, não utiliza mais materiais de origem animal em seus calçados. Mas essa é apenas a ponta de todo um processo que enxerga na sustentabilidade uma cultura organizacional. Na oportunidade da entrega do certificado, a vice-presidente e diretora de Desenvolvimento de Produtos da empresa, Ana Carolina Grings, destacou a importância da certificação, que corrobora um trabalho que já vem sendo realizado há bastante tempo pela indústria. “Receber este selo do Origem Sustentável nos instiga a seguir nesse caminho da sustentabilidade.”, disse.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, ressaltou a importância do dia em que a certificação máxima chega a uma das principais indústrias de calçados do País. “Quando entramos no ambiente da Piccadilly, enxergamos esse compromisso com a sustentabilidade. O ato que estamos fazendo aqui hoje é um ato importante, mas mais importante é o que está no DNA da empresa e o envolvimento de toda a equipe para chegar até aqui”, comentou o executivo.

Também presente no evento de entrega, o presidente da Assintecal, Gerson Berwanger, destacou a importância do engajamento de toda a cadeia em prol da sustentabilidade, dos fornecedores aos produtores de calçados, e parabenizou a calçadista pelo trabalho. “Percebemos aqui um grande envolvimento de toda a equipe para que a certificação no nível máximo fosse entregue”.

### Prática

A coordenadora de ESG e Sustentabilidade da empresa, Morgana Marca, conta que ao longo das últimas duas décadas, a Piccadilly se consolidou como referência em gestão ambiental. Entre as práticas que levaram-na à conquista da certificação no nível Diamante destaque para projetos de linhas de calçados sustentáveis, cujo design foi concebido a partir do uso de matérias-primas recicladas e insumos ecológicos; a constante revisão de processos industriais, com foco em redução de desperdícios e resíduos, bem como aplicação de oportunidade de aplicação dos conceitos de economia circular e logística reversa; e a política Aterro Zero - 100% implementada (desde 2013).

Segundo Morgana, o cuidado com o meio ambiente também é traduzido com o reaproveitamento. No ano passado, foi lançada a linha So.Si Ecoar, de tênis que reutiliza garrafas *pet* na sua composição, sem perder qualidade. Segundo Morgana, cada par produzido reutiliza três garrafas e meia de *pet* reciclado e leva 17% de fio recuperado da indústria têxtil na sua composição.

Ainda no contexto da sustentabilidade aplicada ao produto, a Piccadilly também possui todas as suas embalagens certificadas pelo selo FSC (Forest Stewardship Council), reconhecido internacionalmente por acreditar empresas com manejo florestal responsável.

Outro diferencial da Piccadilly é a utilização de materiais reciclados (PU) na produção. Conforme a empresa, no ano passado foram produzidos mais de 60 mil pares de calçados com contrafortes reciclados. Já as palmilhas recicladas foram parte de mais de 340 mil pares de calçados.

### Aterro Zero

Morgana ressalta que, diante do desafio mundial que é a destinação correta dos resíduos dos processos industriais, a Piccadilly investe pesado em tecnologias para a gestão na área. “A Piccadilly é ciente da importância de uma gestão correta dos resíduos sólidos industriais gerados por suas operações, por se tratar de um dos principais impactos ambientais no segmento de fabricação de calçados. Desta forma, a empresa investe de forma contínua em inovação e em novas tecnologias para o correto tratamento e reaproveitamento de seus resíduos. Neste contexto, desde 2013, a empresa não envia mais resíduos industriais para aterros, sendo uma das pioneiras brasileiras no quesito”.

No ano de 2020, a Piccadilly também finalizou seu primeiro inventário de emissões de gases de efeito estufa, o primeiro passo de um grande projeto que possui como objetivo principal a redução dos impactos causados pelas atividades da indústria. Conforme a empresa, em 2020, por meio da compra de energia do mercado livre, a Piccadilly deixou de emitir mais de 129 mil toneladas de CO2.

### 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 os fornecedores de componentes até o fabricante 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, além da Piccadilly, a Vulcabras (Diamante), Bibi (Diamante), Beira Rio (Diamante), Usaflex (Diamante), Boxprint (Diamante), Caimi & Liaison (Diamante), Bertex (Ouro), Tintas Killing (Ouro), Perfil Injetados (Prata) e Fibertex (Prata). Encontram-se em processo de certificação mais de 50 fabricantes de calçados e componentes brasileiras. Conheça no site [www.origemsustentavel.org.br](http://www.origemsustentavel.org.br).



## ABICALÇADOS ELEGE CONSELHO DELIBERATIVO PARA PRÓXIMO TRIÊNIO

A Abicalçados elegeu, no último dia 27 de abril, o seu Conselho Deliberativo e Fiscal para o triênio 2022/2025. Encabeçado pelo presidente, Caetano Bianco Neto - reeleito -, o grupo tem 35 nomes que representam a diversidade da indústria calçadista nacional.

Bianco Neto, diretor da Arzano (Jaú/SP), destaca que, no próximo triênio, os desafios serão ainda maiores. “Trata-se de um momento de retomada do setor calçadista, que precisa estar cada vez mais preparado para atender a crescente e exigente demanda por calçados, aqui e além-fronteiras. Também seguiremos a nossa luta em prol de medidas que proporcionem melhores condições de competitividade para a atividade, especialmente no que diz respeito à redução dos custos produtivos”, comenta o dirigente, que tocará seu trabalho ao lado do presidente-executivo da entidade, Haroldo Ferreira.

Segundo Bianco Neto, a qualificação do Conselho Deliberativo e Fiscal da Abicalçados é fundamental para a entidade. “Agradecemos o engajamento dos empresários que dedicam parte do seu tempo em prol da coletividade, em prol do desenvolvimento de uma atividade tão relevante econômica e socialmente para o Brasil”, concluiu, acrescentando que a nominata representa os mais de 10 polos calçadistas nacionais.

### CONSELHO DELIBERATIVO 2022/2025

**Presidente:** Caetano Bianco Neto - Arzano

Almir Santos - Sincasjb  
 Analdo Slovinski Moraes - Bebecê  
 Astor R. Ranft - Pegada  
 Carlos Alberto Mestriner - Klin  
 Claudio Chies - Grendene  
 Daniel Marcelino Gewehr - Via Marte  
 Darcio Klaus - Arezzo  
 Diego Colli - Pampilli  
 Eduardo Jacob - Kildare  
 Giuliano Spineli Gera - PG4  
 Iriwan José Soares - Lia Line  
 João Henrique Hoppe - Dass  
 Jorge Bischoff - Jorge Bischoff  
 José Paulo Boelter - Sugar Shoes

Junior César Silva - Crômico  
 Luiz Barcelos - Luiza Barcelos  
 Marcelo Henrique Lehnen - Dakota  
 Marcelo Paludetto - Democrata  
 Marco Lourenço Müller - Ramarim  
 Paulo Vicente Bender - Carrano  
 Pedro Arcara Neto - Marluvas  
 Pedro Bartelle - Vulcabras  
 Renato Klein - Piccadilly  
 Ricardo José Wirth - Wirth  
 Ronaldo Lacerda - Sindinova  
 Samir Nakad - Sameka  
 Sergio Bocayuva - Usaflex  
 Sergio Gracia - Kidy

#### Conselho Fiscal

Danilo Cristófoli - Cristófoli  
 João Altair dos Santos - Conforto  
 Paulo Roberto Konrath - Lotus

Caio Borges - Radamés (suplente)  
 Dóris Helena Berlitz - Wirth (suplente)  
 Mauricio de Vargas - Bibi (suplente)

#### Conselheiros Honorários

Rosnei Alfredo da Silva e Paulo Roberto Schefel



## **O DESAFIO DA PRODUTIVIDADE E DA COMPETITIVIDADE**

**Carlos Alexandre da Costa**

Chefe do Escritório de Representação do  
Ministério da Economia em Washington

O Brasil dispõe hoje de um conjunto de fatores que nos permitiriam ter uma das indústrias mais competitivas do mundo. Nossa gente talentosa, ativo mais importante para todo setor econômico, é inventiva, trabalhadora e experiente após décadas de maturidade em todos os setores industriais. Nossos recursos naturais viabilizam cadeias de suprimentos com alta produtividade na maioria dos materiais usados na manufatura. Nossas fontes de energia – e ainda mais as renováveis – nos posicionam como um dos líderes para garantir a segurança energética global com fontes de baixo carbono. Nossos empresários industriais são competentes heróis, que batalham há décadas para gerar empregos e sobreviver a despeito do crescente Custo Brasil, e já provaram sua capacidade de competir “da porta para dentro”.

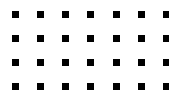
No entanto, o Custo Brasil quase destruiu nossa brava indústria. O tríplice desastre macroeconômico – juros altos, câmbio valorizado, impostos crescentes – afetou de maneira desproporcional nosso setor de transformação. Financiar o negócio já foi o maior item do Custo Brasil, com um peso de mais de R\$ 200 bilhões de reais por ano para nossas empresas. Conseguimos reduzir o custo do crédito, com maior credibilidade na política fiscal, um Banco Central independente e a coragem de acreditar no crescimento econômico. Além disso, programas de crédito para pequenos e médios, como o PRONAMPE e o PEAC, irrigaram o mercado e incluíram milhares de empresas. Mas ainda há muito o que fazer nas outras dimensões.

Primeiro, no custo do trabalho, que chegou a representar R\$ 300 bilhões de Custo Brasil. Avançamos muito na flexibilização da contratação de pessoas, com a reforma trabalhista e a enorme modernização de normas que promovemos nos últimos três anos, e precisamos manter programas existentes que desoneram a folha salarial. Mas ainda precisamos avançar muito na redução definitiva dos encargos trabalhistas de forma ampla, e na qualificação de nossa gente.

Segundo, na redução da complexidade, da insegurança e dos custos embutidos em nosso sistema tributário. Já temos trabalhado para viabilizar a reforma nessa direção, e os projetos no Congresso Nacional convergem com esses pilares. Já avançamos com a redução do IPI, que deve continuar, mas ainda é pouco, e urge a necessidade de aprovarmos um novo sistema com impostos menores e mais simples sobre produção e emprego.

Terceiro, na melhoria da nossa infraestrutura. Implementamos diversos marcos regulatórios importantes, como o Marco do Saneamento, das Ferrovias, das Telecomunicações, da Cabotagem, e reformas infralegais que facilitaram concessões. Pela primeira vez, passamos a ter Planejamento Integrado de Longo Prazo, e a priorizar recursos onde o retorno socioeconômico é maior. Mas precisamos avançar no nível subnacional, na viabilização de investimentos públicos onde o retorno social é maior que o privado, e no novo Marco de Concessões e PPPs.

Quarto, na agenda de integração global justa e competitiva. Tive o privilégio de conhecer a fundo nosso setor calçadista brasileiro, em suas diferentes tecnologias produtivas. Pude ver como somos eficientes nas linhas de produção, como nossa gente tem condições dignas de trabalho em todo o País, nossa moda se destaca internacionalmente, temos a mais avançada tecnologia de materiais e de produção, nossa rede de distribuição e suprimentos é resiliente, nossas práticas de ESG se destacam em todas as dimensões. Temos reduzido muito os custos administrativos de comércio internacional para exportação e importação, com digitalização e simplificação. A manutenção de um câmbio adequado e a continuidade da redução do Custo Brasil nos permitem competir com grandes vantagens comparativas na arena internacional. Isso, claro, quando consideramos países com condições dignas de trabalho, algo que os consumidores cada vez mais exigem. Vencer os desafios apresentados é conquistar os mercados globais, e depende da união do nosso setor produtivo em torno dessa agenda. É gerar emprego e renda para nossa gente. É continuar na reindustrialização do nosso País. É agregar valor em todo nosso território. É continuar trilhando o Caminho da Prosperidade.



## MERCADO DE CALÇADOS DE SEGURANÇA ESTÁ AQUECIDO

Mesmo diante dos períodos mais críticos da pandemia de Covid-19, o segmento de calçados de segurança não parou de produzir. Com demandas específicas de profissionais da área hospitalar, de correios, entre outros, o setor produziu quase 80 milhões de pares em 2020 e 2021, com uma participação de cerca de 5% na produção nacional de calçados. Uma das principais empresas do segmento no Brasil, a Marluvas, de Dorcas de Campos/MG, chegou a receber cartas de grandes clientes dos ramos da saúde e até mesmo dos Correios para continuar produzindo mesmo na fase aguda da pandemia. Nesta entrevista exclusiva para o Abinforma, o CEO da Marluvas, Pedro Arcara, fala sobre a importância da indústria para o desenvolvimento econômico e social, o mercado de calçados de segurança, os desafios do setor e faz projeções positivas para os próximos anos.



**Abinforma - Neste mês de maio, comemoramos o Dia da Indústria. Como enxerga a importância do setor industrial para o desenvolvimento social e econômico do Brasil?**

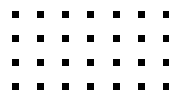
**Pedro Arcara -** A indústria, de todos os segmentos, é fundamental para o desenvolvimento econômico e social. Para se ter uma ideia, nos dez municípios onde temos fábricas, em oito somos os principais empregadores. Fizemos o levantamento e em um desses municípios, o segundo onde mais empregamos, com mais de 500 colaboradores, o PIB per capita cresceu mais de 50% entre 2010 e 2012, de R\$ 10.680,00 para R\$ 16.680,00.

**Abinforma - Qual a estrutura atual da Marluvas?**

**Arcara -** A nossa empresa vem em crescimento acelerado na última década. Mesmo diante da fase mais aguda da pandemia, crescemos. Temos uma cadeia de fornecimento muito forte no País, o que nos coloca como o principal fornecedor desse segmento na América do Sul. Nossos clientes são de setores diferentes quando comparados com os do mercado de calçados de moda. Temos grandes compradores nos segmentos de *offshore*, frigoríficos, carnes e agronegócio em geral. São mercados que estão aquecidos. Também existe uma tendência muito forte da bricolagem, que veio dos Estados Unidos. Então temos vendas importantes para pessoas que fazem pequenas obras.

*“A INDÚSTRIA, DE QUALQUER SEGMENTO, É FUNDAMENTAL PARA O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. PARA TER UMA IDEIA, NOS DEZ MUNICÍPIOS ONDE TEMOS FÁBRICAS, EM OITO SOMOS OS PRINCIPAIS EMPREGADORES. FIZEMOS O LEVANTAMENTO E EM UM DESSES MUNICÍPIOS, O SEGUNDO ONDE MAIS EMPREGAMOS, COM MAIS DE 500 COLABORADORES, O PIB PER CAPITA CRESCER MAIS DE 50%”*



**Abinforma - Como foi o ano de 2020 e 2021 para a empresa?**

**Arcara -** Em 2020 tivemos dois meses muito complicados, março e abril. Depois desse primeiro quarto do ano, passamos a produzir apostando na esperada retomada do segundo semestre e focando em formação de estoque. Em setembro tivemos um incêndio na nossa matriz, que destruiu mais de 500 mil pares de calçados que estavam na expedição. Foi um baque, mas em outubro daquele ano batemos o recorde de vendas da história da Marluvas. No final do ano, encerramos, mesmo com todos os problemas, com um crescimento de 5% no faturamento em relação a 2019.

No ano de 2021, seguimos em recuperação e crescemos mais de 40% em faturamento na relação com 2020. Atualmente, estamos trabalhando na implementação do SAP e projetamos um crescimento de mais de 36% em faturamento até o final do ano. O mercado está aquecido.

*“NO ANO DE 2021, SEGUIMOS EM RECUPERAÇÃO E CRESCEMOS MAIS DE 40% EM FATURAMENTO NA RELAÇÃO COM 2020. ATUALMENTE, ESTAMOS TRABALHANDO NA IMPLEMENTAÇÃO DO SAP E PROJETAMOS UM CRESCIMENTO DE MAIS DE 36% EM FATURAMENTO ATÉ O FINAL DO ANO. O MERCADO ESTÁ AQUECIDO”*

**Abinforma - Quais são os principais desafios para a indústria neste momento de retomada?**

**Arcara -** No mercado interno, vivemos um ano eleitoral com um ambiente muito polarizado, o que traz incertezas. No ambiente internacional, podemos destacar a constante ameaça dos calçados chineses e a necessidade de manutenção da sobretaxa do antidumping, a quebra de fluxos no comércio internacional em função da pandemia, que gerou uma ruptura na oferta de matéria-prima, encarecendo os insumos, os contêineres e os fretes em geral. Em 2019, o contêiner ficava entre US\$ 900 e R\$ 1,1 mil. Hoje está entre US\$ 8 mil e US\$ 9 mil, isso fora os custos com combustíveis.

**Abinforma - Um dos problemas apontados por parte da indústria calçadista é a dificuldade de contratação de mão de obra. Como a Marluvas encara a questão?**

**Arcara -** Nós formamos a nossa mão de obra. Além disso, investimos na humanização do trabalho e na criação de um vínculo do funcionário e a empresa, criando uma identificação do colaborador e diminuindo a rotatividade.



## EXPORTAÇÕES COM MARCAS DE TERCEIROS IMPULSIONAM A INDÚSTRIA CALÇADISTA

Desde o segundo semestre de 2021, a indústria calçadista brasileira experimenta uma retomada que tem como principal fator o aumento das exportações. No ano passado, foram embarcados 123,6 milhões de pares, 32% mais do que em 2020 e 7,3% mais do que no ano que antecedeu a pandemia de Covid-19 (2019). Nos três primeiros meses de 2022, as vendas de calçados para o exterior seguiram o ritmo de elevação, somando mais de 40,74 milhões de pares embarcados ao exterior, 27,3% mais do que no mesmo período de 2021. Segundo a Abicalçados, além do arrefecimento de Covid-19, entre os fatores determinantes para a performance estão as exportações com marcas dos clientes internacionais, modelo chamado de *private label*.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que a demanda por produtos para grandes marcas do varejo internacional, especialmente dos Estados Unidos, tem sido fundamental para a retomada das exportações de calçados brasileiros. “É a retomada de um momento importante e histórico da indústria brasileira. Até meados dos anos 2000, quando a China despontou como o mais importante fornecedor de calçados do mundo, o Brasil era um grande exportador de *private label*, especialmente para os Estados Unidos, o nosso histórico principal destino no exterior”, conta o executivo, ressaltando que naquela época a demanda norte-americana migrou para a Ásia. Após um hiato de quase duas décadas, a procura de compradores dos Estados Unidos por novos fornecedores de calçados, alternativos aos asiáticos, tem alterado a “regra do jogo”.

Segundo Ferreira, se soma à nova configuração no contexto internacional, a evolução da cadeia produtiva nacional, hoje muito mais preparada e competitiva do que em meados dos anos 2000. “Hoje temos uma cadeia completa, que tem desde componentes até o produto final, tudo isso com tecnologia, qualidade, sustentabilidade e design. Além disso, atributos como flexibilidade produtiva para vendas de lotes menores, bem como a preparação para o atendimento personalizado no mercado internacional nos colocam em outro patamar competitivo”, avalia o executivo, acrescentando que a China, embora ainda seja o principal fornecedor de calçados do planeta, vem perdendo força diante das necessidades de consumidores mais exigentes e conscientes, especialmente da América do Norte e Europa. “O consumidor mundial, cada vez mais, tem dado atenção às origens do produto consumido, em especial aos quesitos de sustentabilidade ambiental, social e econômica. Neste contexto, o Brasil sobressai como o principal fornecedor de calçados do mundo”, comenta.

Neste cenário de incremento da demanda internacional por calçados verde-amarelos, a busca por produtos com marcas de clientes vêm gerando oportunidades para as fábricas brasileiras especializadas no atendimento do mercado de *private label*. Relatório gerado pela Inteligência de Mercado da Abicalçados aponta que, em 2019, 15,8% dos calçados embarcados para o exterior eram com marcas de clientes internacionais, número que passou para 18,2% no ano passado. “E é um percentual que deve crescer nos próximos anos”, projeta Ferreira.

### **Killana: exportações em alta**

Uma das empresas brasileiras que tem se especializado nas exportações com marcas de clientes internacionais é a Killana, de Três Coroas/RS. Fundada em 1997 e atualmente contando com mais de 70 funcionários, a indústria produz de 650 a 700 pares de calçados femininos por dia, dos quais 60% são exportados para países como os Estados Unidos, Itália, Chile, Bolívia, Colômbia, Uruguai, Polônia, Rússia, Portugal e Romênia. Do total exportado, segundo o diretor comercial da empresa, Marcos Huff, 90% é no modelo de *private label*. “Um cliente italiano nos encomendou, recentemente, cinco coleções exclusivas”, conta, ressaltando que são demandas comuns e que a Killana tem *know-how* para o atendimento.

Segundo Huff, o mercado para exportações com marcas dos clientes vem crescendo e as perspectivas são as mais positivas. Huff elenca, ainda, algumas vantagens importantes no modelo de exportação, como a maior proximidade com o cliente final, diante dos apontamentos do varejo, a maior assertividade das coleções e o aprendizado proveniente do relacionamento. “Nós acabamos absorvendo o conhecimento do nosso consumidor final em diferentes mercados para melhoria de processos internos na empresa”, acrescenta.

Depois de registrar dificuldades em 2020, diante das dificuldades impostas pela pandemia de Covid-19, Huff conta que 2021 fechou com um crescimento de 28% nas exportações. “Ainda não recuperamos todas as perdas, o que deve ocorrer até o final deste ano, quando deveremos retomar os níveis de 2019”, projeta o diretor.

### **Calçados Status: know-how no mercado internacional**

Exportando quase a totalidade produzida, a Calçados Status, de Igrejinha/RS, é outro exemplo de atuação no mercado internacional, especialmente por meio do modelo de *private label*. Fundada em 1977, a tradicional indústria do polo calçadista do Vale do Paranhana emprega diretamente mais de 200 colaboradores e produz uma média de 1,2 mil pares por dia, quase todos embarcados para 35 países, com destaque para Rússia, Chile e países do Leste Europeu.

A gerente de exportações da empresa, Juliana Behrend, destaca que a Status, desde seus primeiros passos, teve como foco a exportação. “Como a maioria das empresas do Sul do Brasil, as exportações iniciaram com *private label* com os clientes dos Estados Unidos. Com o passar dos anos, a participação norte-americana reduziu e houve a expansão das vendas a outros mercados não tão usuais, como do Leste Europeu e africano”, conta. Atualmente, segundo Juliana, 80% das exportações são com a marca do cliente. “Existem dois modelos de *private label*, um voltado para o desenvolvimento dos clientes - construção, modelo e materiais -, e o outro quando os compradores colocam suas marcas nos modelos da nossa coleção”, explica a gerente.

O modelo *private label* para exportações, embora estrategicamente eficaz, exige um cuidado especial por parte da empresa. Juliana conta que a Status mantém um departamento de exportações voltado para o atendimento aos clientes, o que ocorre tanto em feiras internacionais quanto por meio de visitas físicas ou contatos remotos, via telefone, redes sociais e e-mails. “Temos condições de manter a comunicação em inglês, espanhol e italiano. Todo o *follow up* de atendimento, assim como pós-venda, faz parte do processo de atendimento aos clientes”, destaca. Outro ponto importante, segundo a gerente, são as eventuais adaptações solicitadas pelos clientes. “Cada mercado tem particularidades, como de calce, por exemplo, sendo que algumas vezes são necessárias conversões de números. Também são solicitados desenvolvimentos de saltos ou solas personalizadas”, conta Juliana, acrescentando que a empresa oferece uma grande gama de possibilidades de materiais e combinações.

Diante do cenário atual e já vislumbrando o contexto pós-pandêmico, Juliana conta que a empresa projeta a retomada e crescimento das vendas nos próximos dois anos. “A projeção de crescimento nas exportações é de 25% a 30% em 2022, na relação com 2021”, avalia a gerente, destacando que o Brasil vem se tornando um potencial fornecedor internacional de calçados diante do crescimento da demanda global.



### **PG4 Galleria: competitividade com marca do cliente**

Fundada em 2007, a PG4 Galleria, de Franca/SP, é especializada em calçados masculinos de alto valor agregado e possui um modelo 100% *private label*, tanto para abastecimento doméstico quanto internacional. Com uma produção de mais de mil pares por dia, dos quais exporta entre 55% e 60% para cerca de 20 destinos internacionais, com destaque para Estados Unidos e países da América Latina, a empresa é uma “camaleoa”, conforme palavras do diretor Giuliano Gera. Segundo ele, que acumula o *know how* de mais de 30 anos no setor calçadista - antes de fundar a PG4 Galleria trabalhou com uma grande empresa exportadora do polo francano -, a produção e exportação *private label* é como um “lego”. “Nós customizamos a nossa produção de acordo com a demanda do cliente, seja ele doméstico ou internacional. É um trabalho bastante intenso, mas que traz ótimos resultados”, diz. Segundo ele, a empresa, que emprega mais de 140 funcionários, não possui representantes comerciais e atua no relacionamento direto com os compradores, por meio de visitas físicas e reuniões periódicas nos meios digitais.

Gera destaca que o modelo de vendas com marca do cliente traz vantagens competitivas para a empresa, especialmente no mercado internacional. “A briga de marcas, especialmente no mercado externo, é um duelo de titãs. O modelo *private label* facilita as vendas e dá mais robustez para a empresa. Além disso, nos proporciona uma proximidade maior com o nosso cliente, nos trazendo informações relevantes de diferentes mercados, informações que utilizamos para melhoria de todos os processos na empresa”, avalia o diretor.

Após um 2020 que registrou queda de 50% nos negócios da empresa, Gera espera uma recuperação gradual, que segundo ele deve se dar justamente pelas exportações. “Para 2022, a nossa estimativa é ultrapassar os resultados pré-pandemia em 5% a 10%”, projeta.

### **Sugar Shoes: expansão via *private label***

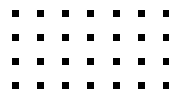
Com fábricas em Picada Café/RS, Capela de Santana/RS, Senador Pompeu/CE (duas), Solonópole/CE e Cratêus/CE, o grupo Sugar Shoes é um dos mais importantes *players* do Brasil, com licenças exclusivas para marcas como Coca-Cola, Aramis, Hurley, entre outras grandes marcas. Fundado em 1998, emprega mais de três mil pessoas de forma direta que produzem, diariamente, mais de 54 mil pares de calçados, dos quais embarcam cerca de 15% para mais de 15 países.

A gerente de Negócios Internacionais do grupo, Mariana Martins, conta que as exportações via *private label* respondem por mais de 70% dos negócios da companhia. “Hoje temos clientes, nessa modalidade, em países da América Latina e nos Estados Unidos, onde atuamos em parceria com marcas internacionais reconhecidas no mercado da moda”, conta. Segundo ela, a empresa realiza um acompanhamento contínuo dos parceiros, em especial diante dos diferentes calendários e necessidades. Para o trabalho, mantemos uma equipe interna de desenvolvimento e vendas dedicada ao mercado internacional”, informa a gerente, ressaltando que alguns clientes *private label* compram produtos da coleção sem adaptações e outros solicitam desenvolvimentos específicos de acordo com o mercado local e suas necessidades em termos de design e construções. “As exportações são de grande importância para a empresa e garantem um equilíbrio na sazonalidade que acaba acontecendo no mercado interno. O ano fabril das indústrias é formado por períodos em que o mercado doméstico está aquecido, sendo que em outros meses o mercado externo supre a demanda”, avalia Mariana.

Para 2022, Mariana conta que existe uma perspectiva de crescimento nas exportações da empresa, especialmente diante da maior demanda dos Estados Unidos e países latino-americanos, seguindo uma trajetória identificada em 2021, quando o grupo cresceu mais de 50% em receita bruta. Existe um ambiente fragilizado no cenário internacional, especialmente para as importações da Ásia o que, segundo ela, deve seguir auxiliando na prospecção de clientes internacionais. “Pre vemos expansão de pelo menos 30% em 2022 nas exportações, podendo dizer que 20% será via *private label*”, projeta.

### **Qualificação**

Desde o ano 2000, a Abicalçados conta com a parceria fundamental da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil). Naquele ano foi assinado pela primeira vez o convênio que deu origem ao Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações de calçados que promove o produto brasileiro no mundo por meio de ações comerciais e de imagem. Da primeira assinatura até 2021, o número de destinos internacionais passou de 99 para mais de 170, corroborando a importância do programa não somente para o incremento, mas para a qualificação das exportações verde-amarelas.



## SC TRADE SHOW REGISTRA CRESCIMENTO DE 25% EM VENDAS



Os dias 20 a 22 de abril marcaram a realização da 31ª SC Trade Show no CentroSul, em Florianópolis/SC. O evento, que reuniu mais de 100 marcas de calçados, bolsas e acessórios, registrou um crescimento de 25% em vendas, comparado com a mesma edição de 2019, antes da pandemia.

Os resultados positivos impressionaram os expositores, que vivem ainda uma retomada no setor, que foi um dos mais afetados pelas paralisações nos últimos dois anos. “Ficamos muito felizes e animados com essa feira. Ela nos permite planejar os próximos meses, dando uma engrenada nas nossas produções e só confirma que o segundo semestre será muito bom para

a indústria calçadista”, afirma o presidente do Sindicato das Indústrias de Calçados de São João Batista (Sincasjb), Almir Manoel Atanázio dos Santos.

Um dos destaques da 31ª SC Trade Show foi a presença de importadores do Equador, Colômbia e Peru, que visitaram estandes e fecharam negócios. “A participação deles foi muito importante porque trouxe aos expositores essa sensação de segurança, de normalização. E ainda nos mostra a credibilidade que temos, com nossos produtos de qualidade, a nível internacional”, diz Santos.

A 32ª SC Trade Show já está confirmada. A rodada de negócios que apresentará a coleção outono inverno 2023 será realizada entre os dias 26 a 28 de outubro. O evento ocorrerá em novo endereço, desta vez, no novo Centro de Eventos de Balneário Camboriú, no litoral Catarinense.

## SINDICATOS FORTALECEM REPRESENTATIVIDADE DO CALÇADO

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca a importância dos sindicatos das indústrias de calçados para o aumento da representatividade do setor calçadista brasileiro. Segundo ele, são os braços da Abicalçados nos polos calçadistas, lutando por melhores condições de competitividade da atividade e, conseqüentemente, pelo desenvolvimento econômico e social das suas regiões de atuação. “Neste contexto, gostaria de parabenizar os sindicatos aniversariantes dos meses de abril e maio. Vocês fazem parte da história da atividade e são fundamentais para que sigamos fortalecendo o setor”, destacou.

Os aniversariantes são: Sindicato das Indústrias de Calçados da Paraíba – Sindicaldos (11/04/1983); Sindicato das Indústrias de Calçados de Fortaleza - Sindcalf (15/04/1970); Sindicato das Indústrias de Calçados do Estado de Goiás – Sindicalce (07/05/1970); Sindicato das Indústrias de Calçados de São João Batista – Sincasjb (15/05/1990); Sindicato da Indústria de Calçados de Novo Hamburgo – SICNH (24/05/1968); e Sindicato das Indústrias de Calçados, de Solado Palmilhado, de Luvas, Bolsas e Peles de Resguardo e Material de Segurança e Proteção ao Trabalho do estado de Pernambuco – Sindicalpe (25/05/1990).



## BRAZILIAN FOOTWEAR

### ABICALÇADOS REALIZA MISSÃO COMERCIAL NA COLÔMBIA

A Abicalçados, por meio do Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações do setor mantido em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), realiza, entre 10 e 15 de julho, a primeira Missão Comercial na Colômbia em 2022. O evento ainda tem inscrições abertas com investimentos a partir de US\$ 1,5 mil. A missão, que acontecerá nas cidades de Bogotá e Medellín, prevê seminário preparatório sobre o mercado colombiano, showrooms das marcas participantes em hotéis e evento de relacionamento com a imprensa local.

A analista de Promoção Comercial da Abicalçados Carla Giordani, destaca que a missão terá uma agenda completa visando a realização de negócios com compradores colombianos. Segundo ela, a Colômbia é o quinto maior mercado internacional para o calçado brasileiro. No ano passado, as exportações para lá geraram mais de US\$ 34 milhões, 31% mais do que no ano anterior. Somente no primeiro trimestre de 2022, as exportações de calçados para a Colômbia geraram US\$ 8,73 milhões, 40,2% mais do que no mesmo período de 2021. "Trata-se de um mercado muito relevante e que está em expansão. Na agenda, teremos, além dos showrooms com compradores locais, reuniões pré-agendadas cruzando oferta e demanda dos importadores (*matchmaking*), seminário preparatório sobre o mercado colombiano e evento de relacionamento com a imprensa (Photocall)", conta a analista.

Carla comenta, ainda, que para participar as marcas brasileiras interessadas devem atualizar seus perfis na plataforma [BrazilianFootwear.com](http://BrazilianFootwear.com), pois as informações serão utilizadas para a marcação de reuniões com compradores locais. Cada marca terá a oportunidade de realizar de 5 a 10 encontros marcados via *matchmaking*, com o apoio de um escritório de Relações Públicas local.

Mais informações e inscrições no [link](#).





## BRAZILIAN FOOTWEAR

### RODADAS ON-LINE UNEM MARCAS CALÇADISTAS E COMPRADORES DA AMÉRICA LATINA

Tendência impulsionada pela pandemia de Covid-19 e as consequentes restrições aos encontros físicos, as rodadas on-line entre marcas calçadistas brasileiras e compradores internacionais estão confirmadas para 2022 no escopo do Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações do setor mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil). A primeira ação do ano ocorrerá a partir de maio e envolverá compradores latino-americanos dos mercados da Colômbia, Chile, Peru, Bolívia, Equador e Costa Rica e 34 marcas verde-amarelas.

Realizadas pela primeira vez em 2020, as rodadas com compradores internacionais consistem em reuniões virtuais entre empresas calçadistas brasileiras importadores interessados nos produtos verde-amarelos. Toda a prospecção é feita pela Abicalçados e os agendamentos são personalizados para cada uma das marcas participantes. “No ato de adesão ao projeto, as empresas indicam os mercados de interesse e atualizam seus perfis com informações e imagens dos produtos na plataforma BrazilianFootwear.com, que será utilizada pela equipe para realização do *matchmaking* - cruzamento entre oferta dos participantes e demanda dos compradores”, explica a analista de Promoção Comercial da Abicalçados Carla Giordani. A ação terá um evento exclusivo na plataforma - no site [brazilianfootwear.com](http://brazilianfootwear.com), local que poderá ser acessado por compradores internacionais.

#### Negócios





No primeiro semestre do ano passado, as rodadas com compradores da América Latina geraram mais de US\$ 2 milhões, somando negócios realizados e alinhados durante os encontros. Segundo Carla, as exportações de calçados brasileiros passam por um momento importante de recuperação, sendo o motor principal do crescimento do setor no País. “Existe uma demanda crescente por calçados brasileiros no exterior, especialmente nos Estados Unidos e países da América Latina”, avalia.

Participam das rodadas, com o apoio do Brazilian Footwear, as marcas Activitta, Adrun, Alex Senne, Alliance Shoes, Batatinha, Beira Rio, Beira-mar, BR Sport, Brisa, Capodarte, Dijean, Dok, Du-mond, Floré, Lightgel, Linus, Marana, Marina Mello, Modare, Moleka, Molekinha, Molequinho, Nesk, Opananken, Ortopé, Pampili, Pé com Pé, Perlatto, SandBell, Stir, Tweenie, Vectron, Vitz e Vizzano.

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

# ABINFORMA

Maio 2022 Nº 362 - Ano 32

 abicalcados  
 abicalcadosoficial  
 abicalcados  
 company/abicalcados



**ABICALÇADOS**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS  
INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

[www.abicalcados.com.br](http://www.abicalcados.com.br)