

# ABINFORMA

INFORMATIVO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

JUNHO 2022 | Nº 363 | ANO 32



ESPECIAL



## CADEIA CALÇADISTA CELEBRA PACTO PELA SUSTENTABILIDADE

LER MATÉRIA

## PALAVRA DO PRESIDENTE



### MEIO AMBIENTE EM PAUTA

**Haroldo Ferreira**  
Presidente-executivo da Abicalçados

O mês de junho marca as comemorações do Dia Mundial do Meio Ambiente. Mais do que uma data para celebrar esse que é o nosso maior bem, o dia 5 de junho traz reflexões importantes. A pandemia de Covid-19 impulsionou mudanças econômicas e sociais que certamente nos farão evoluir neste momento de ruptura com os modelos anteriores. Vivemos uma era de alto crescimento tecnológico, de mudanças significativas nos modelos de negócios e nas relações sociais. Mas e o meio ambiente, onde fica?

A responsabilidade com o meio ambiente é uma discussão que se faz urgente. Sem meio ambiente não há vida humana e sem vida humana não existe razão de existir a indústria. Além de ser fundamental para a nossa existência, o cuidado com o meio ambiente traz ganhos imediatos com relação aos negócios. Em relação ao campo econômico, os ganhos dos investimentos em sustentabilidade são fundamentais para a manutenção e ampliação da competitividade, não somente no mercado interno, mas além-fronteiras. Hoje, a empresa que investe em sustentabilidade, além da sua contribuição ambiental, traz credibilidade à marca por meio do compromisso com a natureza.

Uma recente pesquisa do The Business Research Company apontou que a indústria da moda, no mundo, é responsável por cerca de 10% das emissões de gases do efeito estufa, consome quase 80 bilhões de metros cúbicos de água por ano e recicla menos de 1% do que produz. A indústria calçadista brasileira, no entanto, foge dessa estatística, sendo considerada uma das mais sustentáveis do mundo. Conforme levantamento realizado pelo IBGE, o investimento do setor em inovação chega à média anual de R\$ 450 milhões, sendo quase 50% do valor alocado em ações e medidas que visam a menor emissão de CO2, uso de energias renováveis, entre outras ações. O resultado é que hoje a indústria calçadista brasileira é a que menos emite CO2 e que mais utiliza fontes de energia renovável quando comparada à indústria em países produtores de calçados no mundo. Sabemos, no entanto, que existe um caminho a seguir para tornar o setor cada vez mais sustentável. O grupo McKinsey traz outro apontamento importante e que diz respeito à competitividade das indústrias mais sustentáveis. Conforme levantamento do grupo, empresas que investem em medidas sustentáveis obtêm um lucro 60% maior do que as que não investem, além de terem um ROI - retorno sobre investimento -, em média, 18% superior.

Foi visando sensibilizar as indústrias de calçados e seus fornecedores de materiais e insumos - porque acreditamos que, mais do que um produto final sustentável, todo o processo produtivo precisa ser ecologicamente e socialmente responsável -, que a Abicalçados, em parceria com a Assintecal (associação que representa os fornecedores de materiais para a indústria de calçados), criou o Origem Sustentável, único programa do mundo a certificar empresas da cadeia produtiva do calçado nos quesitos de ESG.

Ao longo desta edição do Abinforma, o leitor irá ficar por dentro do que o setor calçadista tem feito pela sustentabilidade, as iniciativas das entidades setoriais, Abicalçados e Assintecal, por meio do Origem Sustentável, para engajar mais e mais empresas na luta por um mundo melhor para se viver, e muito mais.

Boa leitura!



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, Irlvan 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

Danilo 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** CONFIRA NOTÍCIAS SOBRE O SETOR QUE FORAM DESTAQUE NA IMPRENSA

### ESPECIAL

**6** CADEIA CALÇADISTA CELEBRA PACTO PELA SUSTENTABILIDADE

### ABINOTÍCIAS

**12** PRIMEIRA EDIÇÃO DA FEIRA NACIONAL DA INDÚSTRIA CALÇADISTA SERÁ DE 21 A 23 DE NOVEMBRO DE 2023

### ARTIGO DO ESPECIALISTA

**13** SUSTENTABILIDADE NA INDÚSTRIA CALÇADISTA NACIONAL E COMPETITIVIDADE

### ABI ENTREVISTA

**14** DECOLAGEM AUTORIZADA

### ACONTECE NOS POLOS

**16** ELEITA NOVA DIRETORIA DO SINDIFRANCA PARA O TRIÊNIO 2022-2025

### ABINOTÍCIAS

**17** ABICALÇADOS RECEBE NOVAS ASSOCIADAS

### INFORME JURÍDICO

**18** SANCIONADA A LEI Nº 14.366

### BRAZILIAN FOOTWEAR

**19** EXPO RIVA SCHUH DEVE GERAR MAIS DE US\$ 38 MILHÕES PARA CALÇADISTAS

### BRAZILIAN FOOTWEAR

**21** BRAZILIAN FOOTWEAR PROMOVE PARTICIPAÇÃO DE CALÇADISTAS EM FEIRA NORTE-AMERICANA

### BRAZILIAN FOOTWEAR

**22** CALÇADISTAS BRASILEIROS DE MALAS PRONTAS PARA A FRANÇA

### BRAZILIAN FOOTWEAR

**23** PROJETO COM COMPRADOR DO CAZAQUISTÃO DEVE GERAR US\$ 150 MIL PARA CALÇADISTAS

### BRAZILIAN FOOTWEAR

**24** EMBAIXADORES DO BRAZILIAN FOOTWEAR REUNIDOS

### BALANÇA COMERCIAL

**26** EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS SEGUEM EM ELEVAÇÃO

## ABINFORMA

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

Junho 2022 Nº 363 - 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

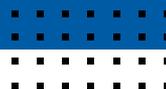
Gabriel Dias | @gabrieldias.ppg

### 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

 abicalcados  
 abicalcadosoficial  
 abicalcados  
 company/abicalcados  
 abicast



**ENTREVISTA COM A COORDENADORA DE INTELIGÊNCIA DE MERCADO DA ABICALÇADOS, PRISCILA LINCK (ÁUDIO)**



**06 DE MAIO DE 2022**  
GAÚCHA FM 93,7 MHZ | ESTÚDIO GAÚCHA

[Ouça aqui](#)

**DEFINIDA EMPRESA QUE VAI ORGANIZAR NOVA FEIRA DA ABICALÇADOS A PARTIR DE 2023**



**09 DE MAIO DE 2022**  
JORNAL NH | GERAL

A NürnbergMesse Brasil é a empresa escolhida para organizar a nova feira do setor calçadista brasileiro que a Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) vai realizar a partir do ano que vem. O contrato foi assinado nesta segunda-feira (9) na sede da Abicalçados, em Novo Hamburgo. João Paulo Pico-lo, presidente da NürnbergMesse Brasil, e Haroldo Fer-reira, presidente-executivo da Abicalçados, assinaram contrato para organização da feira. A NürnbergMesse Brasil é uma subsidiária do Grupo NürnbergMesse, uma das 15 maiores empresas internacionais organiza-doras de eventos do mundo. O portfólio do grupo possui mais de 120 feiras e congressos internacio-nais (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 or-ganizados 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.

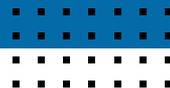
**EXTENSÃO DA PISTA DO AEROPORTO SALGADO FILHO**



**11 DE MAIO DE 2022**  
RBS TV | RBS NOTÍCIAS

[Assista aqui](#)



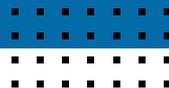


# CADEIA CALÇADISTA CELEBRA PACTO PELA SUSTENTABILIDADE



O programa Origem Sustentável, única certificação mundial de ESG (*Environmental, Social and Governance*) da cadeia calçadista, foi destaque no evento Sustentabilidade na Prática, realizado na noite do dia 7 de junho, no CEI, de Campo Bom/RS. O evento, realizado pela Abicalçados e pela Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal), reuniu nomes de peso do setor, como Alexandre Birman (Arezzo&Co), Rony Meisler (Reserva), Ana Carolina Grings (Piccadilly), Andrea Kohlrausch (Bibi), Roberto Argenta (Beira Rio), Sergio Bocayuva (Usaflex) e Marco Schmitt (Box Print).





Dando as boas-vindas ao público, que lotou as dependências do CEI, o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, e o presidente da Assintecal, Gerson Berwanger, destacaram que a sustentabilidade, nos seus pilares ambiental, econômico, social e cultural, é uma realidade na cadeia calçadista nacional, mas que é preciso comunicar ao mercado. “Por isso a importância de uma certificação de abrangência internacional, que leva em consideração os preceitos mais avançados de ESG no mundo, caso do Origem Sustentável”, destacou Ferreira. Ressaltando a presença do público, que demonstrou a força do segmento, Berwanger fez coro, salientando as vantagens competitivas da certificação em sustentabilidade. “A sustentabilidade, além de ser fundamental para o planeta, traz vantagens competitivas para as empresas”, complementa.

Na sequência, Birman contou o case da Arezzo&Co, grupo que conta com 18 marcas em seu portfólio e que sempre teve a preocupação com sustentabilidade como parte de sua estratégia de desenvolvimento. “As pessoas nos perguntam como praticamos ESG no grupo Arezzo. É muito simples, ESG é cuidar dos colaboradores, buscar informações sobre a sustentabilidade dos fornecedores e adotar medidas que diminuam o impacto ambiental”.

Recentemente adquirida pelo grupo Arezzo, a marca Reserva já nasceu com o conceito de sustentabilidade no DNA. Fundador da empresa, Meisler contou um pouco da história da marca, que foi criada em 2006 para atender a uma demanda da confecção e que hoje já tem mais de 20% de calçados no seu portfólio. “Nunca buscamos reconhecimento, nascemos com o propósito da sustentabilidade muito enraizado. Não tinha a ver com negócio, tinha a ver com a nossa vocação, com os nossos valores”, recordou. Meisler ressaltou que, entre as práticas adotadas, estão premiações bimestrais para funcionários, concessão de licença paternidade e contratação de pessoas da terceira idade. O cuidado com a seleção dos fornecedores, que devem praticar os mesmos princípios da sustentabilidade e de preferência serem brasileiros - hoje 94% da produção da reserva é totalmente nacional - e ações sociais como o IP=5P (a cada peça são complementados cinco refeições para comunidade carente) são outros dois destaques no cotidiano diário da empresa.



*“AS PESSOAS NOS PERGUNTAM COMO PRATICAMOS ESG NO GRUPO AREZZO&CO. É MUITO SIMPLES, ESG É CUIDAR DOS COLABORADORES, BUSCAR INFORMAÇÕES SOBRE A SUSTENTABILIDADE DOS FORNECEDORES E ADOPTAR MEDIDAS QUE DIMINUAM O IMPACTO AMBIENTAL”*

**Alexandre Birman**

Arezzo&Co



*“NUNCA BUSCAMOS RECONHECIMENTO, NASCEMOS COM O PROPÓSITO DA SUSTENTABILIDADE MUITO ENRAIZADO. NÃO TINHA A VER COM NEGÓCIO, TINHA A VER COM A NOSSA VOCAÇÃO, COM OS NOSSOS VALORES”*

**Rony Meisler**

Reserva

**Painel**

Um painel reunindo CEOs das empresas de calçados e componentes certificados no nível mais alto do Origem Sustentável (Diamante) veio na sequência da programação, reunindo Ana Carolina Grings (Piccadilly), Andrea Kohlrausch (Bibi), Roberto Argenta (Beira Rio) e Sergio Bocayuva (Usaflex). Mediados por Marco Schmitt (Box Print), os gestores foram unânimes em destacar a relevância da sustentabilidade para o planeta e, claro, para os negócios. “A sustentabilidade é o SOS da cadeia calçadista. É ela que alavanca negócios e é um diferencial nosso diante dos principais concorrentes no mundo”, disse Schmitt.

Ana Carolina destacou que a Piccadilly sempre adotou princípios de sustentabilidade no seu ambiente produtivo, mas que o Origem Sustentável trouxe, além do reconhecimento das práticas, uma importante visibilidade diante do mercado. “Sustentabilidade é sobre estar no jogo. As empresas que não adotarem medidas na área não conseguirão competir no mercado”, destacou. Andrea acrescentou que a sustentabilidade, assim como era a qualidade nos anos 90, é condição *sine qua non* para manutenção e ampliação da competitividade no mercado interno e internacional.

Para Argenta, as práticas de sustentabilidade consistem em grande atrativo, especialmente no mercado internacional. “Sempre dizemos que a sustentabilidade é um investimento, não é um custo. Agrega valor à empresa e melhora a imagem no mercado”, comentou. Bocayuva, que está no setor desde 2016, quando o grupo que lidera adquiriu Usaflex, destacou que a sustentabilidade é muito bem vista por investidores de todo o mundo. “Quando adquirimos a Usaflex, já existia um trabalho forte de sustentabilidade e isso foi determinante para a nossa decisão”, contou. Para o CEO, a sustentabilidade precisa estar no DNA da empresa, fazer parte de uma história verdadeira que deve ser comunicada ao mercado. “A Usaflex sempre teve uma relação de respeito aos colaboradores e isso ajudou bastante no engajamento da equipe interna na questão da sustentabilidade”, contou.



*“A SUSTENTABILIDADE É O SOS DA CADEIA CALÇADISTA. É ELA QUE ALAVANCA NEGÓCIOS E É UM DIFERENCIAL NOSSO DIANTE DOS PRINCIPAIS CONCORRENTES NO MUNDO”*

**Marco Schmitt**  
Box Print



*“SUSTENTABILIDADE É SOBRE ESTAR NO JOGO. AS EMPRESAS QUE NÃO ADOTAREM MEDIDAS NA ÁREA NÃO CONSEGUIRÃO COMPETIR NO MERCADO”*

**Ana Carolina Grings**  
Piccadilly



*“QUANDO ADQUIRIMOS A USAFLEX, JÁ EXISTIA UM TRABALHO FORTE DE SUSTENTABILIDADE E ISSO FOI DETERMINANTE PARA A NOSSA DECISÃO”*

**Sergio Bocayuva**  
Usaflex

**Fornecedores certificados**

Na Beira Rio, Argenta destacou que os fornecedores são instigados para serem certificados no âmbito do Origem Sustentável. Segundo ele, é preciso que toda a cadeia esteja em sinergia, desde o fornecedor até o produtor final. “O componente é o alicerce da obra, é preciso que ele também seja sustentável”, disse. Atualmente, segundo o empresário, alguns dos principais fornecedores da empresa já são certificados e outros tantos estão em processo de certificação. “Nosso objetivo é, até o ano que vem, ter 50% dos fornecedores certificados”, projetou. Além do trabalho com as empresas de insumos e componentes, Argenta destacou a prática em que 80% das matérias-primas excedentes da produção são reprocessadas, retornando para o ambiente produtivo e em *displays*, *puffs* e demais materiais para os pontos de vendas onde a empresa está presente.

Destacando que a Bibi foi a primeira empresa de calçados infantis a produzir calçados sem nenhuma substância restritiva, uma demanda do mercado internacional, especialmente o europeu, Andrea corrobora a preocupação com os fornecedores. “Há 10 anos realizamos encontros com fornecedores, onde tratamos de desafios, alinhamos as necessidades e premiamos os mais inovadores e sustentáveis. Para nós, essa proximidade é fundamental para ter um produto, de fato, sustentável”, destacou.

**Reciclagem**

Ana Carolina contou que, além de todos os cuidados com os colaboradores, que possuem um ambiente de trabalho saudável, a Piccadilly reciclou, em 2021, mais de 20 toneladas de poliuretano, fazendo-os retornar para a produção, e também lançou a linha de calçados So.Si Ecoar, que utiliza garrafas *pet* para composição dos produtos.

**Pacto**

No final do evento, um momento histórico para a cadeia calçadista brasileira. Foram chamados ao palco empresários e empresárias de todas as 68 indústrias que estão certificadas ou que estão em fase de certificação no programa Origem Sustentável. Foram dezenas de pessoas que ocuparam todo o palco do CEI. “A sustentabilidade é um caminho sem volta e essa demonstração de engajamento e força da cadeia produtiva, do fornecedor dos materiais até o produtor de calçados, nos deixa bastante satisfeitos e confirma que estamos na direção certa rumo a uma produção cada vez mais sustentável”, avaliou Ferreira. Berwanger fez coro ao discurso, destacando o fato histórico e união do setor após anos bastante difíceis em função da pandemia de Covid-19. “Estamos unidos e mais fortes do que nunca”, conclui o dirigente.

O encontro Sustentabilidade na Prática também terá edições especiais nos polos calçadistas de Birigui/SP (26 de julho), Nova Serra/MG (01 de agosto) e Franca/SP (25 de outubro).



*“SEMPRE DIZEMOS QUE A SUSTENTABILIDADE É UM INVESTIMENTO, NÃO É UM CUSTO. AGREGA VALOR À EMPRESA E MELHORA A IMAGEM NO MERCADO”*

**Roberto Argenta**

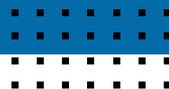
Beira Rio



*“HÁ 10 ANOS REALIZAMOS ENCONTROS COM FORNECEDORES, ONDE TRATAMOS DE DESAFIOS, ALINHAMOS AS NECESSIDADES E PREMIAMOS OS MAIS INOVADORES E SUSTENTÁVEIS. PARA NÓS, ESSA PROXIMIDADE É FUNDAMENTAL PARA TER UM PRODUTO, DE FATO, SUSTENTÁVEL”*

**Andrea Kohlrausch**

Bibi



**Uso de energias renováveis são destaque na Grendene**

Respondendo por um quinto dos calçados produzidos no Brasil, a Grendene é uma das gigantes que estão aderindo ao programa Origem Sustentável. Com mais de 50 anos de atuação, a indústria, que emprega aproximadamente 18 mil colaboradores no País, iniciou a sua jornada de sustentabilidade em 2011. O gerente da Divisão de Desenvolvimento Sustentável da empresa, Carlos André Carvalho, destaca que naquele ano foram criadas diretrizes para uma produção mais sustentável. Dez anos depois, o consumo de água na calçadista reduziu 20% e o mesmo ocorreu com o consumo mais consciente de energia elétrica, hoje 100% renovável e com origem rastreada por meio da certificação I-REC (Renewable Energy Certificate). A empresa também passou a reciclar e reaproveitar matérias-primas. “O resultado foi que hoje produzimos com uma das menores pegada de carbono do mercado de calçados. Enquanto um calçado, em média, gera 6kg de pegada, nosso produto gera 1kg. Além disso, recentemente criamos uma linha da Rider que gera entre 100g e 300g de pegada de carbono equivalente por par de calçado”, conta.

Para Carvalho, a adesão ao Origem Sustentável foi um processo natural na busca pela melhor comunicação da sustentabilidade produtiva ao mercado nacional e internacional. “A certificação nos traz oportunidades de redução de desperdícios por meio de melhorias na gestão da sustentabilidade, agregando também valor à empresa e ao produto”, avalia o gerente.

**Sustentabilidade ganha força na Calçados Ala**

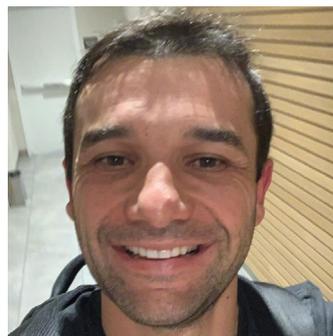
Outra empresa em processo de certificação é a Calçados Ala. A fabricante de calçados femininos, que emprega 700 colaboradores, recicla todo o papelão utilizado na produção e aboliu o uso de copos plásticos no ambiente fabril. Em cinco anos, segundo o diretor da empresa, foram poupados mais de 6 milhões de copos plásticos. Em termos de produtos, a calçadista lançou, em julho de 2020, a coleção Zatz Eco, produzida com cabedal 100% em *knit* desenvolvido com garrafas *pet*. “São oito garrafas *pet* por par, garrafas que seriam descartadas. Já comercializamos mais de 30 mil pares, o que equivale a 240 mil garrafas”, conta o diretor. Santos ressalta que o solado é de PVC expandido produzido com palha de arroz, o que concede ainda mais apelo de sustentabilidade ao produto.

Segundo o empresário, a adesão ao Origem Sustentável corrobora a preocupação da empresa, que vem em evolução no quesito sustentabilidade. “Para a coleção de Verão, a meta é produzir ainda mais linhas com apelo sustentável. Vejo, principalmente, o mercado internacional, que absorve 30% da nossa produção, mais preocupado com sustentabilidade. A adoção de produtos e produção mais sustentáveis é um foco constante da Ala e que, além de ajudar a preservação ambiental, traz maior competitividade para os negócios”, avalia Santos.



*“A CERTIFICAÇÃO NOS TRAZ OPORTUNIDADES DE REDUÇÃO DE DESPERDÍCIOS POR MEIO DE MELHORIAS NA GESTÃO DA SUSTENTABILIDADE, AGREGANDO TAMBÉM VALOR À EMPRESA E AO PRODUTO”*

**Carlos André Carvalho**  
Grendene



*“A ADOÇÃO DE PRODUTOS E PRODUÇÃO MAIS SUSTENTÁVEIS É UM FOCO CONSTANTE DA ALA E QUE, ALÉM DE AJUDAR A PRESERVAÇÃO AMBIENTAL, TRAZ MAIOR COMPETITIVIDADE PARA OS NEGÓCIOS”*

**Jonatha Santos**  
Calçados Ala

**Origem Sustentável é um “guia de sustentabilidade” para a Klin**

Posicionada entre as principais fabricantes de calçados infantis no Brasil, a Klin também aposta em uma produção mais sustentável, não somente no pilar ambiental, mas social, econômico e cultural. Com mais de 2,2 mil colaboradores, a empresa faz da sustentabilidade uma cultura desde sua fundação há 39 anos. Fabiana Zancan, gestora de Pessoas da Klin, conta que a produção sempre teve como premissa proporcionar um “caminhar saudável” para os pequenos, mas que o foco na sustentabilidade voltada para o produto iniciou há alguns anos quando a empresa criou a linha Eco Klin, com calçados 100% livres de substâncias restritas e produzidos com resíduos do processo produtivo. “Hoje, 100% dos solados são desenvolvidos com sobras da produção”, conta Fabiana, ressaltando que os calçados ainda vêm com sementes para que as crianças tenham contato mais próximo com a natureza.

Fabiana ressalta que a adesão da empresa ao Origem Sustentável é uma forma de tangibilizar e consolidar o que a empresa já faz pela sustentabilidade. “A sustentabilidade sempre esteve no nosso DNA. A adesão vai permitir, além de uma melhor gestão, pois serve também como um guia para a sustentabilidade, a comunicação disso ao mercado”, conclui a gestora.



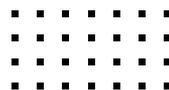
*“A ADESÃO VAI PERMITIR, ALÉM DE UMA MELHOR GESTÃO, POIS SERVE TAMBÉM COMO UM GUIA PARA A SUSTENTABILIDADE, A COMUNICAÇÃO DISSO AO MERCADO”*

**Fabiana Zancan**  
Klin

**SOBRE O ORIGEM SUSTENTÁVEL**



O Origem Sustentável é a única certificação no mundo voltada para as empresas da cadeia 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 e segue indicadores de cinco dimensões: econômica, ambiental, social, cultural e gestão da sustentabilidade. Saiba mais em: [origemsustentavel.org.br](http://origemsustentavel.org.br).



## PRIMEIRA EDIÇÃO DA FEIRA NACIONAL DA INDÚSTRIA CALÇADISTA SERÁ DE 21 A 23 DE NOVEMBRO DE 2023

A primeira edição da feira nacional da indústria calçadista já tem data marcada. Promovida pela Abicalçados e organizada pela NürnbergMesse Brasil com o objetivo de otimizar a dinâmica das feiras brasileiras, a mostra ocorrerá entre os dias 21 e 23 de novembro de 2023, no Centro de Eventos da Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul (Fiergs). O lançamento oficial da feira, com informações detalhadas, ocorrerá nos principais polos calçadistas brasileiros (veja no box abaixo).

Segundo o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, a data foi uma demanda do mercado. “Não somente as datas serão decididas com o engajamento dos empresários, como toda a estratégia da feira. Buscamos, acima de tudo, a unidade da indústria calçadista nacional. É uma feira que nasce dos empresários para os empresários”, avalia o executivo, ressaltando que serão sempre dois eventos por ano, no primeiro semestre lançando as coleções da temporada Primavera-Verão, e no segundo as novidades de Outono-Inverno.

### Sobre a NürnbergMesse Brasil

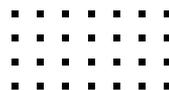
A NürnbergMesse Brasil é uma subsidiária do Grupo NürnbergMesse, uma das 15 maiores empresas internacionais organizadoras de eventos do mundo. O portfólio do grupo possui mais de 120 feiras e congressos internacionais (14 deles no Brasil) e mais de 40 pavilhões. Anualmente, cerca de 30 mil expositores 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.

Confira [aqui](#) o teaser da nova feira nacional do setor.

### LANÇAMENTO OFICIAL NOS POLOS

- **12/07** - Novo Hamburgo/RS
- **14/07** - São João Batista/SC
- **21/07** - Nova Serrana/MG
- **26/07** - Birigui/SP
- **27/07** - Franca/SP
- **27/07** - Jaú/SP

Mais informações: [leticia@abicalcados.com.br](mailto:leticia@abicalcados.com.br)





## SUSTENTABILIDADE NA INDÚSTRIA CALÇADISTA NACIONAL E COMPETITIVIDADE

**Lucas Fiuza**

Diretor de Negócios da ApexBrasil

O Brasil é literalmente um gigante da indústria calçadista global. Está entre os cinco maiores produtores, empregando diretamente mais de 280 mil pessoas e produzindo anualmente mais de 800 milhões de pares. Resultados expressivos em uma trajetória centenária da indústria, que conta hoje com mais de cinco mil empresas no setor.

Apesar de o consumo interno absorver aproximadamente 85% da produção, demonstrando um mercado interno pujante, o Brasil exporta há mais de 50 anos e nossos calçados alcançam mais de 170 países. O mercado internacional tem muito potencial para crescimento, e nossos concorrentes sabem disso.

Sabem que nossa competitividade está vivendo um ciclo virtuoso, com a mudança de política econômica sendo aplicada no País desde 2019 e que aponta para uma economia de mercado ante o modelo de planificação centralizada que fomos habituados a viver. Contudo, há um diferencial que chama atenção nesse avanço de competitividade: a atitude visionária dos empreendedores brasileiros, que foi além da busca empresarial pelo melhor design e qualidade com o menor custo, entendendo desde o início o valor da sustentabilidade em todo o processo e como isso agrega valor.

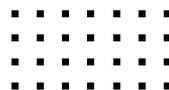
Atualmente, o mercado exige a aplicação das melhores práticas para se conquistar fatias maiores de *market share*. Entretanto, a verdade precisa ser exposta de forma clara para que essa condição não seja utilizada como argumento de contenção dos produtores cuja competitividade avança a passos largos, o caso do Brasil. Estamos vendo esse tipo de argumento (além do clássico protecionismo) sendo utilizado com frequência contra vários setores, mas no caso do setor calçadista o Brasil é exemplo e merece ser reconhecido.

Somos pioneiros em nível mundial no que toca à criação de certificação de sustentabilidade destinada especificamente para a cadeia calçadista. Faz dez anos que demos início a essa imensa conscientização que vemos hoje. Estamos na vanguarda e nossos empreendedores embarcaram, investiram com convicção e perceberam que esse era o caminho a ser trilhado. Mais do que acertado, a origem sustentável de nossos produtos é rastreada com método e critérios profissionais que realmente garantem a procedência dos produtos e processos.

A ApexBrasil tem contribuído para a indústria em parceria com Abicalçados e a Assintecal para, além da realização de ações promocionais tradicionais, trabalhar a imagem do setor por meio da disseminação da veracidade dos fatos, dando ênfase no compromisso com a sustentabilidade ambiental em equilíbrio com o desenvolvimento humano.

A posição avançada do programa Origem Sustentável, com um histórico de quase uma década, nos mostra que a cultura sustentável foi absorvida por nossos empreendedores, que buscam de forma contínua materiais e processos melhores, possuem a menor emissão de carbono entre os principais mercados internacionais do setor, utilizam majoritariamente energia renovável e respeitam seus colaboradores, que trabalham em condições consideravelmente melhores ao compararmos com alguns de nossos concorrentes.

A sustentabilidade é o caminho para mais espaço no mercado internacional e estamos fazendo bem esse dever de casa. Agora nosso maior desafio é mostrar isso ao mundo para que o reconhecimento venha de forma justa, e a Apex Brasil sempre estará ao lado do empreendedor brasileiro nessa jornada pela verdade e a prosperidade.



## DECOLAGEM AUTORIZADA

Assim como muitas indústrias brasileiras de calçados, a Mariotta, de Jaú/SP, está se preparando para alçar voos novamente, após dois anos difíceis de pandemia de Covid-19. Nesta edição do Abinforma, conversamos com Giovanna Mott, diretora administrativa da empresa jauense, que avaliou o mercado de calçados no Brasil e traçou projeções otimistas para 2022. Decolagem autorizada!



### **Abinforma – Como você iniciou a carreira no setor calçadista?**

**Giovanna Mott** – Sou psicóloga de formação e trabalhei por quase 13 anos em um banco em São Paulo. Como sou parte da segunda geração da família que fundou e comanda a empresa, em determinado momento fui chamada para o desafio de assumir a diretoria administrativa e financeira aqui em Jaú. Isso há 12 anos. Nesse período acabei fazendo MBA em Administração de Empresas e pós-graduação em Gestão Financeira. Fui aprendendo, me aperfeiçoando no segmento e criando laços fortes com a atividade.

### **Abinforma – São atividades bem diferentes. De psicóloga e bancária à diretora de fábrica de calçados. Como foi essa adaptação?**

**Giovanna** – Antes de vir, achava que teria alguma dificuldade. No banco, tínhamos uma rotina bastante dinâmica, a qual não imaginei encontrar no setor calçadista. Mas foi muito pelo contrário. O setor é bastante dinâmico e exige um bom planejamento estratégico, especialmente considerando o modelo *fast fashion*, em que trabalhamos com seis, sete coleções por ano, e nos traz enormes desafios em termos de gestão e produção industrial.

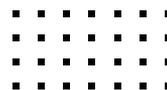
### **Abinforma – Qual é a produção da Mariotta?**

**Giovanna** – Hoje produzimos mais de 110 mil pares por mês, sendo que 15% desses são enviados para o mercado internacional, principalmente para países da América Latina.

### **Abinforma – Como a empresa passou o momento difícil da pandemia de Covid-19?**

**Giovanna** – A indústria calçadista, como um todo, foi muito afetada pela pandemia de Covid-19. Depois de uma queda de mais de 30% na produção em 2020, passamos a ter uma recuperação de volumes mais consolidada somente a partir do segundo semestre do ano passado, porém sem conseguir recuperar todas as perdas. Em 2022, especialmente no segundo semestre, estamos otimistas para ultrapassar os números de 2019.

*“O SETOR É BASTANTE DINÂMICO E EXIGE UM BOM PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO, ESPECIALMENTE CONSIDERANDO O MODELO FAST FASHION, EM QUE TRABALHAMOS COM SEIS, SETE COLEÇÕES POR ANO, E NOS TRAZ ENORMES DESAFIOS EM TERMOS DE GESTÃO E PRODUÇÃO INDUSTRIAL.”*

**Abinforma - Em 2022, a Mariotta espera crescer quanto em relação à pré-pandemia?**

**Giovanna** - Tivemos um Dia das Mães muito bom no varejo de calçados. Acreditamos que o nível será mantido ao longo do segundo semestre, encerrando o ano com incremento de 10% no faturamento sobre 2019. Existem desafios, especialmente com relação ao mercado doméstico, que em função da inflação elevada e juros altos deve ter um consumo mais lento, porém constante.

*“TIVEMOS UM DIA DAS MÃES MUITO BOM NO VAREJO DE CALÇADOS. ACREDITAMOS QUE O NÍVEL SERÁ MANTIDO AO LONGO DO SEGUNDO SEMESTRE, ENCERRANDO O ANO COM INCREMENTO DE 10% NO FATURAMENTO SOBRE 2019. EXISTEM DESAFIOS, ESPECIALMENTE COM RELAÇÃO AO MERCADO DOMÉSTICO, QUE EM FUNÇÃO DA INFLAÇÃO ELEVADA E JUROS ALTOS DEVE TER UM CONSUMO MAIS LENTO, PORÉM CONSTANTE.”*

**Abinforma - Qual o papel das exportações nessa recuperação?**

**Giovanna** - As exportações foram - e são - muito importantes para a Mariotta, tanto que, durante a pandemia, aumentamos a fatia de embarques de 10% para 15% da produção. Neste período, quando tivemos grandes dificuldades no mercado interno com os fechamentos, conseguimos manter volumes importantes para o exterior. Os clientes *private label* (redes com marca própria) também foram fundamentais para essa recuperação. O mercado doméstico sempre foi nosso principal canal de vendas, porém, foi muito comprometido com todas as restrições. Somente agora os clientes estão se recuperando com mais força.

**Abinforma - A pandemia trouxe muitos desafios para o setor calçadista, especialmente no que diz respeito aos modelos de negócios. Como foi esse processo na Mariotta?**

**Giovanna** - Estar no ponto de venda físico segue sendo fundamental para a Mariotta, mas os canais on-line ganharam mais força. Foi durante a pandemia que intensificamos o comércio eletrônico B2B (com os lojistas) e demos um impulso no e-commerce direto com o consumidor. São canais que estão em crescimento e estamos sempre atentos e buscando as atualizações necessárias.

**Abinforma - Na sua opinião, quais são os principais desafios para a indústria calçadista brasileira?**

**Giovanna** - São muitos, mas destacaria a escassez de mão de obra, que estamos tentando solucionar com o lançamento de um programa de treinamento interno executado pelos próprios líderes e gestores da empresa. Além disso, neste momento se faz necessário um olhar atento ao planejamento antecipado de toda cadeia de suprimentos.

**Abinforma - Além dos calçados femininos produzidos a partir de laminados sintéticos, a Mariotta lançou uma marca de produtos de couro. Como foi a receptividade do mercado?**

**Giovanna** - Lançamos a linha MTTA, de calçados de couro, buscando explorar um nicho de consumo diferente. A recepção do mercado está sendo muito boa e, em breve, devemos aumentar a atual produção de 4 mil pares mensais, alcançando uma fatia maior do portfólio da Mariotta.

## ELEITA NOVA DIRETORIA DO SINDIFRANCA PARA O TRIÊNIO 2022-2025

Foi eleita, no último dia 9 de junho, a nova direção do Sindicato da Indústria de Calçados de Franca (Sindifranca) para o triênio 2022-2025. Na ocasião, o atual presidente da entidade, José Carlos Brigagão do Couto, foi reeleito para continuar à frente do sindicato.



### CONSELHO DIRETOR:

#### PRESIDENTE:

JOSÉ CARLOS BRIGAGÃO DO COUTO

#### CONSELHEIROS:

CARLOS ROBERTO DE PAULA  
PAULO CÉSAR PEREIRA COSTA  
JOSÉ JOAQUIM CAMILO DE MENDONÇA  
RAFAEL HIGINO LEAL  
JOSÉ ROSA JACOMETE  
JAMIL CÉSAR DAVI  
SÍLVIO CINTRA  
JÚLIO CESAR MONTEIRO JACOMETI  
GIULIANO SPINELI GERA  
MAURO APARECIDO ALVES TAVEIRA  
ALAN CARLOS GRESPI MARCONDES  
CARLOS ANTÔNIO BARBOSA CORTEZ  
MARIA JOSÉ BORGES DE PAULA

## INSCRIÇÕES GRATUITAS E ABERTAS PARA O INSPIRAMAIS

Estão abertas as inscrições para o evento mais aguardado da moda em componentes e insumos para os setores de calçados, móveis, bijuterias e confecções. A 26ª edição do INSPIRAMAIS, salão que apresentará mais de mil materiais inovadores e sustentáveis entre os dias 19 e 20 de julho, no Centro de Eventos da Fiergs, em Porto Alegre/RS, tem inscrições gratuitas para profissionais da moda no [link](#). A realização do salão é da Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal), em conjunto com o Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil (CICB), Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecções (Abit), Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário (Abimóvel) e Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil).

A superintendente da Assintecal, Silvana Dilly, conta que são esperados mais de sete mil visitantes nos dois dias de evento, compradores nacionais e internacionais, além de profissionais da moda, que terão a oportunidade de gerar conexões relevantes com o que há de mais inovador na indústria de componentes para calçados, especialmente no que diz respeito à gestão e sustentabilidade. Segundo Silvana, o conceito da sustentabilidade estará presente na extensa programação de palestras com especialistas na área, que será divulgada em breve.

Acompanhe as divulgações no site [inspiramais.com.br](http://inspiramais.com.br)

## ABICALÇADOS RECEBE NOVAS ASSOCIADAS

O bom momento do setor calçadista brasileiro, especialmente no que diz respeito às exportações, vem despertando o interesse das empresas no fortalecimento dos negócios por meio do associativismo. Nos meses de abril e maio, mais quatro indústrias entraram para o rol de associados da Abicalçados.

Uma delas é a QGK Outdoor, de Limeira/SP. O objetivo da empresa, que está no mercado esportivo (*outdoor*) desde 2008, é impulsionar o segmento de vestuário e calçados, produtos que entraram para o portfólio da marca em 2015. “Na sua fundação, a QGK Outdoor tinha o objetivo de atender o segmento de tiro esportivo desenvolvendo carabinas de pressão e armas de *airsoft*. Buscando sempre a diversificação, lançamos nossa linha de vestuário e calçados”, explica o diretor Paulo Leonardo Caetano. Segundo ele, todos os produtos do segmento são pensados para atividades ao ar livre, com qualidade e conforto, sendo que o objetivo da associação à Abicalçados é desenvolver ainda mais esse segmento, especialmente com o aumento das exportações de calçados. “Desenhemos nossas coleções para quem tem destino, alma e a essência *outdoor*”, destaca. Conheça a empresa no site [gqk.com.br](http://gqk.com.br).

Parte do grupo Alliance Shoes, organizado pelo Sindicato das Indústria de Calçados e Vestuário de Birigui/SP (Sinbi), a Lig Lé Baby é outra empresa que buscou a associação com o objetivo de desenvolver os negócios e incrementar as exportações de calçados. No mercado desde 2006, a indústria de calçados infantis biriguiense preza pela excelência em produtos que atendem crianças desde os seus primeiros anos. Para o diretor da empresa, Elem Martins, o desenvolvimento a partir da parceria com a Abicalçados irá possibilitar o incremento dos negócios tanto no mercado interno quanto internacional. “Neste primeiro momento, o nosso objetivo é participar da feira italiana Expo Riva Schuh com os benefícios do Brazilian Footwear”, conta o empresário. Conheça a empresa no site [ligle.com.br](http://ligle.com.br).

Do segmento de chinelos produzidos com qualidade, criatividade e inovação, atributos que já colocaram seus produtos em lojas de Portugal, Itália e Argentina, a Arte Chinelos, de Tucano/BA, quer ampliar ainda mais a presença internacional por meio das ações do Brazilian Footwear. Criada em 2015, a indústria produz chinelos com estampas diferenciadas e alto padrão de qualidade. “Prezamos por matérias-primas - EVA, SBR e Borracha microporosa - que estejam dentro do mais alto padrão de qualidade e conforto, visando atender um mercado crescente e exigente”, ressalta o diretor Anderson Farias de Jesus. Conheça a empresa no site [artechinelosatacado.com.br](http://artechinelosatacado.com.br).

Produzindo calçados femininos em laminados sintéticos de alta qualidade, a Fofiori, de Nova Serrana/MG, busca, por meio da associação à Abicalçados, ampliar suas exportações, que já tem destinos como Argentina, França, Equador e Costa Rica. A especialidade da fábrica, conforme o presidente Frederico de Azevedo Pereira, é a fabricação no modelo *private label* - com a marca do cliente. Mais informações no Instagram [instagram.com/rhp\\_ind](https://www.instagram.com/rhp_ind).

### Associativismo

Fundada em 1983, a Abicalçados conta, em seu quadro de associados, com empresas de todos os portes e que respondem por mais de 65% da produção nacional do setor - de mais de 800 milhões de pares. A entidade tem como objetivo auxiliar no desenvolvimento da atividade, tendo o Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações de calçados mantido em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), como seu braço internacional. Saiba mais sobre a entidade em [abicalcados.com.br](http://abicalcados.com.br).



## SANCIONADA A LEI Nº 14.366

**Suély Mühl**

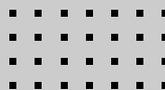
Coordenadora Jurídica  
suely@abicalcados.com.br

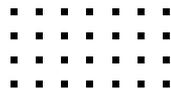
Após intensa mobilização da Abicalcados informamos que foi sancionada nesta quarta-feira (8/6) a [Lei nº 14.366](#), que permite a prorrogação excepcional, por mais um ano, dos prazos para que os exportadores brasileiros realizem operações relacionadas aos regimes de *drawback* (regime aduaneiro especial que permite a suspensão ou eliminação de tributos incidentes na aquisição de insumos empregados na industrialização de produtos exportados).

A extensão de prazo autorizada pela nova lei foi originalmente apresentada pelo governo federal por meio da [Medida Provisória nº 1.079](#), de 14 de dezembro de 2021, e abrange tanto os atos concessórios de *drawback* com vencimento em 2021 como aqueles com validade até 2022.

Para contar com o benefício - que abrange tributos como Imposto de Importação, Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), PIS e Cofins -, a empresa precisa se habilitar na Secretaria de Comércio Exterior do Ministério da Economia, responsável pela concessão do *drawback*, que define um prazo para a exportação ser efetivada, sob pena de pagamento dos tributos devidos.

A proposição também determina que a partir de 1º de janeiro de 2023 serão isentas do pagamento do Adicional ao Frete para a Renovação da Marinha Mercante (AFRMM) as cargas com mercadorias importadas sob o regime de *drawback*.





## EXPO RIVA SCHUH DEVE GERAR MAIS DE US\$ 38 MILHÕES PARA CALÇADISTAS

O bom momento das exportações de calçados brasileiros segue refletindo positivamente nas participações em eventos internacionais. Na mais recente edição da feira italiana Expo Riva Schuh, realizada em Riva del Garda entre os dias 11 e 14 de junho, 51 marcas brasileiras comercializaram, in loco, 965,5 mil pares, que geraram mais de US\$ 10 milhões. Somando as expectativas em negócios que ficaram alinhavados na feira, o número salta para 2,86 milhões de pares e US\$ 38,6 milhões. A participação verde-amarela foi promovida pelo Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações de calçados mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil).

A gestora de Projetos da Abicalçados, Letícia Sperb Masselli, destaca que a participação recorde de marcas brasileiras na mostra italiana foi especial, marcando o recorde em negócios gerados desde o início das participações nacionais. “Na mais recente participação brasileira na edição de junho, que já havia sido muito boa, foram comercializados 712 mil pares, 250 mil pares a menos do que na edição atual”, compara. Segundo a gestora, durante o evento foram mais de 860 contatos com grandes *players* do mercado, especialmente da Europa e Oriente Médio, registro 25% superior ao da última edição.

### Expositores

As empresas expositoras foram unânimes na avaliação do evento. Um dos representantes satisfeitos é Paulo Henrique Figueiredo, gerente de Mercado Externo da Levecomfort. “Estamos voltando muito contentes com os resultados. Conseguimos fazer a manutenção do mercado e principalmente abrimos novos contatos importantes. Além disso, tivemos a visita de alguns clientes relevantes que estavam mais distantes e retornaram”, avalia o gerente, ressaltando que, além dos negócios in loco, ficaram alinhavados outros tantos. “Nos próximos dias enviaremos amostras e esperamos confirmar mais pedidos em breve”, projeta Figueiredo.

O gestor de exportações da Kidy, Carlos Passarini, destaca que o evento oportunizou a retomada de clientes que estavam mais afastados e que voltaram a comprar da marca. “A feira foi uma grande surpresa positiva. Não somente a visitação, mas os negócios superaram nossas expectativas”, comenta Passarini, acrescentando que foram mais de 50 visitantes relevantes nos quatro dias do evento. “É uma feira fundamental para negócios e também para posicionamento de marca”, conclui o gestor.

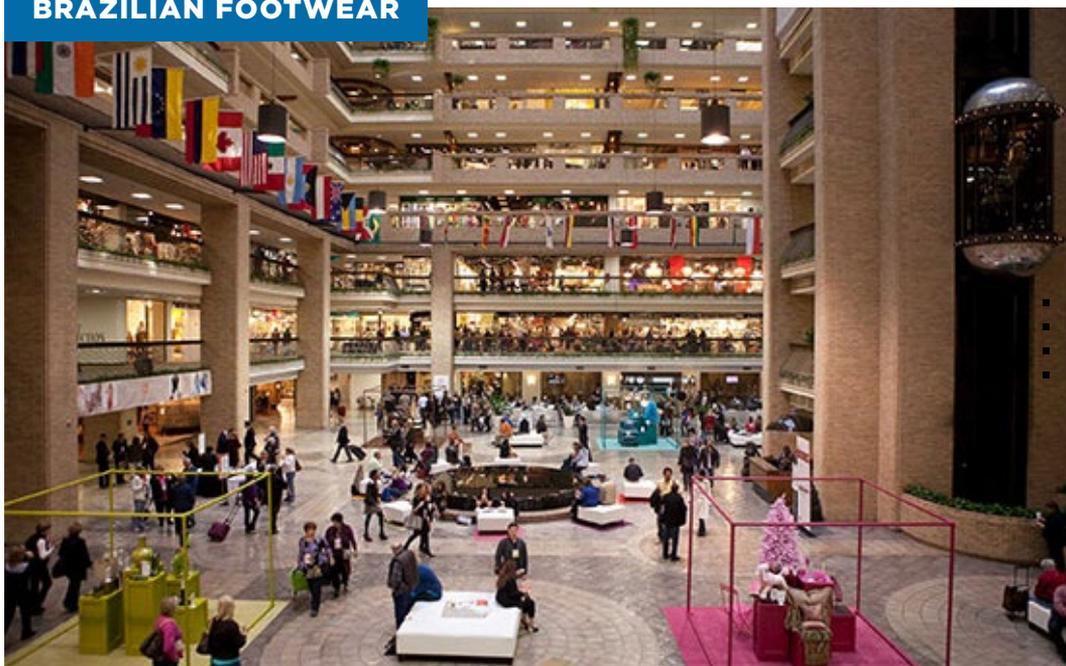
### Design expresso

A marca brasileira Awana, especializada no atendimento de grandes volumes e em *private label* - venda com marca do cliente - criou um espaço para desenvolvimento de modelos in loco. Para isso, além de representante do departamento comercial, a empresa levou dois designers para realizar os desenvolvimentos de acordo com o gosto do cliente. “Alguns dos nossos principais clientes internacionais vêm sempre para a Expo Riva Schuh. Aqui é sempre a oportunidade ideal para mostrar as coleções. Durante a feira, também oportunizamos que os compradores realizassem desenvolvimento que julgassem necessários com o apoio dos nossos designers”, conta Milton Moller, do departamento de Desenvolvimento de Produto da marca. “Foram, pelo menos, cinco relevantes novos contatos, com grande potencial de negócios”, comenta.

### Pré-feira

Gestor da marca Boaonda, Cássio Romani, avalia que a feira foi especial, mas que foi potencializada por um trabalho prévio importante, com agendamentos com compradores habituais e prospects. “Conseguimos atender a agenda e ainda abrimos novos clientes, foram quatro dias bem movimentados”, comenta, ressaltando a importância da participação e de se fazer o “dever de casa”.

Participaram da Expo Riva Schuh, com o apoio do Brazilian Footwear, as marcas ADG Export, Awana, GVD International, Usaflex, Carrano, Stéphanie Classic, Andacco, Beira Rio, Vizzano, Moleca, Modare Ultraconforto, Molekinha, Molequinho, Actvitta, BR Sport, Madeira Brasil, Werner, Pegada, Capelli Rossi, Jorge Bischoff, Loucos & Santos, Democrata, Piccadilly, Anatomic Shoes, Cartago, Grendha, Copacabana, Azaleia, Grendene Kids, Kidy, Suzana Santos, Renata Mello, Azillê, Pampili, Ramarim, Comfortflex, Levecomfort, Leveterapia, Cristofoli, Adrun, Cecconello, Alex Senne, CCR Shoes, Boaonda, Bibi, Ortopé, Dok, Dijean, Vectron, All'us Footwear e Alliance Shoes.



## **BRAZILIAN FOOTWEAR PROMOVE PARTICIPAÇÃO DE CALÇADISTAS EM FEIRA NORTE-AMERICANA**

O Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações de calçados mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), promove, entre os dias 14 e 17 de junho, a participação de três marcas verde-amarelas na feira Dallas Apparel & Accessories Market. O evento, que acontece na cidade de Dallas, nos Estados Unidos, é considerado estratégico, pois além da geração de negócios com compradores da região, promove a imagem do produto nacional em um dos mercados mais concorridos do mundo.

A analista de Promoção Comercial da Abicalçados Paola Pontin, destaca que o mercado norte-americano vem aumentando suas importações de produtos brasileiros. Desde 2016, quando iniciou a guerra comercial entre Estados Unidos e China, os compradores estadunidenses têm substituído, gradativamente, o consumo de calçados chineses por outros países. “Neste contexto, a indústria calçadista brasileira se mostra como uma opção sustentável e de qualidade”, frisa a analista, ressaltando que o Brasil possui a maior estrutura produtiva de calçados fora da Ásia.

### **Mercado**

Entre janeiro e abril deste ano, as exportações de calçados brasileiros para os Estados Unidos aumentaram acima da média geral. Dados elaborados pela Abicalçados apontam que, no quadrimestre, foram embarcados ao exterior 53,72 milhões de pares, pelos quais foram pagos US\$ 434,65 milhões, incrementos tanto em volume (+32,6%) quanto em receita (+68,2) na relação com o mesmo período do ano passado. As exportações para os Estados Unidos, principal destino do calçado brasileiro no exterior, foram determinantes para a performance positiva. No acumulado dos quatro meses do ano, as exportações do setor para o mercado norte-americano aumentaram 100% em volume e 122,7% em receita (para 8,52 milhões de pares e US\$ 119,3 milhões).

Participam da Dallas Apparel & Accessories Market, com o apoio do Brazilian Footwear, as marcas Pegada, Petite Jolie e Schutz.



**BRAZILIAN FOOTWEAR**

## **CALÇADISTAS BRASILEIROS DE MALAS PRONTAS PARA A FRANÇA**

Terceiro principal destino do calçado brasileiro no exterior, a França será palco para um projeto inédito do Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações de calçados mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil). O Projeto Vendedor França, que ocorre entre 20 e 24 de junho, levará dez marcas brasileiras para participar de rodadas de negócios in loco, diretamente nos escritórios dos compradores locais.

A analista de Promoção Comercial da Abicalçados Paola Pontin, destaca que as exportações de calçados brasileiros para a França vêm em crescimento nos últimos anos. “Hoje, a França responde por 7% do total das vendas de calçados brasileiros no exterior. É o principal destino na Europa e funciona como um promotor da imagem do nosso produto no exterior, visto que a moda mundial tem os olhos voltados para lá”, avalia Paola. A analista explica que as reuniões foram - e estão sendo - marcadas por meio de uma consultoria local, que cruza as demandas dos compradores franceses com as ofertas dos calçadistas participantes da ação. “Trata-se de uma ação bastante assertiva, que otimiza a geração de negócios e conexões”, acrescenta Paola.

### **Mercado**

Com crescimento menor do que o registrado pelos dois primeiros destinos do calçado brasileiro no exterior, a França aparece no terceiro posto entre os importadores do setor calçadista nacional. No quadrimestre, as exportações de calçados para o mercado francês somaram 3,68 milhões de pares, que geraram US\$ 25,53 milhões, incrementos de 33,4% em volume e de 31% em dólares na relação com igual período do ano passado.

Participam da ação, com o apoio do Brazilian Footwear, as marcas Anatomic & Co, CCR Shoes, Democrata, Kidy, Luiza Barcelos, Mar & Cor, Moema, Opananken, Petite Jolie e QGK.

## **PROJETO COM COMPRADOR DO CAZAQUISTÃO DEVE GERAR US\$ 150 MIL PARA CALÇADISTAS**

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), promoveu, entre os dias 23 e 27 de maio, mais uma edição do Projeto Comprador VIP. Na oportunidade, foi trazido para o Brasil um importador do grupo Orchestra, que possui 14 lojas Orchestra e duas 7Life no Cazaquistão.

A agenda contou com visitas a fabricantes de calçados femininos e infantis do Rio Grande do Sul, quando o comprador esteve no Salão Internacional do Couro e Calçado (Sicc), em Gramado/RS, e a calçadistas de Birigui/SP, todas elas participantes do Brazilian Footwear e pré-selecionadas pelo próprio importador.

Buscando calçados infantis e tênis femininos casuais com apelo de moda, o diretor comercial da empresa, Vladimir Lissitskiy, se disse impressionado com as marcas brasileiras, especialmente com a tecnologia das fábricas de calçados infantis que visitou. No total, foram reportados US\$ 150 mil em negócios para os próximos 12 meses. Participaram da ação as marcas Petite Jolie, Beira Rio, Modare Ultraconforto, Molekinha, Molequinho, Actvitta, BR Sport, Pegada, Novopé, Sweet Chic, Lynd, Stir Calçados, Kids & Baby, Polo Go, Diversão, Pink Cats, Itapuã, Mini Sua Cia, Lia Line, Bibi, Dok, Ortopé, Pé com Pé, Sapateamo, Xuá Xuá, Kidy, Klin, World Colors, Pekilili, Wob, Alliance Shoes, Pampili, Marina Mello e Smidt Shoes.

Entre os dias 20 e 24 de junho, outro importante comprador, desta vez da Rússia, vem ao Brasil por meio do Projeto Comprador VIP, nesta oportunidade realizado pelo Brazilian Footwear em parceria com o escritório da ApexBrasil em Moscou. O grupo Econika, que conta com 150 lojas na Rússia, vem ao Rio Grande do Sul em busca de calçados femininos casuais e esportivos, que sejam desenvolvidos com couro e material têxtil e que tenham produção sustentável, tendência que ganha força naquele país. A expectativa do grupo é a compra inicial de mais de 50 mil pares de calçados brasileiros.





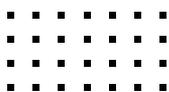
## EMBAIXADORES DO BRAZILIAN FOOTWEAR REUNIDOS

A sede da Abicalçados, em Novo Hamburgo/RS, foi palco para a realização da primeira reunião do grupo de embaixadores do Brazilian Footwear do convênio biênio 2022/2024. O encontro, ocorrido no último dia 26 de maio, realizou uma prestação de contas do fechamento do convênio 2019/2021, bem como das ações já realizadas no primeiro semestre, traçou as próximas iniciativas e destacou o potencial das exportações brasileiras de calçados em 2022.

Na oportunidade, a gestora de Projetos da Abicalçados, Leticia Sperb Masselli, destacou que as expectativas positivas para o setor calçadista brasileiro passam pelo incremento das exportações. Conforme projeções da Inteligência de Mercado da entidade, a produção calçadista deve crescer entre 1,8% e 2,7% em 2022 - no comparativo com o ano passado -, para mais de 800 milhões de pares. Já as exportações devem ter um incremento entre 8% e 10%, para mais de 135 milhões de pares. Segundo a gestora, existe um potencial de crescimento no mercado internacional, sendo o Brazilian Footwear um fomentador das exportações, por meio do apoio a ações de promoção comercial e de imagem no exterior. "As ações já concluídas do Brazilian Footwear, em 2022, somam mais de US\$ 30 milhões em negócios realizados e alinhados nos eventos", conta.

### Exportação como estratégia

Durante o encontro, Leticia frisou que as exportações de calçados brasileiros respondem por uma fatia de 15% da produção nacional e que existe espaço para expansão. "Porém, é preciso criar uma cultura exportadora, tornar a exportação uma estratégia da empresa e não apenas um negócio ocasional. O Brazilian Footwear tem a missão de auxiliar as empresas nesse desafio", avalia, ressaltando que, atualmente, as empresas associadas ao Programa respondem por quase 80% do total gerado pelos embarques de calçados brasileiros.



Na sequência do encontro, os representantes das empresas avaliaram seus principais desafios, sendo que foram citados o fortalecimento do posicionamento do Brasil como um relevante parceiro de negócios, o reconhecimento de marca, o entendimento dos diferentes mercados, a inovação, a união entre as empresas, a criação de uma cultura exportadora, entre outros.

**O grupo**

O grupo dos Embaixadores do Brazilian Footwear é formado por profissionais gestores de exportação e marketing de empresas associadas ao projeto. São realizadas reuniões semestrais com o objetivo de entender, debater e avaliar as estratégias e ações no âmbito do Brazilian Footwear. “O objetivo é o desenvolvimento da indústria calçadista brasileira por meio do incremento das exportações do setor, promovendo oportunidades de negócios e a competitividade”, explica Letícia.

A gestora de Projetos da ApexBrasil, Mariele Laís Christ, que junto com o assistente de Projetos João Urbanski participou do encontro, destaca que o grupo é um instrumento de governança do projeto que a agência federal mantém em parceria com a Abicalçados. “A reunião de embaixadores marcou o início de um ciclo do convênio recentemente renovado para mais um biênio e foi ainda mais especial, pois após mais de dois anos realizando as reuniões de forma on-line, devido à pandemia, finalmente tivemos a oportunidade de reunir o grupo presencialmente, momento em que a troca e relacionamento são fortalecidos”, avalia a gestora, ressaltando que as reuniões são de suma importância para o trabalho em conjunto e em sinergia entre as empresas do projeto e a ApexBrasil.

Fazem parte do grupo as empresas A Mafalda (São Paulo/SP), Adrun (Birigui/SP), Batatinha (Nova Serrana/MG), Bebecê (Três Coroas/RS), Beira Rio (Novo Hamburgo/RS), Bibi (Parobé/RS), Democrata (Franca/SP), Di Valentini (São João Batista/SC), DOK (Birigui/SP), GB Footwear (Franca/SP), Marluvas (Dores de Campos/MG), Penalty (Bayeux/PB), Petite Jolie (Tauá/CE) e Vozsi (Avaré/SP).

Saiba mais sobre o Brazilian Footwear no site [abicalcados.com.br/brazilianfootwear](http://abicalcados.com.br/brazilianfootwear).





## **EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS SEGUEM EM ELEVAÇÃO**

Dados elaborados pela Abicalçados apontam que, entre janeiro e maio, as exportações de calçados somaram 64,24 milhões de pares, que geraram US\$ 538,72 milhões, elevações de 30,3% em volume e de 66,5% em receita na relação com igual período do ano passado. Segregando apenas o mês de maio, os embarques somaram 10,5 milhões de pares, que geraram US\$ 104 milhões, incrementos de 19,8% e de 59,5%, respectivamente, ante o mês cinco de 2021.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que o incremento das exportações para os Estados Unidos seguem sendo determinantes para a performance positiva. Entre janeiro e maio, os calçadistas brasileiros embarcaram, para lá, 10 milhões de pares, que geraram US\$ 146,3 milhões, altas tanto em volume (+87,2%) quanto em receita (+108,6%) em relação ao mesmo período do ano passado. “As exportações de calçados para os Estados Unidos, em volume, já estão quase 80% superiores às realizadas no mesmo período de 2019, na pré-pandemia”, conta.

Segundo o executivo, também influenciam positivamente as exportações para a América do Sul, que estão 30% acima dos níveis pré-pandêmicos. “Existem fatores macroeconômicos e até políticos que vêm influenciando nos resultados. No fator político, destaque para a guerra comercial entre Estados Unidos e China, que acabou por sobretaxar calçados chineses importados por compradores estadunidenses. No macroeconômico, destaque para o encarecimento dos fretes da Ásia, que tem feito com que compradores busquem fornecedores geograficamente mais próximos. Neste caso, como somos a maior indústria fora da Ásia, aparecemos como um player relevante”, avalia Ferreira.

## BALANÇA COMERCIAL

O segundo destino do calçado brasileiro nos cinco primeiros meses do ano foi a Argentina, para onde foram embarcados 6,82 milhões de pares, que geraram US\$ 74,62 milhões, incrementos de 64% e 93,7%, respectivamente, ante igual intervalo de 2021.

Noterceiro posto aparece a França, que no período importou 4 milhões de pares por US\$ 29,4 milhões, altas de 31% em volume e de 25,2% em receita em relação aos mesmos cinco meses do ano passado.

### Estados

O Rio Grande do Sul segue sendo o maior exportador de calçados no Brasil. Respondendo por mais de 45% do valor gerado pelos embarques, entre janeiro e maio as fábricas gaúchas embarcaram 18,17 milhões de pares, que geraram US\$ 246 milhões, incrementos de 53,7% e de 80%, respectivamente, ante o mesmo intervalo de 2021.

O segundo maior exportador de 2022 é o Ceará, de onde partiram 19,67 milhões de pares por US\$ 120,9 milhões, altas de 25,3% e 47,4%, respectivamente. Na sequência apareceram São Paulo (4,13 milhões de pares e US\$ 53,48 milhões, altas de 19,6% e 48,7%, respectivamente) e Paraíba (10,3 milhões de pares e US\$ 34,67 milhões, queda de 1% em volume e incremento de 43% em receita).

### Importações

Nos cinco primeiros meses do ano, as importações de calçados somaram 14,23 milhões de pares, pelos quais foram pagos US\$ 152,36 milhões, altas de 31,6% em volume e de 12% em receita no comparativo com o mesmo período de 2021.

Em partes - cabedal, solas, saltos, palmilhas etc - as importações do período somaram US\$ 9,84 milhões, 1,6% menos do que no intervalo correspondente do ano passado.



### EXPORTAÇÕES

#### PRINCIPAIS ORIGENS

Três primeiros estados do ranking e o total do período

## CE

**CEARÁ**

JAN - MAI 2021: 15,69 milhões de pares  
JAN - MAI 2022: 19,67 milhões de pares

**VARIAÇÃO: 25,3%**

## RS

**RIO GRANDE DO SUL**

JAN - MAI 2021: 11,82 milhões de pares  
JAN - MAI 2022: 18,17 milhões de pares

**VARIAÇÃO: 53,7%**

## SP

**SÃO PAULO**

JAN - MAI 2021: 3,45 milhão de pares  
JAN - MAI 2022: 4,13 milhões de pares

**VARIAÇÃO: 19,6%**

**TOTAL**

JAN - MAI 2021: 49,29 milhões de pares

JAN - MAI 2022: 64,23 milhões de pares

**VARIAÇÃO: 30,3%**



### IMPORTAÇÕES

#### PRINCIPAIS ORIGENS

Três primeiros países do ranking e o total do período

## CHINA

JAN - MAI 2021: 4,66 milhões de pares  
JAN - MAI 2022: 7,78 milhões de pares

**VARIAÇÃO: 66,8%**

## VIETNÃ

JAN - MAI 2021: 3,88 milhões de pares  
JAN - MAI 2022: 3,22 milhões de pares

**VARIAÇÃO: -17,0%**

## INDONÉSIA

JAN - MAI 2021: 1,27 milhões de pares  
JAN - MAI 2022: 1,38 milhões de pares

**VARIAÇÃO: 8,5%**

**TOTAL**

JAN - MAI 2021: 10,81 milhões de pares

JAN - MAI 2022: 14,23 milhões de pares

**VARIAÇÃO: 31,6%**

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

# ABINFORMA

Junho 2022 Nº 363 - Ano 32

 abicalcados  
 abicalcadosoficial  
 abicalcados  
 company/abicalcados



**ABICALÇADOS**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS  
INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

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