

# ABINFORMA

INFORMATIVO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

JULHO 2022 | Nº 364 | ANO 32



ESPECIAL

## LOGÍSTICA É DESAFIO PARA O SETOR CALÇADISTA

## PALAVRA DO PRESIDENTE



### LOGÍSTICA E O CUSTO BRASIL

**Haroldo Ferreira**  
Presidente-executivo da Abicalçados

No Abinforma de julho, trazemos uma parte importante do que chamamos de Custo Brasil, que engloba carga tributária elevada, burocracia e logística deficiente, entre outros problemas. O próprio Governo Federal, em estudo recente, apontou que esse custo, para as empresas, chega a R\$ 1,5 trilhão. O valor é 22% de todo o PIB brasileiro. Não é pouca coisa! Muito está sendo feito, mas existe um caminho importante para nos colocarmos, definitivamente, no mesmo patamar de competitividade dos nossos principais concorrentes no mercado internacional, especialmente os asiáticos.

O assunto do informativo é a logística, que consome, segundo a Confederação Nacional do Transporte (CNT), mais de 13% do PIB brasileiro. Afinal, ela pode prejudicar e até mesmo ampliar a competitividade da indústria calçadista, que sim, faz com excelência a “lição de casa”, mas ainda sofre do portão para fora da fábrica.

Na especial, ouvimos quem está na linha de frente e sentindo as agruras da logística nacional. Além de questões macroeconômicas, como os constantes reajustes nos combustíveis, regulado pelo mercado internacional, o aumento nos preços dos contêineres, que ultrapassa 600% no período de 2019 e 2022, existem questões que podem ser resolvidas internamente, no campo público. Se faz urgente, por exemplo, a ampliação dos modais de transporte, tornando o segmento produtivo menos dependente de poucas modalidades e portanto menos sujeito aos aumentos de custos, aumentando ainda a concorrência no setor logístico.

O Brasil possui a maior indústria de calçados fora da Ásia, a quinta maior do mundo, e pode muito mais. Para isso, mais do que fazer a “lição de casa”, é preciso seguirmos atentos e cobrando do Poder Público os investimentos necessários para o desenvolvimento nacional.

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, 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

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

#### PRESIDENTE-EXECUTIVO

Haroldo Ferreira

## SUMÁRIO

### ABI NA MÍDIA

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

### ESPECIAL

**7** LOGÍSTICA NA PAUTA DO SETOR CALÇADISTA

### ARTIGO DO ESPECIALISTA

**12** PROBLEMA LOGÍSTICO MUNDIAL AFETA CADEIAS DE SUPRIMENTOS E DISTRIBUIÇÃO

### ABINOTÍCIAS

**13** FEIRA DO CALÇADO BRASILEIRO SERÁ LANÇADA PELA ABICALÇADOS EM POLOS PRODUTIVOS

### ABINOTÍCIAS

**14** INDÚSTRIA CALÇADISTA TEM O MELHOR RESULTADO DESDE 2004 NA GERAÇÃO DE EMPREGOS

### ABINOTÍCIAS

**15** ARGENTINA VOLTA A IMPOR RESTRIÇÕES ÀS IMPORTAÇÕES DE CALÇADOS

### ABINOTÍCIAS

**16** CALÇADISTAS ENVIARAM 12 MIL PARES PARA REFUGIADOS UCRANIANOS

### ABINOTÍCIAS

**17** BEBECÊ RECEBE NÍVEL MÁXIMO DO ORIGEM SUSTENTÁVEL

### ABINOTÍCIAS

**19** ORIGEM SUSTENTÁVEL NOS POLOS CALÇADISTAS

### ABI ENTREVISTA

**20** RAMARIM PROJETA CRESCIMENTO DE 40%

### ACONTECE NOS POLOS

**22** ASSINTECAL REVELA MATERIAIS MAIS UTILIZADOS NOS CALÇADOS BRASILEIROS

### ABINOTÍCIAS

**23** INSCRIÇÕES GRATUITAS E ABERTAS PARA O INSPIRAMAIS

### INFORME JURÍDICO

**25** POLÍTICA NACIONAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS

### BRAZILIAN FOOTWEAR

**26** ABICALÇADOS ABRE INSCRIÇÕES PARA A MAIOR PLATAFORMA B2B DE MODA DO MUNDO

### BRAZILIAN FOOTWEAR

**27** MISSÃO NA COLÔMBIA TERÁ 16 MARCAS BRASILEIRAS

### BRAZILIAN FOOTWEAR

**28** MARCAS BRASILEIRAS PARTICIPAM DE FEIRAS NOS ESTADOS UNIDOS

### BRAZILIAN FOOTWEAR

**29** ABICALÇADOS REALIZA PROJETO PARA VENDAS DIRETAS AO CONSUMIDOR NOS EUA

### BRAZILIAN FOOTWEAR

**30** PROJETO COM COMPRADOR RUSSO DEVE GERAR US\$ 1 MILHÃO

### BALANÇA COMERCIAL

**31** EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS TÊM INCRÉMENTO DE 67% NO SEMESTRE

## ABINFORMA

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

Julho 2022 Nº 364 - 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  
in company/abicalcados  
abicast



## INDÚSTRIA DE CALÇADOS GERA 20 MIL VAGAS NO ANO E VOLTA A PATAMAR PRÉ-PANDEMIA



07 DE JUNHO DE 2022  
ESTADÃO | GERAL

A indústria calçadista brasileira gerou mais de 20 mil postos de trabalho entre os meses de janeiro e abril. Os dados, adiantados ao Estadão/Broadcast, foram elaborados pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) com base nas informações oficiais do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, ressalta que já são quase 40 mil postos a mais do que o registrado em abril de 2021. "Uma em cada cinco vagas de trabalho criadas pela Indústria de Transformação no Brasil veio do setor de calçados. Estamos experimentando uma recuperação importante, especialmente diante do aumento da demanda internacional", avalia. [Leia a matéria completa aqui.](#)

## CALÇADISTAS DA REGIÃO SE UNEM POR PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS



08 DE JUNHO DE 2022  
JORNAL NH | GERAL

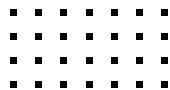
A sustentabilidade é uma palavra que está no dicionário de muitas empresas, mas ser sustentável na prática exige uma mudança em todos os processos. É isso que a cadeia calçadista brasileira tem feito nos últimos anos ao englobar o ambiental, social e econômico. Pacto pela Sustentabilidade reuniu lideranças e empresários do setor calçadista. Ontem, em Campo Bom, durante encontro do Programa Origem Sustentável, que certifica as empresas do setor dentro de parâmetros internacionais, empresários da região uniram forças e selaram um Pacto pela Sustentabilidade. O Programa é realizado pela Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal) e Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados). [Leia a matéria completa aqui.](#)

## MEIO AMBIENTE EM PAUTA



09 DE JUNHO DE 2022  
JORNAL DO COMÉRCIO | ARTIGOS

O mês de junho marca as comemorações do Dia Mundial do Meio Ambiente. 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? Sem meio ambiente não há vida humana e sem vida humana não existe razão de existir a indústria. O cuidado com o meio ambiente traz ganhos imediatos com relação aos negócios. Com 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.



## ABICALÇADOS REPORTA AUMENTO NAS EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS



**16 DE JUNHO DE 2022**  
GAÚCHA FM 93,7 MHZ | ESTÚDIO GAÚCHA

Entrevista com o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira (áudio).

[Ouça aqui.](#)

## EXPORTAÇÕES DA INDÚSTRIA GAÚCHA SOBEM 8,7%, APONTA FIERGS



**23 DE MAIO DE 2022**  
RBS NOTÍCIAS

Presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, fala sobre o aumento dos embarques

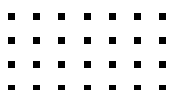
[Assista aqui](#)

## CALÇADISTAS CONTRATAM



**30 DE JUNHO DE 2022**  
VALOR ECONÔMICO | GERAL

Com um ritmo de recuperação de vendas mais acelerado, o setor calçadista está ampliando as contratações, informou ontem a Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), a partir dos dados do Ministério do Trabalho e Previdência. Em maio, a indústria calçadista criou 3,4 mil postos de trabalho, o melhor resultado para o quinto mês do ano desde 2004. O setor encerrou maio com 289,7 mil pessoas empregadas diretamente na atividade, 18% mais do que no mesmo mês do ano passado. Entre janeiro e maio deste ano foram criadas 23,5 mil vagas. [Leia a matéria completa aqui.](#)



# Siga o passo de varejistas como **Mizuno, Grupo Flexi e Crocs.**

Veja sua operação de **desenvolvimento de produtos** caminhar em direção ao futuro com as soluções da Centric:

**PEÇA SUA DEMO PERSONALIZADA**

ou pelo e-mail [jabbamonte@centricsoftware.com](mailto:jabbamonte@centricsoftware.com)



# LOGÍSTICA NA PAUTA DO SETOR CALÇADISTA



Consumindo cerca de 13% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, a logística é considerada um gargalo para o desenvolvimento do País. Com o setor calçadista, que produz anualmente mais de 800 milhões de pares, dos quais exporta mais de 130 milhões, a realidade não é diferente.

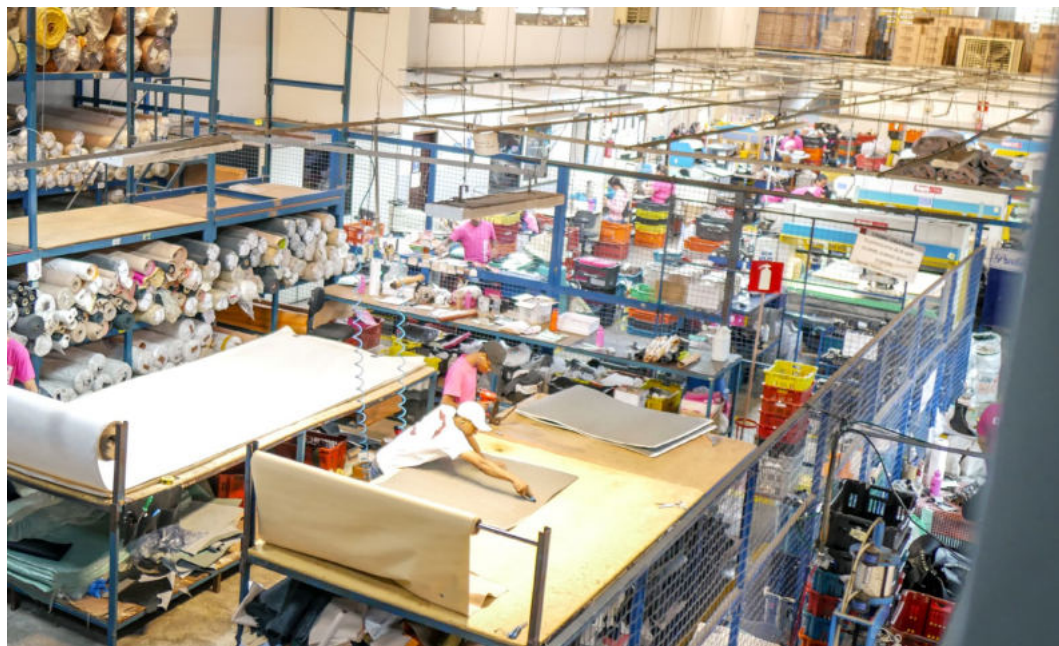
Dados da Abicalçados apontam que, para o transporte no mercado interno, o modal mais utilizado é o rodoviário, com quase totalidade dos casos. Neste ponto, problemas com estradas em péssimo estado, altos custos com fretes, alta dos combustíveis e, até mesmo, a insegurança prejudicam a logística. Levantamento recentemente divulgado pela Confederação Nacional do Transporte (CNT) aponta que os custos operacionais do transporte rodoviário aumentaram 30,9% no ano passado, sobretudo em função das rodovias, classificadas como regular, ruim e em péssimo estado. Ainda segundo o levantamento, dos 109.103 quilômetros avaliados, 92.711 mil apresentaram problemas - um percentual de 84,9%.

Para as exportações, que respondem por cerca de 15% do total produzido pelo setor calçadista, o modal mais utilizado é o marítimo (69%), seguido pelo rodoviário (18,7%) e aéreo (11,4%), tendo este último aumentado de participação (em 3%) durante a pandemia de Covid-19. Um dos possíveis motivos para o aumento da participação do transporte aéreo é justamente o aumento dos custos do modal marítimo, que perdeu 7% de participação de 2020 a 2022. Entre 2019 e 2022, os custos médios por contêiner passaram de US\$ 1,4 mil para US\$ 8,4 mil (600%).

Para o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, os custos com a logística estão inclusos no chamado Custo Brasil, que engloba ainda a alta carga tributária, uma das maiores no comparativo com os principais concorrentes do calçado brasileiro, sobretudo a Ásia. “Dados do próprio Governo apontam que o Custo Brasil consome, anualmente, mais de R\$ 1,5 trilhão”, avalia o executivo.



## REAJUSTES E IMPREVISIBILIDADE



Um dos problemas atuais que vêm atingindo o setor calçadista brasileiro é o constante reajuste de preços dos combustíveis. Com uma produção de 2,4 mil pares por dia, dos quais exporta cerca de 3%, a Crômica Femme, de Nova Serrana/MG, vê nos constantes reajustes um dos principais gargalos para a logística no mercado doméstico. Segundo o diretor da empresa, Júnior César Silva, somente em 2022 já foram quatro tabelas com reajustes dos fretes, o que prejudica as negociações com os clientes e, sobretudo, reduz ainda mais as margens da calçadista. “Vendemos hoje e não sabemos o preço do frete quando formos entregar a mercadoria”, diz.

Do mercado internacional, Silva conta que a empresa importa cerca de 40% das matérias-primas utilizadas, principalmente poliuretano para a produção de tênis. “Neste ponto, o nosso principal problema tem sido o abastecimento, com atrasos nas entregas e o aumento dos custos com frete”, explica o empresário. “Os preços dos próprios materiais, em dólar, também estão em alta. É um cenário difícil, mesmo assim a empresa vem crescendo, principalmente pelo aquecimento do consumo interno”, avalia Silva.

Para 2022, a Crômica Femme espera crescer 50% em faturamento na relação com o ano passado, que já havia iniciado a recuperação das perdas da pandemia de Covid-19. “O mercado está retomando, existia um consumo represado. A volta dos eventos, festas e até mesmo o frio mais intenso têm ajudado nas vendas”, conclui o empresário.



*“VENDEMOS HOJE E NÃO SABEMOS O PREÇO DO FRETE QUANDO FORMOS ENTREGAR A MERCADORIA”*

**Júnior César Silva**  
Diretor da Crômica Femme



## “DO LIMÃO A LIMONADA”



O aumento dos custos com fretes internacionais, provocado sobretudo pelo preço dos contêineres, é outro problema para o setor. Exportando cerca de 20% de sua produção de mais de 7 mil pares diários, a Ferracini, de Franca/SP, vê na crise da logística internacional, sobretudo no aumento dos custos com frete internacional, uma oportunidade de avançar na internacionalização. A gerente de exportações da empresa, Thânia Pereira Fileto, destaca que, com os custos mais altos, os países geograficamente mais próximos, principalmente da América Latina e os Estados Unidos, têm procurado mais o calçado brasileiro em detrimento do asiático. “As exportações da Ferracini vêm aumentando diante de uma procura maior dos clientes internacionais. Até final de 2023, queremos aumentar a fatia embarcada dos atuais 20% para 30%”, conta a gerente, ressaltando que o calçado brasileiro é reconhecido internacionalmente pela qualidade e comprometimento com prazos de entregas, algo muito relevante no cenário atual.

A gerente conta que, para driblar o aumento dos custos com fretes marítimos, a empresa vem buscando diversificar os modais de transporte, especialmente para o aéreo. “Para a Austrália, um dos nossos principais mercados, o transporte marítimo ficou inviável. Além do período de entrega, que chega a 60 dias, temos os custos muito elevados. Desta forma, optamos pelo transporte aéreo”, comenta, ressaltando que, de uma maneira geral, os custos logísticos para a empresa cresceram cerca de 20% durante a pandemia de Covid-19.

No que diz respeito às importações, Thânia conta que existe um encarecimento diante do aumento dos fretes internacionais, mas que o fato não tem um impacto tão forte sobre as contas das empresas. “Buscamos sempre parceiros mais próximos geograficamente”, diz.



*“PARA A AUSTRÁLIA, UM DOS NOSSOS PRINCIPAIS MERCADOS, O TRANSPORTE MARÍTIMO FICOU INVIÁVEL. ALÉM DO PERÍODO DE ENTREGA, QUE CHEGA A 60 DIAS, TEMOS OS CUSTOS MUITO ELEVADOS. DESTA FORMA, OPTAMOS PELO TRANSPORTE AÉREO”*

**Thânia Pereira Fileto**

Gerente de exportações da Ferracini 24h

## **RECUPERAÇÃO DO ESPAÇO INTERNACIONAL**

Apesar dos desafios enfrentados, a Plugt, de Birigui/SP, também vê com otimismo o futuro do setor, principalmente das exportações. O gestor comercial da empresa, Thiago Guimarães, ressalta que o encarecimento dos fretes da Ásia tem prejudicado mais os concorrentes internacionais do que a própria empresa. “Existe uma procura cada vez maior pelos nossos produtos, principalmente porque ficou muito caro importar da Ásia. Estamos recuperando espaço e prova disso foram os nossos resultados na feira italiana Expo Riva Schuh, em junho, onde recebemos 20 contatos relevantes de 18 países diferentes, todos procurando o calçado brasileiro”, conta o gestor.

Quanto às exportações da empresa, que hoje respondem por 40% dos mais de 1,5 mil pares produzidos diariamente, Guimarães destaca que a saída para fugir dos altos custos marítimos foi apostar no transporte aéreo. “Hoje 80% do que embarcamos para a América Latina, onde estão os nossos principais clientes, é no modal aéreo. Para a Argentina, Uruguai e Bolívia estamos usando o modal rodoviário”, informa. Já com relação às importações, o gestor conta que a empresa usa pouca matéria-prima importada e que por isso não tem sentido grande impacto. “Os nossos principais fornecedores são do mercado brasileiro”, diz. O bom momento para as exportações, segundo ele, será determinante para um crescimento de 25% na produção até o final do ano.



*“EXISTE UMA PROCURA CADA VEZ MAIOR PELOS NOSSOS PRODUTOS, PRINCIPALMENTE PORQUE FICOU MUITO CARO IMPORTAR DA ÁSIA. ESTAMOS RECUPERANDO ESPAÇO E PROVA DISSO FORAM OS NOSSOS RESULTADOS NA FEIRA EXPO RIVA SCHUH”*

**Thiago Guimarães**  
Gestor comercial da Plugt



## TECNOLOGIA COMO ALIADA

Os problemas na logística internacional, que vinham já antes da pandemia de Covid-19, mas que foram impulsionados, deixaram latente a necessidade de investimentos em novos modos e em tecnologias.

A Via Marte, de Nova Hartz/RS, desde meados dos anos 2000 investe em tecnologia como forma de dirimir perdas no processo logístico, que não engloba somente o transporte das mercadorias, mas todo o caminho até a chegada ao varejo. Com uma produção de 5,8 milhões de pares por ano, a empresa tem à frente de todo o processo tecnológico o gerente de Tecnologia da Informação Ivair Kautzmann. O sistema automatizado é todo desenvolvido com código de barras, que vai no produto (GTIN - Global Trade Item Number) e na unidade logística/volume (SSCC - Serial Shipping Container Code). Com investimentos em impressoras e *scanners*, o sistema possibilita a certificação do *picking* (separação dos pedidos), um dos pontos mais críticos da logística, por meio da conferência eletrônica do conteúdo de cada volume.

Kautzmann explica que o sistema oferece capacidade de rastreabilidade total dos produtos, da sua concepção até o consumo, favorecendo não somente a troca de informações, mas a segurança, devido à rastreabilidade, e até mesmo ações de marketing. “O mundo ideal é de que todos usem, o fornecedor, o calçadista e o varejista, o mesmo sistema, como um padrão. Infelizmente, não é uma realidade, mas estamos fazendo o nosso tema de casa e com resultados excelentes, com redução de tempo e custos de operação”, conta o gerente, ressaltando que, recentemente, a Via Marte vem operando desta forma junto com a NetShoes, que utilizando o mesmo sistema automatizado tem obtido ganhos e otimizando a logística de distribuição.

Kautzmann explica que o sistema oferece capacidade de rastreabilidade total dos produtos, da sua concepção até o consumo, favorecendo não somente a troca de informações, mas a segurança, devido à rastreabilidade, e até mesmo ações de marketing. “O mundo ideal é de que todos usem, o fornecedor, o calçadista e o varejista, o mesmo sistema, como um padrão. Infelizmente, não é uma realidade, mas estamos fazendo o nosso tema de casa e com resultados excelentes, com redução de tempo e custos de operação”, conta o gerente, ressaltando que, recentemente, a Via Marte vem operando desta forma junto com a NetShoes, que utilizando o mesmo sistema automatizado tem obtido ganhos e otimizando a logística de distribuição.



*“O MUNDO IDEAL É DE QUE TODOS USEM - O SISTEMA DE AUTOMAÇÃO LOGÍSTICA -, O FORNECEDOR, O CALÇADISTA E O VAREJISTA, O MESMO SISTEMA, COMO UM PADRÃO. INFELIZMENTE, NÃO É UMA REALIDADE, MAS ESTAMOS FAZENDO O NOSSO TEMA DE CASA E COM RESULTADOS EXCELENTES, COM REDUÇÃO DE TEMPO E CUSTOS DE OPERAÇÃO”*

**Ivair Kautzmann**

Gerente de TI da Via Marte



## **PROBLEMA LOGÍSTICO MUNDIAL AFETA CADEIAS DE SUPRIMENTOS E DISTRIBUIÇÃO**

**Rene Wlach**

Diretor Comercial da Wilson Sons, unidade Tecon Rio Grande  
Vice-presidente da Câmara Brasil Alemanha – RS  
Conselheiro do Conselho de Comércio Exterior CONCEX - Fiergs

A globalização iniciada nos anos 90, atraiu grandes economias a produzir e consumirem bens de consumo na China. Passadas quatro décadas, nota-se que houve uma exagerada concentração e dependência causando danos a toda população mundial.

A pandemia Covid-19 gerou um desarranjo logístico mundial, desabastecendo cadeias logísticas que afetaram diversos setores industriais, exemplo disto foi o setor de chips, produzidos unicamente em Taiwan e que atendem aos setores automobilísticos e eletrônicos, gerando paradas de produção e consequentemente prejudicando o modelo *just in time*, ou seja, as indústrias, repentinamente, estavam sem estoques e igualmente sem garantias de fornecimento devido à falta de contêineres e navios lotados para realizar o transporte marítimo.

Com os *lockdowns*, ocorreram paradas de produção, fechamentos de portos e aeroportos, redução da capacidade de transportes. Na sequência a Europa e os Estados Unidos elevaram o consumo doméstico, gerando uma corrida por mais insumos e produtos acabados, criando um volume enorme de vendas e transportes internacionais de cargas pelas vias marítima e aérea. Com isto, foram gerados congestionamentos portuários, falta de armazéns, de caminhões, de motoristas e centros de distribuições, atrasando entregas às empresas e ao consumidor final.

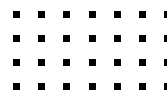
A falta de contêineres para embarque da Ásia para o mundo ocorreu por estes estarem parados nos portos dos Estados Unidos e Europa, gerando desabastecimento e aumento de fretes em quatro ou cinco vezes diante dos patamares anteriores à pandemia. Para especialistas do setor, a normalização dos espaços e tarifas deve ocorrer somente em meados de 2024, impactando o mercado interno, que tem dificuldades de importar insumos, e também o comércio exterior, especialmente diante da variação cambial que incide nos impostos de importação. Ou seja, serão gerados aumentos generalizados.

### **Diversificação**

O cenário atual evidencia que a diversificação é uma necessidade. A concentração em poucos fornecedores, provedores e mercados pode gerar uma dependência enorme e tirar todas as margens dos produtos, inviabilizando negócios, sendo que o mesmo se aplica aos modais logísticos.

No campo da logística, a indústria deve sempre incentivar novos modais, como hidrovia, ferrovia, e reduzir a dependência do rodoviário. Também é necessário pensar no longo prazo, trabalhando com o frete médio, usando hidrovia e ferrovia, mesmo que inicialmente o valor seja maior. O importante é que, viabilizando mais um modal, é gerada concorrência e reduções futuras.

No Rio Grande do Sul, a hidrovia ligando o polo petroquímico em Triunfo ao Tecon Rio Grande oferta quatro saídas semanais e concorre com o rodoviário, reduz custos, emissão de CO2, evita roubos e avarias, e gera elevado conforto a sociedade por reduzir os caminhões nas rodovias. Com relação às ferrovias, precisamos que a indústria destine algum volume para o setor para estimular investimentos na malha.



## FEIRA DO CALÇADO BRASILEIRO SERÁ LANÇADA PELA ABICALÇADOS EM POLOS PRODUTIVOS

A Abicalçados fará um *roadshow* para o lançamento da Feira do Calçado Brasileiro. Com a primeira edição marcada para os dias 21 a 23 de novembro de 2023, no Centro de Eventos da Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul (Fiergs), a mostra será apresentada nas cidades de Novo Hamburgo/RS (12/07), São João Batista/SC (14/07), Nova Serrana/MG (21/07), Birigui/SP (26/07), Jaú/SP (27/07) e Franca/SP (27/07).

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que o objetivo da Feira é organizar o calendário de feiras do setor, com uma gestão transparente e profissionalizada. Segundo ele, no *roadshow* serão apresentados detalhes do evento, tirando dúvidas e esclarecendo como será entregue um evento com padrão internacional, reduzindo custos para os expositores. “Serão duas edições por ano, no primeiro e no segundo semestres, apresentando as novidades das coleções de primavera-verão e de outono-inverno, respectivamente”, adianta.

A parceira da Abicalçados na realização da Feira do Calçado Brasileiro será a Nürnberg-Messe Brasil, que estará presente nos encontros dos polos calçadistas brasileiros. “Passaremos por seis polos calçadistas com a finalidade de apresentar e convidar todos os fabricantes a participar deste evento, feito por empresários para empresários do setor calçadista brasileiro. Estamos muito felizes de ser escolhidos para promover a feira da indústria e ajudar a fomentar este mercado tão representativo e promissor da economia brasileira. Será uma feira diferenciada e que colocará a indústria calçadista, de fato, no centro das ações”, comenta o CEO da promotora, João Paulo Picolo.

### LANÇAMENTO OFICIAL NOS POLOS

#### 12/07 - NOVO HAMBURGO/RS

Local: Casa Open

Horário: 8h30

Inscrições: <https://bit.ly/LacamentoNH>

#### 14/07 - SÃO JOÃO BATISTA/SC

Local: Winter Garden

Horário: 11h30

Inscrições: <https://bit.ly/lancamentoSJB>

#### 21/07 - NOVA SERRANA/MG

Local: Sindicato Intermunicipal das Indústrias de Calçados de Nova Serrana - Sindinova

Horário: 8h30

Inscrições: <https://bit.ly/lancamentoNS>

#### 26/07 - BIRIGUI/SP

Local: Sindicato das Indústrias de Calçados e Vestuário de Birigui - Sinbi

Horário: 18h30

Inscrições: <https://bit.ly/lancamentoBirigui>

#### 27/07 - JAÚ/SP

Local: Sindicato das Indústrias de Calçados de Jaú - Sindicalçados

Horário: 11h

Inscrições: <https://bit.ly/lancamentoJau>

#### 27/07 - FRANCA/SP

Local: Sindicato das Indústrias de Calçados de Franca - Sindifranca

Horário: 18h30

Inscrições: <https://bit.ly/lancamentoFranca>

## INDÚSTRIA CALÇADISTA TEM O MELHOR RESULTADO DESDE 2004 NA GERAÇÃO DE EMPREGOS



Seguindo o ritmo de recuperação, especialmente no mercado internacional, a indústria calçadista brasileira, conforme dados do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) elaborados pela Abicalçados, encerrou maio com 289,7 mil pessoas empregadas diretamente na atividade, 18% mais do que no mesmo mês do ano passado. Entre janeiro e maio deste ano foram criadas 23,47 mil vagas. Recortando apenas o mês cinco, foram criados 3,4 mil postos, o melhor resultado para o quinto mês do ano desde 2004.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que a performance positiva reflete o bom momento do setor calçadista, que vem em recuperação desde o segundo semestre do ano passado. “O crescimento maior vem se dando no mercado externo. Entre janeiro e maio, as exportações de calçados somaram US\$ 651,6 milhões, 67,5% mais do que no mesmo período do ano passado, com grande destaque para os embarques para os Estados Unidos”, avalia, ressaltando que a recuperação dos postos na indústria de calçados está mais acelerada do que na Indústria da Transformação em geral, que tem índice de crescimento de 4,5% no acumulado de janeiro a maio em relação ao mesmo intervalo de 2021.

### Estados

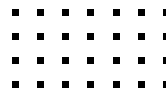
Maior empregador do setor calçadista no Brasil, o Rio Grande do Sul criou 6,58 mil postos entre janeiro e maio, encerrando o mês cinco com 82,42 mil pessoas empregadas na atividade, 15% mais do que no mesmo período de 2021.

O segundo maior empregador do País é o Ceará. Entre janeiro e maio, as fábricas calçadistas cearenses geraram 2,63 mil vagas, encerrando o mês cinco com 64,15 mil trabalhadores empregados na atividade, 11,6% mais do que no mesmo período de 2021.

O terceiro empregador do setor é a Bahia, que criou 4,25 mil postos nos cinco primeiros meses do ano, encerrando maio com 39,94 mil pessoas empregadas na atividade, 31% mais do que no mesmo mês de 2021.

No quarto posto entre os empregadores do setor calçadista nacional, São Paulo gerou 4,78 mil vagas entre janeiro e maio, somando 33,58 mil pessoas trabalhando na atividade, 28,5% mais do que no mesmo intervalo do ano passado.

[Acesse a tabela completa por Estado aqui.](#)



## ARGENTINA VOLTA A IMPOR RESTRIÇÕES ÀS IMPORTAÇÕES DE CALÇADOS

Segundo principal destino do calçado brasileiro no exterior, a Argentina voltou a impor restrições às importações do setor. No último dia 27 de junho, o Banco Central da República Argentina (BCRA) alterou as condições de acesso ao Mercado Único de Câmbio para pagamento de importações. A medida tende a limitar, temporariamente, as importações, de modo a conter a saída de divisas do país e manter o nível de reservas internacionais. Até 30 de setembro de 2022 os pagamentos das mercadorias só serão liberados após 180 dias.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, demonstra preocupação com a medida e diz que poderá inviabilizar as operações de exportação de algumas empresas para o mercado. “Considerando que o pagamento ocorrerá seis meses após a chegada da mercadoria no destino, alguns negócios serão prejudicados e outros inviabilizados”, avalia.

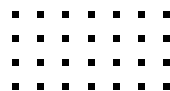
### Exportações

A notícia pegou de surpresa o setor calçadista brasileiro em um momento de recuperação. Conforme dados elaborados pela Abicalçados, entre janeiro e junho as exportações de calçados somaram 75 milhões de pares, que geraram US\$ 651,6 milhões, elevações de 31,3% em volume e de 67,5% em receita na relação com igual período do ano passado.

A Argentina é o segundo maior mercado internacional para o produto verde-amarelo, tendo importado, no período, 8,2 milhões de pares, que geraram US\$ 90,67 milhões, incrementos de 61,2% e 88,3%, respectivamente, ante igual intervalo de 2021.

### Encontro

No último dia 7, Ferreira esteve em reunião com o presidente da Comissão do Mercosul e Assuntos Internacionais e da Frente Parlamentar de Apoio ao Setor Coureiro-Calçadista da Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul, deputado Issur Koch, e com o cônsul-geral da Argentina no Rio Grande do Sul, Jorge Perren (foto). Na oportunidade, o executivo da Abicalçados apresentou preocupação com as novas medidas impostas pelo país vizinho às exportações brasileiras. O cônsul argentino recebeu a demanda e comprometeu-se a encaminhá-la à Embaixada e ao Ministério da Economia. Ao mesmo tempo, a Abicalçados e a Comissão do Mercosul irão contatar com a Secretaria Extraordinária de Relações Federativas e Internacionais (Serfi) e a Embaixada da Argentina para manifestar a preocupação com a decisão.



## CALÇADISTAS ENVIARAM 12 MIL PARES PARA REFUGIADOS UCRANIANOS



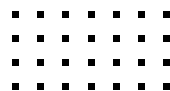
Uma onda de solidariedade em meio ao horror da guerra entre a Rússia e a Ucrânia vem mobilizando calçadistas brasileiros. Com articulações realizadas pela BBG Brazil em parceria com a Abicalçados, fábricas nacionais já somaram o envio de 12 mil pares de calçados para um centro humanitário em Przemysl, na fronteira da Ucrânia com a Polônia. Na tarde do último dia 8 de julho, o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, recebeu uma placa em agradecimento, entregue por Armando Farina, da BBG Brazil.

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, ressaltando que a entidade e a BBG Brazil ainda estão articulando as doações e também parcerias para a logística. “Temos potencial para ajudar muitas pessoas. Toda a contribuição é muito importante e uma verificação mais atenta poderá constatar até mesmo calçados parados em alguma expedição, depósito ou logística”, conclui o executivo.

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

Até o momento, participaram da ação as marcas Sugar Shoes, Wirth, Piccadilly, Klin, Pega-da, Cocco Miami, Calçados Sandra, Andacco, Zenglein, Gonçalves Calçados, Conforto, Bompel e Magia de Criança. O apoio foi da Altero, Courovale, Marx Indústria Gráfica e Sirius Logística.





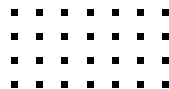
## BEBECÊ RECEBE NÍVEL MÁXIMO DO ORIGEM SUSTENTÁVEL



A sustentabilidade nos pilares ambiental, econômico, social e cultural rendeu à Bebecê Calçados a certificação máxima do Origem Sustentável. A entrega do certificado ocorreu na tarde do dia 23 de junho, na sede da empresa, em Três Coroas/RS. Participaram do evento, o presidente da Bebecê, Analdo Moraes, dirigentes da Abicalçados e da Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal), e colaboradores da calçadista.

Na oportunidade, o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, parabenizou pela conquista, que concedeu o nível Diamante para a empresa, com mais de 80% dos 104 indicadores do Origem Sustentável atendidos. “A sustentabilidade é fundamental para o setor calçadista e prova disso tem sido a procura, cada vez maior, de empresas em busca da certificação, a única de ESG e sustentabilidade que abrange toda a cadeia, do fornecedor até a fábrica de calçados”, destacou.

O presidente da Assintecal, Gerson Berwanger, ressaltou a importância da certificação para a construção de uma cadeia produtiva sustentável nos seus pilares econômico, ambiental, social e cultural. “Esse movimento é fundamental para que o calçado brasileiro seja reconhecido tanto no mercado interno quanto internacional como um produto sustentável, o que além de contribuir para a preservação do planeta ainda traz vantagens competitivas”, disse. Segundo ele, o mercado mundial tem cobrado não somente produtos, mas empresas sustentáveis.



Agradecendo a equipe engajada no processo de certificação, iniciado em 2021, o presidente da Bebecê, Analdo Moraes, destacou que a sustentabilidade é um processo contínuo na empresa. Uma das pessoas que esteve à frente do processo, a analista de Compliance da calçadista, Gislaïne dos Santos, ressaltou que a sustentabilidade faz parte do dia a dia da Bebecê há muitos anos e que o Origem Sustentável, além de instigar a melhoria contínua, ajudou a organizar e tangibilizar o que já estava sendo feito. Segundo ela, a sustentabilidade instigou a criação da linha By Green, que utiliza mais de 90% de materiais sustentáveis (recicláveis, orgânicos, renováveis e sem tratamentos químicos nocivos à saúde) no seu desenvolvimento.

### **Fornecedores**

Gislaïne ressaltou, ainda, que todos os fornecedores da calçadista são submetidos a um *check list* de sustentabilidade. “Para termos um calçado sustentável, é preciso que os fornecedores também tenham matérias-primas sustentáveis. Por isso, homologamos todos os parceiros, solicitamos documentações e estabelecemos metas de sustentabilidade a serem cumpridas”, contou.

O consumo racional de água e a reciclagem dos resíduos dos processos produtivos também estão no radar da Bebecê. Segundo Gislaïne, nenhum resíduo é enviado para aterros, sendo que, sempre que possível, são reciclados. Com relação ao uso da água, a analista destacou que a empresa capta água da chuva para limpeza, manutenção dos jardins e uso nos vasos sanitários. Quanto à reciclagem, em 2021, conforme Relatório de Sustentabilidade da empresa, foram reaproveitados mais de 58 mil quilos de papelão, papel branco, plástico, metais, cones de linhas e contrafortes, além de enviados mais de 138 mil quilos de resíduos para coprocessamento.

A Bebecê Calçados também neutralizou suas emissões de CO2 no ano passado. No total, já são mais de dois milhões de mudas plantadas em uma área de 1,3 mil hectares, mantida na cidade de São José dos Ausentes/RS.

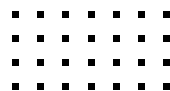
### **A empresa**

Com 1,2 mil colaboradores, a Bebecê Calçados foi fundada em 1985 e tem profunda ligação com a comunidade de Três Coroas, no Vale do Paranhana, um dos principais polos calçadistas do Brasil. Produzindo 18 mil pares de calçados todos os dias, a empresa exporta 10% de sua produção para mais de 13 países, principalmente da América Latina.

### **Origem Sustentável**

Levando em consideração as dimensões ambiental, econômica, social e cultural traduzidos em 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 Bebecê, a Piccadilly (Diamante), 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 60 fabricantes de calçados e componentes brasileiras. Conheça no site [www.origemsustentavel.org.br](http://www.origemsustentavel.org.br).



## ORIGEM SUSTENTÁVEL NOS POLOS CALÇADISTAS



O evento Sustentabilidade na Prática, ocorrido no último dia 7 de junho, em Campo Bom/RS, será levado para alguns dos principais polos calçadistas brasileiros. Promovido pelo programa Origem Sustentável, o evento será realizado no dia 26 de julho, em Birigui/SP, no dia 1º de agosto em Nova Serrana/MG, e no dia 25 de outubro, em Franca/SP (programação a confirmar).

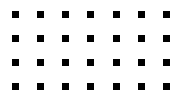
O gestor de Projetos da Abicalçados, Cristian Schlindwein, destaca que o objetivo dos eventos é gerar conteúdo e informação sobre sustentabilidade para empresas locais. “A sustentabilidade, não somente ambiental, mas econômica, social e cultural, é um caminho sem volta para as empresas. Além dos ganhos com imagem de marca, uma empresa sustentável pode ter ganhos com redução de custos. É isso que queremos mostrar, como a sustentabilidade pode, na prática, ajudar não somente na preservação ambiental, mas também na preservação e ampliação dos seus negócios”, avalia.

A primeira parada do Origem Sustentável será em Birigui/SP, a partir das 18h30, quando os empresários Carlos Mestriner (Klin), Maria Aparecida Mestriner Colli (Pampilli), Sérgio Gracia (Kidy) e Marcus Rosaboni (JR Soluções) falarão sobre a sustentabilidade nos seus respectivos negócios. O evento será na sede do Sindicato das Indústrias de Calçados e Vestuário de Birigui (Sinbi) e as inscrições estão abertas no [link](#).

Já no dia 1º de agosto, o Origem Sustentável desembarca em Nova Serrana/MG, mais especificamente na sede do Sindicato Intermunicipal das Indústrias de Calçados de Nova Serrana (Sindinova). O encontro acontecerá a partir das 19 horas e reunirá um painel com Pedro Gomes da Silva (Randall), Ronaldo Lacerda (Lynd) e Atson Bressas (Atta Solados), que contarão seus cases na área da sustentabilidade. As inscrições estão abertas no [link](#).

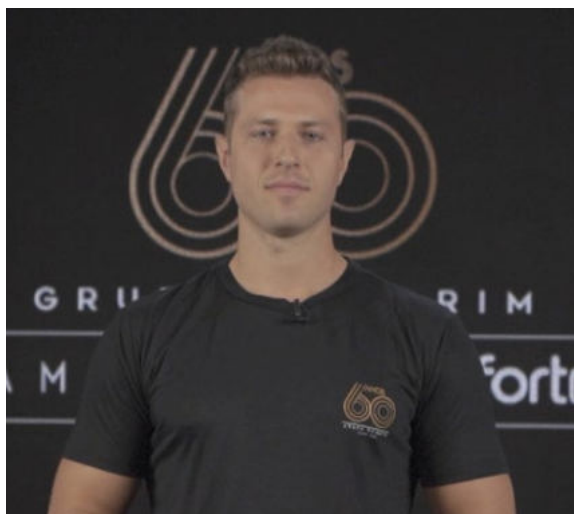
### Programa

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 no site [www.origemsustentavel.org.br](http://www.origemsustentavel.org.br).



## RAMARIM PROJETA CRESCIMENTO DE 40%

Vice-presidente de uma das mais importantes fábricas de calçados do Brasil, a Ramarim, Marçal Müller está na empresa desde 2013. O gestor, que faz parte da terceira geração da família fundadora do grupo, criado em 1962, conversou exclusivamente com o Abinforma. Na entrevista, ele ressaltou as dificuldades provocadas pela pandemia de Covid-19 e sobretudo a retomada da atividade e suas expectativas para 2022.



### **Abinforma - Conte um pouco da história da Calçados Ramarim.**

**Marçal Müller** - A Calçados Ramarim foi fundada em 1962 e atualmente possui quatro unidades, matriz em Nova Hartz/RS, uma unidade em Sapiranga/RS e duas unidades em Jequié/BA (essas com 25 anos de atividades). Hoje geramos mais de seis mil empregos diretos no Grupo e exportamos para todos os continentes.

### **Abinforma - Como e quando iniciou a sua trajetória no setor calçadista?**

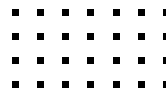
**Müller** - Sou a terceira geração do Grupo Ramarim e estou atuando na empresa desde 2013.

### **Abinforma - A pandemia afetou muito o setor calçadista brasileiro. Como foi o ano de 2020 para a empresa? Quais medidas precisaram tomar? Houve queda de quanto na produção?**

**Müller** - A passagem da pandemia trouxe muitos desafios ao setor, como fechamento de lojas e paradas do parque fabril. Nós, do Grupo Ramarim, respeitamos todas as diretrizes passadas pelas autoridades e nos esforçamos ao máximo para não haver demissões, movimento no qual conseguir ter êxito, quase não havendo desligamentos. Em 2021 já voltamos a ter crescimento em produção e funcionários.

Com relação às mudanças provocadas pela pandemia, passamos a intensificar o trabalho com tecnologia, com reuniões diárias quando os colaboradores estavam em *home office*, atendimentos a lojista e evoluções significativas em melhorias na plataforma de e-commerce, entre outros pontos.

*“A PASSAGEM DA PANDEMIA TROUXE MUITOS DESAFIOS AO SETOR, COMO FECHAMENTO DE LOJAS E PARADAS DO PARQUE FABRIL. NÓS, DO GRUPO RAMARIM, RESPEITAMOS TODAS AS DIRETRIZES PASSADAS PELAS AUTORIDADES E NOS ESFORÇAMOS AO MÁXIMO PARA NÃO HAVER DEMISSÕES, MOVIMENTO NO QUAL CONSEGUIR TER ÊXITO, QUASE NÃO HAVENDO DESLIGAMENTOS.”*



**Abinforma - Já em 2021, especialmente a partir do segundo semestre, com o arrefecimento da pandemia de Covid-19, houve uma melhora para a atividade. Como foi o ano para a Ramarim? Foi possível recuperar as perdas de 2020?**

**Müller** - O Grupo Ramarim praticamente não teve perdas dentro do ano de 2020. Conseguimos lidar muito bem considerando o ano como um todo e a situação que o mundo se encontrava. Já 2021 foi um ótimo ano, com crescimento no número de colaboradores e vendas.

**Abinforma - O ano de 2022, apesar de certa instabilidade, começou bem para a atividade. Por favor, avalie o ano da ótica da Ramarim? Já houve crescimento? Qual a expectativa até o final do ano?**

**Müller** - O ano de 2022 começou muito bem e está se desenhando para ser um dos melhores da história da Ramarim, pois fomos proativos e nos moldamos no cenário atual de necessidades de nossos clientes. Neste cenário, estamos projetando um crescimento de 40% em cima de 2021.

*“O ANO DE 2022 COMEÇOU MUITO BEM E ESTÁ SE DESENHANDO PARA SER UM DOS MELHORES DA HISTÓRIA DA RAMARIM, POIS FOMOS PROATIVOS E NOS MOLDAMOS NO CENÁRIO ATUAL DE NECESSIDADES DE NOSSOS CLIENTES. NESTE CENÁRIO, ESTAMOS PROJETANDO UM CRESCIMENTO DE 40% EM CIMA DE 2021.”*

**Abinforma - Existem projetos de investimentos para curto e médio prazos?**

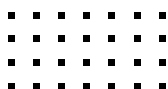
**Müller** - Sim. Estamos em constante crescimento e investimento, temos planos de gerar mais empregos em 2022 e fazer ampliações de parque fabril.

**Abinforma - Na sua opinião, hoje, quais são os principais gargalos que seguram o desenvolvimento do setor calçadista no Brasil?**

**Müller** - As principais dificuldades são a alta carga tributária e a legislação trabalhista.

**Abinforma - A sustentabilidade, não somente no pilar ambiental, mas também econômico, social e cultural, tem se estabelecido como uma realidade irreversível para todas as atividades. Como a Ramarim trabalha a questão e qual a importância da sustentabilidade para a empresa?**

**Müller** - A sustentabilidade é um fator muito importante dentro do Grupo. Trabalhamos muito em cima deste ponto todos os dias, buscando melhorias no que existe de mais tecnológico neste ponto e temos orgulho em dizer que somos uma empresa que gera praticamente zero lixo/resíduo para a natureza, pois temos um setor de reciclagem muito forte e reaproveitamos praticamente todos os nossos resíduos.



## ASSINTECAL REVELA MATERIAIS MAIS UTILIZADOS NOS CALÇADOS BRASILEIROS

Com o objetivo de gerar informações qualificadas para basear estratégias das empresas da cadeia calçadista, a Associação das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal) lançou, no dia 15 de junho, a 8ª edição do Mapeamento - Quantificação dos Materiais no Calçado.



A publicação, desenvolvi-

da pela entidade com a parceria do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), aponta os principais componentes utilizados na fabricação de calçados brasileiros. O evento, on-line, contou com a condução do doutor em Economia e consultor setorial, Marcos Lélis, que abordou ainda o cenário nacional e internacional para a cadeia produtiva do calçado.

Com uma amostragem de mais de 200 milhões de pares, que representam mais de 54% da produção nacional de calçados - tirando chinelos -, o Mapeamento lançado pela Assintecal tem margem de erro de menos de 1%. Entre os dados apresentados, estão que os cabedais de laminados de poliuretano respondem por mais de 40% do total produzido. Em seguida aparecem os desenvolvidos com laminados de PVC (25%), materiais têxteis (20,9%) e couro (12,8%). Já no forro do calçado, o componente mais utilizado pelos fabricantes é o laminado de poliuretano (60,65%), enquanto nos solados é o PVC (33,3%) e nos enfeites os metais (36,38%). Os adesivos utilizados são majoritariamente à base de água (54,68%).

O Mapeamento - Quantificação dos Materiais no Calçado pode ser adquirido com a Assintecal, pelo e-mail [relacionamento@assintecal.org.br](mailto:relacionamento@assintecal.org.br).

---

## SINDIFRANCA E ILSA BRASIL APRESENTAM PROJETO SUSTENTÁVEL PARA OS RESÍDUOS DA INDÚSTRIA

O Sindicato das Indústrias de Calçados de Franca (Sindifranca) celebra sua mais nova parceira, a Ilsa Brasil, referência mundial em biotecnologia, especialista em transformar matérias-primas de origem renovável em produtos de alto desempenho para a agricultura.

Em evento com empresários do setor, no final de maio, Lucas Alban, CEO da Ilsa Brasil apresentou a empresa, de origem italiana, com unidades de processamento em diversos países, sendo duas em pleno funcionamento na cidade de Portão/RS. Alban demonstrou como a empresa, por meio da tecnologia foi capaz de transformar resíduos da indústria coureiro-calçadista em fertilizantes altamente eficientes, reduzindo o impacto ambiental e aumentando a produtividade das culturas agrícolas.

Na ocasião, foi assinado entre Sindifranca e Ilsa Brasil um protocolo de intenções onde esta pretende instalar uma unidade de processamento de resíduos em Franca nos próximos meses, para tratar de uma demanda antiga do setor: um destino mais sustentável para os resíduos coureiro-calçadistas. A expectativa de Alban é que a unidade de processamento possa começar as operações em até 18 meses. Os estudos e procedimentos técnicos já estão em andamento. A usina atenderá os resíduos da indústria calçadista e também de curtumes e outros que proces-sam couro na região.



## 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 Confecção (Abit), Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário (Abimóvel) e Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil). A realização é do programa By Brasil Components, Machinery and Chemicals e a parceria do Sebrae Nacional.

A superintendente da Assintecal, Silvana Dilly, 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. “A sustentabilidade, não somente no produto final, mas em todo o processo produtivo, é uma realidade sem volta para o setor. Viemos trabalhando o conceito nos pilares ambiental, econômico, social e cultural com nossos associados, que certamente apresentarão grandes novidades tendo como mote justamente a produção sustentável”, adianta, acrescentando que os primeiros inscritos no INSPIRAMAIS ainda receberão “mimos surpresa” que estão sendo preparados pela Assintecal.

Segundo Silvana, o conceito da sustentabilidade estará presente na extensa programação de palestras com especialistas na área, que será divulgada em breve.

### Projetos

O INSPIRAMAIS, como de praxe, além da geração de negócios entre os mais de 150 expositores de materiais e insumos e os milhares de compradores nacionais e internacionais esperados, abrigará também os projetos Conexão INSPIRAMAIS, que apresenta novidades resultantes da pesquisa da moda realizada pelo Núcleo de Design da Assintecal; o Espaço da Sustentabilidade, com expositores de produtos ecorresponsáveis; o Hub Conexão Criativa, com a exposição de materiais inovadores e disruptivos desenvolvidos por micro e pequenas empresas e do setor; e o Preview do Couro, com as novidades em peles e couros.

Acompanhe as novidades do INSPIRAMAIS no site [www.inspiramais.com.br](http://www.inspiramais.com.br).



Explore todas as atrações  
do **INSPIRAMAIS**.  
Único Salão de Design, Inovação  
e Sustentabilidade de Materiais  
da América Latina.



**19 e 20 de julho**  
A partir das 10h



**Centro de Eventos FIERGS**  
Porto Alegre/RS

Inscreva-se:



 inspiramais  
 inspiramais  
 @inspiramaisoficial  
 [inspiramais.com.br](http://inspiramais.com.br)

Promoção:

  
ASSINTECAL

  
ABIT  
BRASILIA ANEXOS

  
abimóvel  
Associação Brasileira de Indústria de Móveis

  
CICB  
CENTRO DAS INDÚSTRIAS DE  
CUTANEO DO BRASIL







## POLÍTICA NACIONAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS

**Suély Mühl**

Coordenadora Jurídica  
suely@abicalcados.com.br

A Política Nacional de Resíduos Sólidos (inclui logística reversa) está em constante desenvolvimento, e a Abicalçados quer garantir que os seus associados estejam sempre atualizados sobre as mudanças relacionadas ao tema.

Recentemente ocorreu a publicação do [Decreto Federal nº 11.044](#), que institui o Certificado de Crédito de Reciclagem - Recicla+, em vigor a partir de 14/04/2022.

O Recicla+ reconhece e regulamenta a prática já disseminada de utilização de créditos de reciclagem para compensação da pegada de logística reversa das empresas, validando as ações de quem adotou essa estratégia até o momento.

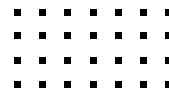
Com essa publicação, observa-se a regulamentação, válida para todo território nacional, de forma mais específica e segura dos certificados de créditos de reciclagem, seus requisitos e suas características para o efetivo cumprimento das metas de logística reversa, seja de embalagens em geral ou de outros resíduos. Gostaríamos de trazer atenção especial para o fato de que o decreto prevê a obrigatoriedade na regularização dos fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes.

Os créditos de reciclagem são emitidos por entidades gestoras devidamente cadastradas no SINIR e autorizadas a emitir o Recicla+. A [Abicalçados](#), associada do [Instituto Rever](#) (entidade gestora), já disponibiliza para os seus associados a opção de adequação ao sistema de Logística Reversa, pela certificadora eureciclo, e com verificação independente da Central de Custódia (verifica a veracidade, autenticidade e unicidade de cada crédito). Essa parceria firmada beneficia os associados com descontos exclusivos na compra de certificados, além de segurança jurídica junto aos órgãos fiscalizadores.

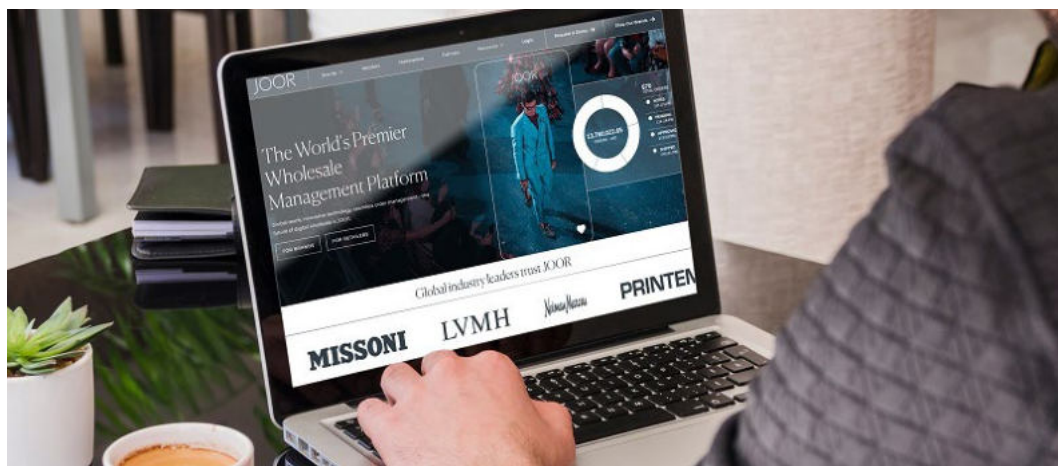
Em caso de dúvidas relacionadas ao assunto, disponibilizamos o contato com um especialista da eureciclo, João Simons, que estará à disposição para ajudar nesse processo: João Simons Barbosa, Novos Negócios eureciclo, (+55 11) 98965-4986

Adicionalmente, disponibilizamos um [artigo explicativo](#) sobre o tema, escrito pelo consultor da Abicalçados, Elias da Silveira Neto, CEO da Ecovalor.





## ABICALÇADOS ABRE INSCRIÇÕES PARA A MAIOR PLATAFORMA B2B DE MODA DO MUNDO



A Abicalçados, por meio do Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações do setor mantido em parceria com a Agência Brasileira de Promoção das Exportações e Investimentos (ApexBrasil), está com inscrições abertas para empresas interessadas em participar da plataforma digital Joor ([joor.com/](http://joor.com/)). Considerada a maior plataforma digital B2B (*business to business*) do setor da moda mundial, com mais de 355 mil compradores de 150 países cadastrados, a Joor tem foco no mercado norte-americano.

Com inscrições a partir de US\$ 850, a Joor permite que os calçadistas comercializem seus produtos de forma direta com alguns dos principais *players* do mercado mundial. A ação Brazilian Footwear by Joor inicia no próximo dia 15 de julho e transcorre até o dia 15 de janeiro de 2023. “São seis meses de prospecção e negociações com importantes compradores, especialmente do mercado dos Estados Unidos, principal importador de calçados brasileiros e que vem aumentando suas compras de produtos brasileiros”, ressalta a analista de Promoção Comercial da Abicalçados, Carla Giordani, acrescentando que cerca de 40% dos compradores cadastrados na plataforma são daquele mercado.

Além dos negócios gerados, Carla destaca que a Joor auxilia as empresas na divulgação com a imprensa especializada dos Estados Unidos, especialmente por meio dos esforços de marketing digital que serão realizados pela agência de Relações Públicas local contratada pelo Brazilian Footwear. A participação também contempla um evento exclusivo da plataforma com marcas brasileiras, chamado de Joor Passport, que garantirá um espaço de destaque e esforço concentrado para atração de compradores durante oito semanas a partir do dia 2 de agosto.

### Perfil

Após a inscrição, as marcas terão todo o suporte necessário da Abicalçados e da Joor para o desenvolvimento de perfis completos e com grandes possibilidades de geração de negócios. “A marca poderá criar *line sheets* customizadas para cada cliente e montar apresentações com *templates* inovadores, bem como utilizar filtros de busca para prospecção de clientes de acordo com as estratégias estabelecidas”, conclui a analista.

### Mercado

Dados elaborados pela Abicalçados apontam que, entre janeiro e junho, as exportações de calçados somaram 75 milhões de pares, que geraram US\$ 651,6 milhões, elevações de 31,3% em volume e de 67,5% em receita na relação com igual período do ano passado.

O incremento das exportações para os Estados Unidos seguem sendo determinantes para a performance positiva. Entre janeiro e junho, os calçadistas brasileiros embarcaram, para lá, 11,94 milhões de pares, que geraram US\$ 181,8 milhões, altas tanto em volume (+88,3%) quanto em receita (+106,7%) em relação ao mesmo período do ano passado. O volume já está quase 80% superior ao registrado na pré-pandemia, em 2019. Mais informações e inscrições com Carla Giordani pelo e-mail [carla@abicalcados.com.br](mailto:carla@abicalcados.com.br).

## BRAZILIAN FOOTWEAR



## MISSÃO NA COLÔMBIA TERÁ 16 MARCAS BRASILEIRAS

Retomando a ação presencial 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), levará 16 marcas calçadistas brasileiras para a Missão Comercial Colômbia. A ação prevê rodadas de negócios com compradores locais, showrooms em hotéis, seminário preparatório sobre o mercado local e eventos de relacionamento com a imprensa colombiana. A agenda acontece entre os dias 11 e 15 de julho, nas cidades de Bogotá e Medellín.

A analista de Promoção Comercial da Abicalçados, Carla Giordani, conta que mais de 140 reuniões já estão pré-agendadas para a ação. “Recebemos *feedbacks* de compradores colombianos ávidos para reencontrar os calçados brasileiros, poder ter de volta as reuniões presenciais. As expectativas são as mais positivas”, projeta. Carla diz, ainda, que existe uma demanda crescente por calçados brasileiros naquele mercado e que a iniciativa deve impulsionar ainda mais as exportações para a Colômbia, atualmente o 9º destino internacional do produto verde-amarelo. Entre janeiro e junho, foram exportados para lá mais de 5 milhões de pares, que geraram US\$ 19,44 milhões, incrementos de 23% em volume e de 49,5% em receita na relação com o mesmo período do ano passado.

### **Matchmaking**

Carla conta que todas as reuniões agendadas foram marcadas por meio de *matchmaking*, quando são cruzadas as ofertas e demandas dos participantes. “A ferramenta otimiza as negociações”, diz. Além das negociações, a analista destaca que estão marcados eventos de relacionamento com a imprensa local, o Photocall, no showroom de Bogotá, e uma ativação de imagem durante o showroom em Medellín, nos dias 12 e 14, respectivamente. “A presença junto à imprensa, com fornecimento de informações relevantes, é fundamental para a imagem do calçado brasileiro na Colômbia”, avalia.

Participam da Missão, com o apoio do Brazilian Footwear, as marcas 365 Days, Actvitta, Bebecê, Beira Rio, BR Sport, Ferracini 24h, Modare, Moleca, Molekinha, Molequinho, Opananken Antistress, Parô Brasil, Paro Cool, Uza Shoes, Vizzano e Zatz.



## MARCAS BRASILEIRAS PARTICIPAM DE FEIRAS NOS ESTADOS UNIDOS E FRANÇA

Marcas brasileiras, com o apoio 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), participaram, entre 14 e 17 de junho, da feira norte-americana Dallas Apparel & Accessories Market. Conforme relatório gerado pela Abicalçados, o evento deve gerar US\$ 133,3 mil entre negócios realizados *in loco* e alinhavados no evento, para três marcas participantes: Pegada, Petite Jolie e Schutz.

A analista de Promoção Comercial da Abicalçados, Paola Pontin, destaca que a mostra recebeu alguns dos principais *players* do mercado norte-americano, que está “em alta” para o calçado verde-amarelo. “Mais do que venda de alto volume, a feira tem o papel de auxiliar o posicionamento das marcas no mercado norte-americano, que cada vez mais volta seus olhos para os calçados brasileiros como opção sustentável e de qualidade diante dos produtos asiáticos”, avalia. Segundo ela, nos quatro dias de mostra, foram reportados contatos relevantes com compradores estadunidenses. “As marcas brasileiras vieram para a feira com o objetivo de abrir novos clientes e neste ponto a participação foi positiva”, acrescenta.

### Playtime

Também nos Estados Unidos, marcas brasileiras apoiadas pela Brazilian Footwear participam da Playtime Nova Iorque, entre 31 de julho e 2 de agosto. Participam do evento a Mini Melissa, Dalai Kids e Planet Sea. A feira, com foco no segmento infantil, é considerada estratégica para o posicionamento no concorrido mercado norte-americano. Paola explica que a mostra realiza uma curadoria de seleção dos expositores e compradores, o que garante contatos com alguns dos principais *players* do mercado local. As exportações brasileiras para os Estados Unidos, principal destino do calçado brasileiro no exterior, estão em elevação. Entre janeiro e junho, as fábricas brasileiras embarcaram para lá 11,94 milhões de pares, pelos quais foram pagos US\$ 181,8 milhões, resultados superiores tanto em volume (+88,3%) quanto em valores (+106,7%) em relação ao mesmo período do ano passado.

### França

A Playtime teve, ainda, uma edição realizada na França, em Paris, entre 2 e 4 de julho. Com o apoio do Brazilian Footwear, participou do evento a marca Tnin Shoes. Assim como a edição norte-americana, há seleção tanto de expositores quanto de compradores.

## **ABICALÇADOS REALIZA PROJETO PARA VENDAS DIRETAS AO CONSUMIDOR NOS EUA**



O Brazilian Footwear, programa realizado pela Abicalçados e ApexBrasil, está com inscrição abertas para uma mentoria de dropshipping com foco no mercado norte-americano. O projeto irá desenvolver competências para que as empresas calçadistas brasileiras possam atuar com dropshipping internacional, focado especialmente nos Estados Unidos.

A coordenadora de Promoção Comercial da Abicalçados, Leticia Sperb Masselli, destaca que o projeto se dá por meio de uma consultoria com *know how* no segmento calçadista brasileiro, trazendo para a empresa participante as informações, na prática, de todas as etapas necessárias para vendas diretas para o consumidor (B2C) internacional, assim como os produtos mais indicados da marca a serem apresentados nessa modalidade. “O projeto de mentoria do Brazilian Footwear é individual e permite que a empresa ganhe visibilidade junto a consumidores finais nos Estados Unidos, auxiliando de sobremaneira na construção de marca e portanto também com reflexos em negócios B2B (entre indústria e varejo). Ou seja, os clientes conhecerão sua marca e irão perguntar por ela nas lojas”, projeta Leticia.

O projeto terá duração total de seis meses e é voltado para empresas associadas à Abicalçados e/ou o Brazilian Footwear. O primeiro passo é uma análise de viabilidade, que será seguido pela definição de modelos, precificação e projeções de vendas e investimentos, abertura de empresa nos Estados Unidos, envio dos pares para *warehouse* local, *onboarding* na plataforma de vendas B2C, ativação de consumidores finais e relatórios mensais de resultados e sugestões para os próximos passos.

### **O que é?**

Dropshipping é um formato de vendas on-line que envolve um fornecedor, uma loja virtual e um cliente. Os pedidos gerados por uma loja virtual têm todo o processo de separação e envio do produto ao cliente feito pelo fornecedor. Neste caso, a empresa participante do projeto do Brazilian Footwear terá um ponto de armazenamento (*warehouse*) nos Estados Unidos, sendo que o pagamento é feito pelo cliente para a loja virtual, que fica com comissão e posteriormente repassa o valor ao fornecedor.

### **Mercado**

Maior importador de calçados do mundo, os Estados Unidos respondem por mais de 20% das importações internacionais. No caso do Brasil, o país é o principal destino das exportações de calçados. Entre janeiro e junho, foram embarcados para lá 11,94 milhões de pares verde-amarelos, que geraram US\$ 181,8 milhões, incrementos de 88% em volume e 106,7% em receita na relação com o mesmo período do ano passado.

Saiba mais sobre o projeto e inscreva-se pelo e-mail [leticia@abicalcados.com.br](mailto:leticia@abicalcados.com.br).

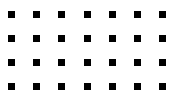


## **PROJETO COM COMPRADOR RUSSO DEVE GERAR US\$ 1 MILHÃO**

O Projeto Comprador Vip, realizado pelo Brazilian Footwear, programa desenvolvido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), deve gerar mais de US\$ 1 milhão para as marcas calçadistas brasileiras participantes. O valor está em relatório gerado pela Abicalçados em avaliação à iniciativa que trouxe ao Brasil o grupo russo Ekonika. Nesta edição, o projeto contou a parceria do escritório da ApexBrasil em Moscou.

Com mais de 150 lojas na Rússia, a Ekonika importa mais de 1 milhão de pares todos os anos e enxerga no Brasil um potencial fornecedor de calçados, diante dos atributos de qualidade e sustentabilidade. A analista de Promoção Comercial da Abicalçados, Carla Giordani, destaca que a expectativa é de venda de 40 mil pares brasileiros nos próximos seis meses em negócios que ficaram alinhavados durante o projeto, que contemplou visitas às fábricas e à Abicalçados entre os dias 20 e 24 de junho. “A Ekonika é um dos maiores grupos de varejo da Rússia e já trabalha com calçados brasileiros há algum tempo, mas quer ampliar o *mix* de produtos. No Projeto Comprador Vip, a compradora ressaltou a qualidade e o design dos nossos produtos”, avalia a analista, acrescentando que a Ekonika busca calçados casuais, esportivos e com materiais sustentáveis.

Participaram do Projeto Comprador as empresas Luz da Lua, Paqueta, Werner, Carrano, Ceconello, Killana, Bebecê, Dian Pátris, Wirth, ADG Export, Smidt, Arezzo, Tabita e Andine.





## **EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS TÊM INCREMENTO DE 67% NO SEMESTRE**

Dados elaborados pela Abicalçados apontam que, entre janeiro e junho, as exportações do setor somaram 75 milhões de pares, que geraram US\$ 651,6 milhões, incrementos de 31,3% em volume e de 67,5% em receita no comparativo com o primeiro semestre de 2021. Segregando apenas o mês de junho, as exportações somaram 10,7 milhões de pares e US\$ 112,9 milhões, altas tanto em volume (+37,6%) quanto em receita (+72,5%) na relação com o mesmo mês do ano passado.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, avalia que os números apontam para uma recuperação plena do período pré-pandemia, em 2019. “O semestre situou-se 35,6% e 30,9% acima do mesmo período de 2019, em valor e pares”, conta o executivo, ressaltando que as exportações estão sendo impulsionadas, principalmente, pelos Estados Unidos e por países vizinhos, caso do Chile. “Os Estados Unidos, o principal destino das exportações de calçados, já dobraram o volume importado. Já no caso do Chile, nossos embarques para lá já aumentaram quase 120% no semestre”, comenta Ferreira.

### **Estados**

Respondendo por 46% do total gerado pelas exportações de calçados, o Rio Grande do Sul é o maior exportador do setor. No primeiro semestre, partiram das fábricas gaúchas 21,67 milhões de pares, que geraram US\$ 299,4 milhões, altas de 54,3% em volume e de 79,5% em receita em relação aos primeiros seis meses de 2021.

## BALANÇA COMERCIAL

O segundo maior exportador do setor é o Ceará. Entre janeiro e junho, a indústria calçadista cearense embarcou 22,5 milhões de pares, que geraram US\$ 142,9 milhões, altas de 25,3% e 49,7%, respectivamente, ante o mesmo intervalo do ano passado.

No terceiro posto entre os exportadores de calçados apareceu São Paulo. No semestre, os calçadistas paulistas embarcaram 4,9 milhões de pares por US\$ 64,9 milhões, incrementos de 15% e 50,5% ante o mesmo interím de 2021.

Com incrementos de 43,6% em volume e 86,2% em receita, Minas Gerais foi o quarto estado exportador do período. Entre janeiro e junho, as fábricas mineiras embarcaram 7,18 milhões de pares, que geraram US\$ 42,45 milhões.

### Destinos

Principal destino dos calçados brasileiros no primeiro semestre, os Estados Unidos importaram 11,94 milhões de pares verde-amarelos, que geraram US\$ 181,8 milhões, incrementos de 88% em volume e 106,7% em receita na relação com o mesmo período do ano passado.

O segundo destino do calçado exportado foi a Argentina. No semestre, foram embarcados para lá 8,2 milhões de pares por US\$ 90,67 milhões, incrementos de 61,2% em volume e 88,3% em receita na relação com o intervalo correspondente de 2021.

No terceiro posto aparece a França. Nos seis meses, os franceses importaram 4,6 milhões de pares, pelos quais foram pagos US\$ 36,8 milhões, altas de 36,8% e 31,6%, respectivamente, ante o ano passado.

A surpresa da lista de destinos é o Chile, que passou de 9º destino em 2021 para 4º destino no primeiro semestre deste ano. Nos seis meses, foram exportados para lá 1,4 milhão de pares, que geraram US\$ 36,8 milhões, incrementos de 99,2% em volume e 119,7% em receita no comparativo com o mesmo período do ano passado.



### EXPORTAÇÕES

#### PRINCIPAIS ORIGENS

Três primeiros estados do ranking e o total do período

## CE

**CEARÁ**

JAN - JUN 2021: 17,93 milhões de pares  
JAN - JUN 2022: 22,49 milhões de pares

**VARIAÇÃO: 25,4%**

## RS

**RIO GRANDE DO SUL**

JAN - JUN 2021: 14,04 milhões de pares  
JAN - JUN 2022: 21,66 milhões de pares

**VARIAÇÃO: 54,3%**

## SP

**SÃO PAULO**

JAN - JUN 2021: 4,25 milhão de pares  
JAN - JUN 2022: 4,89 milhões de pares

**VARIAÇÃO: 14,9%**

**TOTAL**

JAN - JUN 2021: 57,08 milhões de pares

JAN - JUN 2022: 74,95 milhões de pares

**VARIAÇÃO: 31,3%**



### IMPORTAÇÕES

#### PRINCIPAIS ORIGENS

Três primeiros países do ranking e o total do período

## CHINA

JAN - JUN 2021: 4,95 milhões de pares  
JAN - JUN 2022: 7,93 milhões de pares

**VARIAÇÃO: 60,1%**

## VIETNÃ

JAN - JUN 2021: 4,43 milhões de pares  
JAN - JUN 2022: 3,80 milhões de pares

**VARIAÇÃO: -14,1%**

## INDONÉSIA

JAN - JUN 2021: 1,49 milhões de pares  
JAN - JUN 2022: 1,55 milhões de pares

**VARIAÇÃO: 4,1%**

**TOTAL**

JAN - JUN 2021: 11,12 milhões de pares

JAN - JUN 2022: 15,44 milhões de pares





**VARIAÇÃO: 27,4%**



Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

# ABINFORMA

Julho 2022 Nº 364 - Ano 32

 abicalcados  
 abicalcadosoficial  
 abicalcados  
 company/abicalcados



**ABICALÇADOS**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS  
INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

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