

ABINFORMA

INFORMATIVO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

AGOSTO 2022 | Nº 365 | ANO 32



ESPECIAL

**INDÚSTRIA CALÇADISTA
JÁ GEROU MAIS DE
27 MIL VAGAS EM 2022**

PALAVRA DO PRESIDENTE



RECUPERAÇÃO DO SETOR CALÇADISTA

Haroldo Ferreira
Presidente-executivo da Abicalçados

Com a criação de 27 mil vagas somente no primeiro semestre, o setor calçadista brasileiro vem se destacando na Indústria de Transformação brasileira. Com um total de quase 294 mil pessoas empregadas, estamos empregando 73 mil pessoas a mais do que no mesmo período de 2020 e 46 mil a mais do que no mesmo período do ano passado. Inclusive, já recuperamos os níveis da pré-pandemia, em 2019. Não é pouca coisa e aponta para a resiliência de um setor que sofreu muito com as restrições impostas em função do Covid-19, como o fechamento do comércio físico, instabilidades no mercado internacional, aumento de custos de matérias-primas, entre tantos outros problemas.

Na matéria especial deste Abinforma, o leitor conhecerá algumas das empresas de diferentes polos calçadistas que contribuíram para a performance positiva, fruto do desempenho de um mercado doméstico em crescimento, com incremento de 21% nas vendas até maio, e de um mercado externo igualmente aquecido e que cresceu mais de 67%, em receita gerada, no primeiro semestre.

Sustentabilidade

Um dos motivos que vem embalando o setor, principalmente em nível internacional, é a sustentabilidade. Não que as empresas já não implementassem a sustentabilidade na sua produção, mas o trabalho agora possui projeção maior por meio do Origem Sustentável. Mais do que um programa de certificação, ele funciona como um guia de sustentabilidade para que as empresas sigam implementando cada vez mais o conceito de ESG no seu ambiente produtivo. Durante o mês de julho, estivemos nos polos calçadistas de Birigui/SP e Nova Serrana/MG, com o Encontro Sustentabilidade na Prática, apresentado inicialmente em Campo Bom/RS. Foram centenas de empresários interessados em iniciar ou ampliar suas práticas sustentáveis, alguns até mesmo surpresos em saber de como a sustentabilidade pode, inclusive, ser rentável, com economia de recursos, diminuição do desperdício, e com ganhos de imagem e, conseqüentemente, de competitividade.

Feira

O mês também marcou a apresentação da feira Brazilian Footwear Show ao mercado. Com organização da promotora multinacional NürnbergMesse Brasil, a mostra foi divulgada em um *roadshow* que passou por alguns dos principais polos calçadistas brasileiros.

Essas notícias e muitas outras explicam, em grande parte, a força do nosso setor, que apesar de todas as adversidades enfrentadas, segue sendo um importante motor para o desenvolvimento do País.

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 Spinelli Gera, Iriwan 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 INDÚSTRIA CALÇADISTA GEROU MAIS DE 27 MIL POSTOS NO SEMESTRE

ARTIGO DO ESPECIALISTA

10 EDUCAÇÃO PROFISSIONAL PARA O NOVO MUNDO DO TRABALHO

ABINOTÍCIAS

11 ABICALÇADOS E NÜRNBERGMESSE BRASIL LANÇAM A FEIRA BRAZILIAN FOOTWEAR SHOW

ABINOTÍCIAS

12 ABICALÇADOS PARTICIPA DE ENCONTRO COM MINISTRO PAULO GUEDES

ABINOTÍCIAS

13 ORIGEM SUSTENTÁVEL NO 26º INSPIRAMAIS

ABINOTÍCIAS

14 SUSTENTABILIDADE NA PRÁTICA DESEMBARCA EM NOVA SERRANA/MG

ABINOTÍCIAS

16 VIA MARTE RECEBE CERTIFICAÇÃO DO ORIGEM SUSTENTÁVEL

ABINOTÍCIAS

18 SUSTENTABILIDADE É FOCO DO FORO LATINOAMERICANO DE CALZADO, NA GUATEMALA

ABI ENTREVISTA

19 “É UM BOM MOMENTO PARA A EMPRESA E PARA O SETOR CALÇADISTA BRASILEIRO”

ABINOTÍCIAS

21 ABICALÇADOS RECEBE CINCO NOVAS ASSOCIADAS

ACONTECE NOS POLOS

22 FENOVA MOSTRA FORÇA DO SETOR CALÇADISTA EM MINAS GERAIS

BRAZILIAN FOOTWEAR

23 CALÇADISTAS VOLTAM DA COLÔMBIA COM MAIS DE US\$ 1,7 MILHÃO EM NEGÓCIOS

BRAZILIAN FOOTWEAR

24 CASA BRASIL, EM LONDRES, TERÁ MARCAS BRASILEIRAS DE CALÇADOS

BRAZILIAN FOOTWEAR

25 MARCAS BRASILEIRAS PARTICIPAM DE CIRCUITO DE FEIRAS NOS ESTADOS UNIDOS

BRAZILIAN FOOTWEAR

26 CALÇADISTAS SOMAM US\$ 835 MIL EM NEGÓCIOS REALIZADOS NA JOOR

BALANÇA COMERCIAL

27 EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS CRESCERAM 64,8% ATÉ JULHO

ABINFORMA

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

Agosto 2022 Nº 365 - 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



RESTRIÇÕES ÀS IMPORTAÇÕES NA ARGENTINA PREOCUPAM SETOR CALÇADISTA BRASILEIRO



04 DE JULHO DE 2022
VALOR ECONÔMICO | GERAL

As novas regras para pagamento de importações estabelecidas pelo governo argentino estão preocupando o setor calçadista. O país vizinho é o segundo maior importador da indústria brasileira de calçados, atrás apenas dos Estados Unidos. Para Haroldo Ferreira, presidente-executivo da Abicalçados — associação que representa a indústria calçadista nacional —, a medida de impor pagamento para apenas seis meses após a chegada da mercadoria poderá inviabilizar as operações de exportação de algumas empresas para o mercado. Na semana passada, o Banco Central da República Argentina (BCRA) alterou as condições de acesso ao Mercado Único de Câmbio para pagamento de importações. Até 30 de setembro de 2022 os pagamentos das mercadorias só serão liberados após 180 dias. A medida tende a limitar, temporariamente, as importações, de modo a conter a saída de divisas e manter o nível de reservas internacionais. [Leia a matéria completa aqui.](#)

EM CARTA A PAULO GUEDES, COMÉRCIO PEDE PROVIDÊNCIAS SOBRE OPERAÇÃO-PADRÃO



08 DE JULHO DE 2022
FOLHA DE SP

Em uma carta enviada ao ministro da Economia Paulo Guedes, entidades ligadas ao comércio pediram providências sobre a operação-padrão na Receita Federal. O documento é assinado por Alfredo Cotait Neto, presidente da ACSP (Associação Comercial de São Paulo), representando também líderes de outras entidades como Abicalçados e IBGM (joalherias). O texto menciona efeitos da pandemia, da Guerra da Ucrânia e da nova onda de Covid na China, além da operação-padrão, que agrava a situação brasileira. Fala também em interrupção dos fluxos de suprimento, que aumenta o custo e pressiona a inflação. Enquanto isso, a imagem do comércio brasileiro se desgasta devido a quebras de contratos por atraso e perda de competitividade nas entregas, afirmam as entidades. [Leia a matéria completa aqui.](#)

INDÚSTRIA DE CALÇADOS: SETOR TEM ALTA DE EXPORTAÇÃO E EMPREGO



12 DE JULHO DE 2022
BAND TV | JORNAL DA BAND

Entrevista com fábrica de calçados e com o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira.

[Assista aqui.](#)

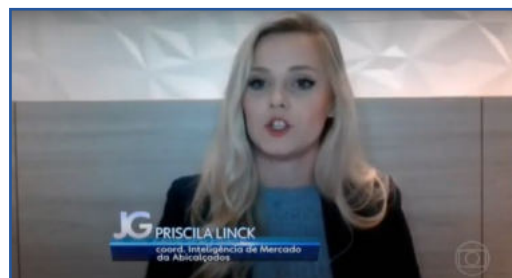
ABICALÇADOS REALIZA PROJETO PARA VENDAS DIRETAS AO CONSUMIDOR NOS ESTADOS UNIDOS



13 DE JULHO DE 2022
COMEX DO BRASIL

A Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (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 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. [Leia a matéria completa aqui.](#)

APROFUNDAMENTO DA CRISE NA ARGENTINA AFETA EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS



16 DE JULHO DE 2022
RBS NOTÍCIAS

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

[Assista aqui.](#)

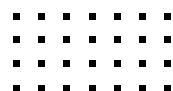
CALÇADISTAS CONTRATAM



17 DE JULHO DE 2022
GAÚCHA FM 93,7 MHZ | GAÚCHA FAIXA ESPECIAL

Entrevista com a coordenadora de Inteligência de Mercado da Abicalçados, Priscila Linck, sobre exportações de calçados.

[Ouça aqui.](#)

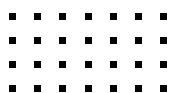


INDÚSTRIA CALÇADISTA GEROU MAIS DE 27 MIL POSTOS NO SEMESTRE



Em recuperação desde meados do ano passado, a indústria calçadista brasileira gerou mais de 4 mil vagas em junho, somando a geração de 27,5 mil postos de trabalho no primeiro semestre do ano. Com isso, o setor encerrou junho com 293,75 mil pessoas empregadas diretamente na atividade, 73 mil pessoas a mais do que no mesmo período de 2020 e 46 mil a mais do que no mesmo mês do ano passado. O número aponta para um crescimento de 18,6% em relação ao mesmo intervalo de 2021 e uma recuperação plena das perdas provocadas pela crise desencadeada pela pandemia de Covid-19. Hoje a indústria calçadista emprega 5,4% mais do que em 2019. Os dados foram elaborados pela Abicalçados.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que a indústria calçadista vem em recuperação. Segundo ele, no mercado doméstico, entre janeiro e maio, as vendas de calçados cresceram mais de 21% no comparativo com o mesmo período de 2021. Já nas exportações, entre janeiro e julho, foram embarcados 86,87 milhões de pares, 31,8% mais do que no mesmo intervalo do ano passado. “A indústria calçadista responde rapidamente aos estímulos da economia”, frisa.



Estados

Respondendo por 28% do total de empregos na atividade e sendo a principal empregadora da Indústria de Transformação do Rio Grande do Sul, a indústria calçadista gaúcha vem em crescimento. Conforme os dados elaborados pela Abicalçados, entre janeiro e junho, o setor calçadista gaúcho criou 7,2 mil vagas, encerrando o mês passado com 83 mil pessoas empregadas na atividade, 15,7% mais do que no mesmo período de 2021.

Segundo estado que mais emprega no setor, o Ceará gerou 3,63 mil postos no primeiro semestre, encerrando junho com 65 mil pessoas trabalhando na atividade, 13,3% mais do que no mesmo mês do ano passado. Assim como no Rio Grande do Sul, a indústria calçadista é a maior empregadora da Indústria de Transformação no Estado.

O terceiro estado que mais emprega no setor é a Bahia, que também possui na atividade a principal empregadora da Indústria de Transformação no Estado. No primeiro semestre, as fábricas baianas geraram mais de 5 mil postos, encerrando junho com 40,8 mil pessoas empregadas na atividade, 29,6% mais do que em junho de 2021.

Com crescimento de 28,7% no estoque de emprego em relação ao ano passado, São Paulo é o quarto maior empregador do setor calçadista nacional. No primeiro semestre, as fábricas paulistas geraram 5,4 mil vagas, encerrando o mês de junho com estoque de 34,25 mil empregos no setor.

Aquecimento das vendas

De janeiro de 2021 a janeiro de 2022, o Grupo Dass cresceu 23% o seu quadro de colaboradores. A empresa, que conta com seis fábricas na Bahia, uma no Ceará, além de filiais em Santa Catarina, São Paulo, Rio Grande do Sul e duas filiais na Argentina, é hoje uma das maiores empregadoras do setor no Brasil. A gerente de Recursos Humanos da área de Operações, Lidiane Garbuglio, destaca que a recuperação da atividade, tanto no mercado doméstico quanto internacional, tem sido fundamental para a performance no número de vagas criadas. “Sentimos o setor mais aquecido, com a criação de novas oportunidades de trabalho. Isso é muito positivo, pois vemos o impacto no desenvolvimento das comunidades em que atuamos, com a geração de emprego e renda. Prevemos crescer ainda mais até o final do ano”, pontua a gerente.



“SENTIMOS O SETOR MAIS AQUECIDO, COM A CRIAÇÃO DE NOVAS OPORTUNIDADES DE TRABALHO. ISSO É MUITO POSITIVO, POIS VEMOS O IMPACTO NO DESENVOLVIMENTO DAS COMUNIDADES EM QUE ATUAMOS, COM A GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA. PREVEMOS CRESCER AINDA MAIS ATÉ O FINAL DO ANO”

Lidiane Garbuglio
Grupo Dass

A Kidy, fabricante que tem unidades em Birigui/SP (matriz) e em Três Lagoas/MS, criou 461 vagas no ano passado e no primeiro semestre deste ano outras 221. O gerente de Recursos Humanos da empresa, João Marcelo Alias, ressalta que a geração de empregos é fruto da retomada no mercado interno e externo, onde comercializa 11% de sua produção de 16 mil pares diários, no período pós-pandemia de Covid-19. “Até o final do ano devemos gerar mais 100 empregos nas unidades de Birigui e Três Lagoas”, prevê. Segundo ele, a empresa deve terminar o ano com um incremento de 20% no faturamento.

Novos investimentos

Uma das maiores fabricantes de calçados do Brasil, a Calçados Beira Rio possui todas as suas 12 unidades produtivas no Rio Grande do Sul. No primeiro semestre, segundo informações da empresa, foram criadas 1,3 mil vagas no Estado, número que deve chegar a 1,8 mil até o final do ano. Segundo a diretora comercial e marketing da calçadista, Maribel Silva, existe uma recuperação equilibrada no mercado doméstico e internacional, para onde são enviados 18% dos mais de 450 mil calçados produzidos diariamente nas unidades fabris da Beira Rio. “O retorno global às atividades presenciais é um fator de peso e impacta na recuperação. Outro ponto significativo, e que fez muita diferença para os negócios da empresa, foi a agilidade para antever situações e cenários que poderiam levar ao desabastecimento (de insumos a produtos nas lojas), por exemplo”, conta Maribel, ressaltando que a calçadista reconfigurou sua dinâmica, antecipando a compra de matérias-primas e com isso regulou seus estoques internos.

Conforme Maribel, o bom momento faz com que novos projetos sejam tocados na empresa, como a ampliação da capacidade produtiva da filial 11, de Candelária/RS, que está sendo redimensionada para dobrar sua produção a partir de 2023, passando de 15 mil para 30 mil pares diários. “O planejamento da empresa também apresenta a estimativa de 35% de aumento no faturamento em relação a 2021”, projeta a diretora.



“ATÉ O FINAL DO ANO DEVEMOS GERAR MAIS 100 EMPREGOS NAS UNIDADES DE BIRIGUI E TRÊS LAGOAS”

João Marcelo Alias
Kidy



“O RETORNO GLOBAL ÀS ATIVIDADES PRESENCIAIS É UM FATOR DE PESO E IMPACTA NA RECUPERAÇÃO. OUTRO PONTO SIGNIFICATIVO, E QUE FEZ MUITA DIFERENÇA PARA OS NEGÓCIOS DA EMPRESA, FOI A AGILIDADE PARA ANTEVER SITUAÇÕES E CENÁRIOS QUE PODERIAM LEVAR AO DESABASTECIMENTO (DE INSUMOS A PRODUTOS NAS LOJAS), POR EXEMPLO”

Maribel Silva
Calçados Beira Rio

O bom momento do setor calçadista nacional e seus reflexos no emprego se dá em todas as empresas, independente dos portes e do segmento de atuação. Com uma produção mensal de 90 mil chinelos por mês, a HG Industrial, produtora das marcas Marana, Sandbell, Brisa e Beira Mar, em Juazeiro do Norte/CE, também vem crescendo em produção e, conseqüentemente, em nível de emprego. A diretora da empresa, Rosana Ribeiro, destaca que neste ano o quadro de 90 funcionários deve aumentar para mais de 110 pessoas. “O mercado sempre consegue se adaptar às necessidades do momento e se reinventar para resistir a grandes crises, caso a provocada pela pandemia. A partir de agora, a empresa está trabalhando em novos projetos, especialmente no que diz respeito à digitalização (marketing digital e e-commerce), para seguir em crescimento”, explica a diretora, ressaltando que, além dos chinelos, a empresa produz 80 toneladas de placas com borracha sintética e placas de Eva todos os meses para abastecer a indústria de transformação em geral.



“O MERCADO SEMPRE CONSEGUE SE ADAPTAR ÀS NECESSIDADES DO MOMENTO E SE REINVENTAR PARA RESISTIR A GRANDES CRISES, CASO A PROVOCADA PELA PANDEMIA. A PARTIR DE AGORA, A EMPRESA ESTÁ TRABALHANDO EM NOVOS PROJETOS, ESPECIALMENTE NO QUE DIZ RESPEITO À DIGITALIZAÇÃO, PARA SEGUIR EM CRESCIMENTO”

Rosana Ribeiro
HG Industrial

EMPREGOS NO SETOR (SEMESTRE)

1º RS

SALDO: 7,2 MIL VAGAS CRIADAS NO SEMESTRE
TOTAL DE EMPREGOS: 83 MIL POSTOS

2º CE

SALDO: 3,63 MIL VAGAS CRIADAS NO SEMESTRE
TOTAL DE EMPREGOS: 65 MIL POSTOS

3º BA

SALDO: 5 MIL VAGAS CRIADAS NO SEMESTRE
TOTAL DE EMPREGOS: 40,8 MIL POSTOS

4º SP

SALDO: 5,4 MIL VAGAS CRIADAS NO SEMESTRE
TOTAL DE EMPREGOS: 34,25 MIL POSTOS

BRASIL:

SALDO: 27,5 MIL VAGAS CRIADAS NO SEMESTRE
TOTAL DE EMPREGOS: 293,75 MIL POSTOS

Confira os demais estados brasileiros [neste link](#).



EDUCAÇÃO PROFISSIONAL PARA O NOVO MUNDO DO TRABALHO

Robson Braga de Andrade

Empresário e presidente da Confederação Nacional da Indústria (CNI)

Entre os muitos componentes ligados ao mundo do trabalho que a nova era digital deixou para trás – além de objetos, equipamentos e comportamentos caídos em desuso –, está a sensação de que é possível concluir os estudos. No cenário atual, que exige profissionais não só antenados com o que está acontecendo no mundo, mas também dotados de espírito inovador, a aprendizagem precisa ser continuada e ocorrer ao longo de toda a vida (*long life learning*, no termo em inglês). Alguns podem encarar esse fato como uma dificuldade, mas a atitude correta, diante das múltiplas oportunidades profissionais que surgirão, é não desistir nunca.

O ambiente de trabalho está passando por profundas transformações, em consonância com as mudanças nos modelos de negócios e na produção, ocasionadas pela revolução digital. Muitas ocupações tradicionais estão se alterando radicalmente ou sendo extintas. Enquanto isso, outras surgem a todo instante. Nesse panorama de renovação, terão vantagens aqueles que tiverem habilidades tecnológicas, pensamento crítico, velocidade na execução de tarefas, flexibilidade e capacidade de aprender e de trabalhar em equipe.

Essas são algumas das competências técnicas e emocionais que devem fazer parte da educação profissional para dotar os trabalhadores dos instrumentos necessários ao bom desempenho de suas funções. O ensino, em todos os níveis formais e técnicos, precisa ser multidisciplinar, pois as tarefas serão cada vez mais complexas em praticamente todos os setores da economia – em especial, na indústria. É imprescindível preparar estudantes e trabalhadores para essa nova realidade, com a máxima urgência possível.

O Mapa do Trabalho Industrial 2022-2025, lançado em maio pelo recém-criado Observatório Nacional da Indústria, identificou a demanda futura por mão de obra para orientar a formação profissional de base industrial no País. Segundo o estudo, até 2025, o Brasil precisará qualificar 9,6 milhões de pessoas em ocupações na indústria: 2 milhões em formação inicial – para repor inativos e preencher novas vagas – e 7,6 milhões em formação continuada, que são os trabalhadores que precisam se atualizar. Ou seja, 79% da necessidade, nos próximos quatro anos, será em requalificação e aperfeiçoamento.

Uma boa notícia é que devem ser criadas 497 mil vagas formais em ocupações industriais, saltando dos atuais 12,3 milhões de empregos no setor para 12,8 milhões em 2025. Esses postos de trabalho demandarão conhecimentos em níveis de qualificação, técnico e superior. De acordo com o estudo, as maiores oportunidades estarão nas áreas de construção, metalmeccânica, logística e transportes, alimentos e bebidas, têxtil e vestuário, automotivo, tecnologia da informação, eletroeletrônica, gestão e couro e calçados.

Para estimular a mudança nos sistemas de educação profissional no mundo, o Fórum Econômico Mundial lançou a Aceleradora de Competências (*Closing the Skills Gap Accelerator*, no original em inglês). O objetivo do programa é qualificar 1 bilhão de pessoas em todo o mundo em oito anos, especialmente em setores de alta tecnologia, como automotivo, de energia e de biotecnologia. No Brasil, o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) coordena a força-tarefa, em parceria com o Governo Federal e a Microsoft. A meta é qualificar 4,2 milhões de trabalhadores em novas tecnologias até 2025.

O Senai vai potencializar o trabalho que já realiza em formação profissional – com mais de 2 milhões de alunos por ano. Trará para a iniciativa o maior número de empresas que queiram apoiar a qualificação por meio de compartilhamento de informações e experiências, além de apoio no desenvolvimento de novos cursos. Nesse enorme esforço de capacitação para as exigências do novo mundo do trabalho, o Brasil pode contar com o Senai, cuja excelência é reconhecida mundialmente, e com todas as instituições do Sistema Indústria.



ABINOTÍCIAS

ABICALÇADOS E NÜRNBERGMESSE BRASIL LANÇAM A FEIRA BRAZILIAN FOOTWEAR SHOW

Em um momento histórico para o setor calçadista nacional, a Abicalçados e a NürnbergMesse Brasil lançaram, durante o mês de julho, a Brazilian Footwear Show (BFSHOW). Tendo como premissas o foco em negócios, infraestrutura completa e transparência, a feira terá duas edições por ano, lançando coleções de Primavera-Verão e Outono-inverno. A primeira edição apresentará as coleções de Outono-Inverno no Centro de Eventos da Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul (Fiergs), nos dias 21 a 23 de novembro de 2023. Lançando coleções da temporada quente, a segunda edição da BFSHOW ocorrerá entre 21 a 23 de maio de 2024, no Transamérica Expo Center, em São Paulo/SP.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destacou que a realização de uma feira feita por empresários para empresários estava no foco da entidade e associados há anos, mas que foi a partir de 2020 que a ideia ganhou força. “A ideia não nasceu ontem, está sendo gestada há bastante tempo, mas foi no primeiro semestre de 2021 que realizamos uma pesquisa para ouvir dos empresários, da indústria e do varejo de calçados, sobre a percepção das feiras físicas em um cenário pós-pandemia, no que diz respeito à localização ideal, datas e edições. Foi a partir dos resultados dessa pesquisa que colocamos em prática a Feira do Calçado Brasileiro. Foi uma solicitação do mercado”, disse o executivo. Segundo ele, a partir da demanda foi criado um Comitê de Feiras, com associados de todos os portes e polos calçadistas brasileiros, que ajudou a definir o projeto.

No início do ano, a Abicalçados abriu uma concorrência entre promotoras brasileiras e internacionais para a organização da feira. “A Abicalçados é uma associação representativa e trouxe um anseio do mercado. Não temos expertise na realização de feiras, então identificamos empresas para nos auxiliar nessa missão. Seis promotoras foram convidadas a participar, cinco enviaram propostas, e a escolhida foi a NürnbergMesse Brasil”, contou Ferreira, destacando que a promotora alemã, com escritório no Brasil, apresentou a melhor proposta levando em consideração o objetivo do foco em negócios, infraestrutura completa e transparência, tudo isso com redução de custos.

Os investimentos por metro quadrado também foram abertos no evento e serão até 30% mais baixos do que a média praticada no mercado de feiras de calçados. Os reajustes, em edições futuras, serão via IPCA e sempre colocados com transparência ao mercado.

R\$ 1 milhão para passagens e hospedagens

No evento, a NürnbergMesse Brasil anunciou o investimento de R\$ 1 milhão por ano para atração de compradores nacionais e internacionais por meio do NMB Buyer, que trará para a BFSHOW alguns dos principais compradores do mercado nacional e internacional. “Esta já é uma prática realizada pela NürnbergMesse em outros eventos ao redor do mundo, com o objetivo de alavancar negócios em feiras”, frisou o CEO da promotora, João Paulo Picolo, ressaltando que os investimentos são todos auditados.

Feira nacional

Com o objetivo de apresentar a BFSHOW nos polos produtivos e realizar uma feira efetivamente nacional, de todos os polos, portes e segmentos, a Abicalçados e a NürnbergMesse Brasil lançaram a mostra em diversos momentos. A primeira apresentação aconteceu no dia 12, em Novo Hamburgo, e posteriormente foi até São João Batista/SC (14), Nova Serrana/MG (21), Birigui/SP (26), Jaú/SP (27) e Franca/SP (27).

ABICALÇADOS PARTICIPA DE ENCONTRO COM MINISTRO PAULO GUEDES



O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, esteve, no último dia 15 de julho, em reunião com o ministro da Economia Paulo Guedes. O encontro, ocorrido em Brasília, teve como pauta os números da indústria calçadista nacional, a preocupação com as recentes restrições às importações na Argentina, o combate à pirataria e o lançamento da feira Brazilian Footwear Show (BFSHOW).

Apresentando dados que apontam para o crescimento da atividade, o executivo da Abicalçados ressaltou que o setor criou mais de 27 mil postos até junho, encerrando o período com quase 294 mil empregos diretos na área. A performance positiva é impulsionada pelo crescimento no mercado internacional. Entre janeiro e junho, as exportações de calçados aumentaram mais de 67% na relação com o mesmo período do ano passado, somando mais de US\$ 651 milhões. Por outro lado, Ferreira demonstrou preocupação com a situação da Argentina, segundo principal destino internacional para o calçado brasileiro que, no final de junho, 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 fato pode, inclusive, inviabilizar negócios”, disse.

A pirataria e o comércio ilegal de calçados foram outros dois temas da pauta da conversa com o ministro Paulo Guedes. Segundo Ferreira, a indústria calçadista, assim como outros segmentos da economia, sofre com as ilegalidades. “É uma concorrência desleal com um setor sério, que trabalha no Brasil e rende divisas e desenvolvimento para o País. É inadmissível que a situação prossiga como está”, acrescentou.

Ao final do encontro, o dirigente da Abicalçados falou sobre o lançamento da nova feira de calçados, que tem como premissa ser “uma feira realizada por empresários para empresários”, fortalecendo o setor de mostras comerciais do setor calçadista no Brasil. A Brazilian Footwear Show, lançada no último dia 12 de julho, terá duas edições ao ano, apresentando coleções de Outono-Inverno e de Primavera-Verão. A primeira edição do evento acontece nos dias 21 a 23 de novembro de 2023, na Fiergs (Porto Alegre/RS), e a segunda entre 21 a 23 de maio de 2024, no Transamérica Expo Center (São Paulo/SP).



ABINOTÍCIAS

ORIGEM SUSTENTÁVEL NO 26º INSPIRAMAIS

A 26ª edição do INSPIRAMAIS, salão que lançou materiais e insumos para as indústrias de calçados, confecções, móveis e bijuterias nos dias 19 e 20 de julho, no Centro de Eventos da FiegRS (Porto Alegre/RS), recebeu uma apresentação do case de sustentabilidade da Box Print, indústria de embalagens de Campo Bom/RS. Após a apresentação, conduzida por Eduardo Petry, superintendente comercial da empresa, três indústrias de componentes receberam a certificação Origem Sustentável.

Fundada em 1958, a Box Print leva a sustentabilidade no seu DNA. Segundo Petry, certificada no nível Diamante - o máximo do Origem Sustentável, com mais de 80% dos indicadores do programa cumpridos -, a empresa acelerou seus processos rumo à produção sustentável há quatro anos, quando além da certificação da cadeia calçadista, recebeu a certificação internacional B.Corp pelos processos produtivos ambientalmente e socialmente responsáveis. “Hoje, 98% dos nossos resíduos são reciclados”, conta o superintendente. Com 950 colaboradores, a Box Print produz mais de três mil toneladas de embalagens para diversos segmentos todos os meses, se destacando por uma gestão de matéria-prima diferenciada e que leva em consideração aspectos ecorresponsáveis. “Além de a produção ter esse cuidado, a empresa conta com 85 hectares de área para reflorestamento, tendo neutralizado, desde 2009, mais de 99 mil toneladas de CO2”, destaca Petry.

Origem Sustentável

Após a palestra, os presidentes da Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal) e da Abicalçados, Gerson Berwanger e Haroldo Ferreira, subiram ao palco para entregar a certificação Origem Sustentável para mais três empresas: Du-blauto (nível Prata), Reginato Metais (nível Prata) e Branyl (nível Bronze).

Levando em consideração as dimensões ambiental, econômica, social e cultural trazidas 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 o fornecedor 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 Du-blauto, Reginato Metais e Branyl, Bebecê (Diamante), 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 a certificação no site origemsustentavel.org.br.

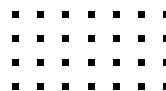
SUSTENTABILIDADE NA PRÁTICA DESEMBARCA EM NOVA SERRANA/MG



O Encontro Sustentabilidade na Prática, que está percorrendo os principais polos calçadistas brasileiros, aconteceu no último dia 1º de agosto durante a abertura oficial da 13ª Febrac, feira de máquinas e insumos para calçados realizada em Nova Serrana/MG. Na oportunidade, dirigentes da Abicalçados, da Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal), do Sindicato Intermunicipal das Indústrias de Calçados de Nova Serrana (Sindinova) e empresários do polo local destacaram a importância da sustentabilidade nos processos produtivos em toda a cadeia do calçado.

O governador de Minas Gerais, Romeu Zema, participou do evento de forma remota. Em vídeo enviado para a organização, o executivo destacou a importância da sustentabilidade e de se trazer o tema para o polo calçadista mineiro. “Eventos como este devem ser reconhecidos e sempre incentivados. A sustentabilidade é fundamental para o nosso planeta e a indústria deve fazer parte desse movimento. Fico feliz de estar ocorrendo em Nova Serrana, um dos municípios que mais cresce em Minas Gerais”, disse o governador, parabenizando as entidades realizadoras do Encontro.

Na sequência, Aline Santos, gestora de Marketing e Relacionamento da Assintecal, apresentou a certificação Origem Sustentável, a única do mundo a certificar processos produtivos em ESG para a cadeia do calçado. Segundo ela, é fundamental que todos os elos estejam interligados no movimento pela sustentabilidade, de forma a garantir que todos os processos e materiais envolvidos no processo de fabricação de um calçado sejam, de fato, sustentáveis. Levando em consideração as dimensões ambiental, econômica, social e cultural trazidas em indicadores desenvolvidos em consonância com parâmetros internacionais de ESG, o Origem Sustentável conta com auditorias externas do Senai, SGS, Intertek, Bureau Veritas e DNV. “Trata-se de um programa sério e abrangente, que além de auxiliar na preservação do meio ambiente e dos direitos humanos, traz ganhos de competitividade através da imagem junto a um consumidor mais exigente”, destacou Aline.

**Painel**

O painel apresentado na sequência contou com mediação de Aline e do presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, que destacou a importância da certificação não somente de produtos, mas de processos produtivos efetivamente sustentáveis. “São inúmeras as vantagens competitivas de fabricantes sustentáveis, aqui e no mercado internacional. A Abicalçados recebe consultas semanais de compradores internacionais que buscam fornecedores de calçados que trabalham de acordo com conceitos de ESG. Neste ponto, o Origem Sustentável é uma ferramenta de ampliação da competitividade”, comentou.

O presidente do Sindinova e da Lynd, fabricante do polo calçadista de Nova Serrana, Ronaldo Lacerda, corroborou a fala dos presentes, destacando que a sustentabilidade adotada por cada vez mais empresas do setor aponta para uma evolução da atividade, em sinergia com o momento atual e com a demanda dos consumidores. “Faz parte da evolução dos negócios a adoção de meios mais sustentáveis e eficientes de produção. É uma ação para o meio ambiente e para a sociedade”, frisou.

O diretor da Atta Solados, Atson Rodrigues Melo Bessas, também participou do painel. Segundo ele, a empresa entendeu a importância da sustentabilidade em todos os seus pilares, não somente ambiental, mas também social e econômico. “Hoje, todas as empresas que querem se manter no mercado precisam pensar nisso, pensar a sustentabilidade em todos os seus pilares. Muitas pessoas ligam o conceito somente ao pilar ambiental, mas não é. E ela pode ser rentável, por meio da otimização e economia de recursos”, ressaltou.

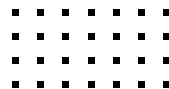
O empresário e presidente da Randall Calçados, de Nova Serrana, Pedro Gomes da Silva, destacou que a adoção de processos produtivos mais sustentáveis é primordial para a sobrevivência das empresas e que levar o evento para o polo foi uma ação importante e que terá reflexos relevantes no polo calçadista local. “As empresas precisam, cada vez mais, agregar processos produtivos sustentáveis e um encontro como este, promovido pela Assintecal e pela Abicalçados, é de extrema importância”, disse.

São Paulo

O painel também foi realizado em Birigui/SP, na sede do Sindicato das Indústrias de Calçados e Vestuário de Birigui (Sinbi) no último dia 26 de julho, com os empresários Carlos Mestriner (Klin), Maria Aparecida Mestriner Colli (Pampili), Ricardo Gracia (Kidy) e Marcus Rosaboni (JR Soluções), que destacaram seus cases de sustentabilidade. No próximo dia 25 de outubro o evento vai até Franca/SP, no Sindicato das Indústrias de Calçados de Franca (Sindifranca).

Febrac

Retornando após um hiato de três anos, a Feira de Máquinas e Componentes para Calçados (Febrac) ocorreu entre os dias 2 e 4 de agosto, em Nova Serrana. A promoção do evento, que contou com mais de 70 fornecedores de máquinas e insumos para calçados, foi do Sindinova.



VIA MARTE RECEBE CERTIFICAÇÃO DO ORIGEM SUSTENTÁVEL

Mais uma grande indústria calçadista recebeu, no último dia 5 de agosto, a certificação no Origem Sustentável. A certificação garante que a Via Marte traz a sustentabilidade em todos os seus pilares, ambiental, social, econômico e cultural.

Na entrega da certificação, ocorrida na sede da empresa, em Nova Hartz/RS, o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destacou o empenho da calçadista, principalmente na área social, na qual possui uma série de ações junto a todos os *stakeholders* com o objetivo de engajar pessoas e empresas sobre a importância da sustentabilidade. “A sustentabilidade é uma jornada. Hoje a Via Marte se engaja no time de empresas responsáveis e certificadas pelo programa, o único da cadeia calçadista no mundo”, comentou. O presidente da Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal), Gerson Berwanger, ressaltou a importância do engajamento de mais uma grande calçadista ao programa, como forma a estimular cada vez mais a cadeia de fornecedores. “O Origem Sustentável é um programa sério, com indicadores internacionais e auditorias externas. O fato de a Via Marte estar certificada certamente irá estimular com que mais empresas, inclusive de fornecedores de insumos e materiais, se tornem sustentáveis”, disse.

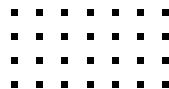
O gerente de Recursos Humanos da empresa, Elizeu Fontes, destacou que entre as ações de sustentabilidade que culminaram na certificação da calçadista está a implantação de uma estrutura de governança da sustentabilidade, a qual criou as políticas na área com seus desdobramentos de metas e indicadores a serem alcançados. “A Via Marte visualiza a sustentabilidade com muita seriedade, como meio de perpetuar a empresa realizando a gestão em todas as suas dimensões”, ressaltou o gerente, destacando que, na área, se destacam a ética e a conduta que a empresa possui nas relações com os seus colaboradores, fornecedores, parceiros, clientes e sociedade, com a qual a organização realiza um trabalho de engajamento com relação à política institucional de sustentabilidade.

Social

Na área social, a Via Marte realiza, em parceria com o SESI, um programa de cuidado com a saúde dos colaboradores por meio de atendimentos odontológicos, vacinação contra a gripe, controles e acompanhamento de hipertensos, diabéticos e obesidade, tudo de forma gratuita. Além disso, a empresa promove ações de desenvolvimento dos funcionários, com cursos profissionalizantes, de graduação e pós-graduação, e treinamentos internos.

No ambiente da produção, a calçadista também realiza uma série de ações para eliminação da insalubridade, como a não utilização de substâncias restritas na fabricação dos calçados e a substituição de adesivos químicos por adesivos a base d'água na preparação dos cabedais; a redução do ruído dentro dos setores produtivos; climatização; entre outras medidas definidas em um amplo programa de ergonomia que tem o objetivo de trazer melhor qualidade de vida no trabalho.





A Via Marte possui, ainda, engajamento social na comunidade em que está inserida. Alguns dos projetos de destaque são o Grupo Amigos da Via Marte, com 122 colaboradores doadores de sangue, realizando a cada 90 dias doações que atendem a toda a sociedade; o patrocínio anual à feira do livro e à festa cultural de Nova Hartz; apoio a entidades como Apae, Liga de Combate ao Câncer, Bombeiros Voluntários etc; e doações de livros à biblioteca municipal.

Ambiental

Especificamente na área ambiental, a Via Marte buscou a assessoria da Ecovalor, empresa de gestão ambiental que auxilia na realização do gerenciamento dos resíduos sólidos originados do processo produtivo. “Todos os resíduos da empresa passam por uma reciclagem interna e o que não pode ser reciclado é descartado de forma correta por meio de coprocessamento, servindo como combustível de queima para as empresas cimenteiras”, informa o gerente, acrescentando que a empresa possui parte do consumo de energia elétrica proveniente de fonte limpa desde 2020 e que realiza projetos de doações de mudas de árvores para reflorestamento em áreas degradadas.

Fornecedores

A gestão de fornecedores também é outra ação que contribuiu para o recebimento da certificação. “Buscamos fornecedores que já possuem a certificação do programa Origem ou que estão em fase de adquiri-la. O apoio a fornecedores locais em sua grande maioria também faz parte desta gestão”, conta Fontes.

Via Marte

Com uma produção diária de 30 mil pares de calçados, dos quais exporta 12% para os Estados Unidos e países da América Latina, Europa e Oriente Médio, a Via Marte é uma das principais indústrias de calçados do Rio Grande do Sul e emprega mais de 2,2 mil pessoas em três unidades, duas em Nova Hartz e uma em Sapiranga/RS.

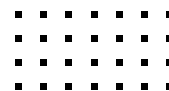
Meta é o Diamante

Destacando que a sustentabilidade é uma jornada permanente, Fontes conta que a Via Marte pretende montar um departamento com profissionais na área de sustentabilidade, que possam dar continuidade ao trabalho implantado e que busquem desenvolver as políticas de sustentabilidade da empresa. “Iniciamos com a certificação nível Prata e continuaremos com um trabalho sério para buscar a certificação nível Ouro na próxima etapa, mas nossa meta estipulada é o nível Diamante”, conclui o gerente.

Programa

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 Via Marte, a Bebecê (Diamante), Piccadilly (Diamante), Vulcabras (Diamante), Bibi (Diamante), Beira Rio (Diamante), Usaflex (Diamante), Calçados Ala (Prata), Boxprint (Diamante), Caimi & Liaison (Diamante), Bertex (Ouro), Tintas Killing (Ouro), Perfil Injetados (Prata), Fibertex (Prata), Dublauto (Prata), Reginato Metais (Prata) e Branyl (Bronze). Encontram-se em processo de certificação mais de 60 fabricantes de calçados e componentes brasileiras. Conheça a certificação no site origemsustentavel.org.br.



SUSTENTABILIDADE É FOCO DO FORO LATINOAMERICANO DE CALZADO, NA GUATEMALA



A Abicalçados foi convidada para participar da 24ª edição do Foro Latinoamericano de Calzado, realizado nos dias 8 e 9 de agosto, na Cidade da Guatemala/Guatemala. Na oportunidade, os presidentes do Conselho e executivo, e o gestor de Projetos da entidade, Caetano Bianco Neto, Haroldo Ferreira e Cristian Schlindwein, respectivamente, falaram sobre o desempenho do setor calçadista brasileiro e a sustentabilidade da cadeia produtiva.

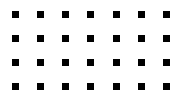
No primeiro dia do evento, Schlindwein realizou uma apresentação de cases de sustentabilidade da indústria calçadista brasileira, fazendo referência à única certificação de ESG da cadeia produtiva do calçado no mundo, o Origen Sustentável. “O Origen Sustentável traduz o que a cadeia produtiva do calçado já faz em termos de sustentabilidade e instiga para que cada vez mais empresas se engajem nesse movimento por um futuro melhor”, destacou, ressaltando que, além da dimensão ambiental, o programa certifica empresas que atuam em consonância com os direitos humanos.

No segundo dia do Foro, Ferreira apresentou o desempenho da indústria calçadista brasileira, que se coloca como uma alternativa aos calçados asiáticos, que ficaram mais caros em função do aumento dos custos com frete internacional. “A proximidade geográfica e a excelência da indústria calçadista brasileira, a maior do Ocidente, nos coloca como um importante *player* internacional do setor”, destacou o executivo, ressaltando que, entre janeiro e julho, as exportações brasileiras somaram 86,87 milhões de pares, que geraram US\$ 763,4 milhões, incremento tanto em volume (+31,8%) quanto em receita (64,8%) em relação ao mesmo período do ano passado.

No dia 9, Schlindwein ainda realizou, na feira Expo Calzado -, que ocorre no mesmo local do Foro - uma apresentação do case de internacionalização da indústria calçadista brasileira, que exportou mais de 120 milhões de pares no ano passado e está presente em mais de 170 países.

Foro

O 24º Foro Latinoamericano de Calzado foi uma organização da Grecalza (associação de calçadistas da Guatemala), entidade que faz parte da Agrupación de Cámaras de Calzado de América Latina (Accal), juntamente com as associações e câmaras de calçados de 12 países - Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, Guatemala, México, Paraguai, Peru, Uruguai, Venezuela, El Salvador e Nicarágua - com o objetivo de compartilhar experiências e discutir os desafios do setor calçadista na América Latina.



“É UM BOM MOMENTO PARA A EMPRESA E PARA O SETOR CALÇADISTA BRASILEIRO”

Uma das marcas de calçados femininos de couro mais reconhecidas no mercado nacional, a Luiza Barcelos, de Belo Horizonte/MG, não nasceu de sapateiros habituados à atividade. Foi da paixão de uma consumidora por calçados, a fundadora da empresa Dorinha Barcelos, que surgiu a empresa, em 1989. Hoje à frente da companhia, o diretor Luiz Barcelos conta com orgulho a trajetória da empresa, resalta o crescimento obtido nos anos mais recentes e faz projeções otimistas.



Abinforma - Conte um pouco da história da empresa

Luiz Barcelos - A empresa foi criada por minha mãe, em 1989. Não éramos envolvidos com o setor até então. Ela recebeu a notícia de que meu pai estava com uma doença grave e precisou trabalhar para manter o nosso sustento. Um dia ela visitou uma fábrica em Belo Horizonte e comprou um sapato, que fez sucesso com uma amiga. Perguntada onde comprou, ela disse que vendia, e aí começou tudo. Por um bom tempo, ela comprava e revendia calçados, até resolver abrir o próprio negócio a partir da compra de uma pequena fábrica local. Era 1989 e eram produzidos 40, 50 pares por dia.

Abinforma - E você entrou no negócio?

Barcelos - A mãe distribuiu cargos com os irmãos. Não tivemos muita escolha (risos). Aí fomos tomando gosto e profissionalizando o negócio. Para 2022, temos a meta de produzir 1 milhão de pares, um crescimento de 60% ante 2021. É o maior volume produzido na história da Luiza Barcelos.

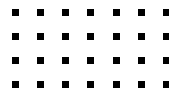
Abinforma - Quantas unidades produtivas a empresa possui?

Barcelos - Temos duas unidades, a matriz, em Belo Horizonte/MG, e uma fábrica em Campo Bom/RS.

Abinforma - Quantos funcionários trabalham na indústria?

Barcelos - Hoje temos mais de 450 funcionários, com possibilidade de ampliar esse número.

“ESTAMOS CRESCENDO MUITO POR MEIO DE FRANQUIAS. HOJE TEMOS 44 LOJAS, SENDO SEIS DELAS PRÓPRIAS, EM TODO O BRASIL. UM FATO CURIOSO, PELA PERCEPÇÃO AMPLIADA DA MARCA, É QUE O NOSSO CRESCIMENTO VIA FRANQUIAS VEM AUMENTANDO TAMBÉM OS VOLUMES NAS MULTIMARCAS, UMA DEMANDA DAS CONSUMIDORAS. A NOSSA META É ENCERRAR O ANO QUE VEM COM MAIS DE 60 LOJAS MONOMARCAS NO PAÍS.”

**Abinforma - A que se deve esse crescimento?**

Barcelos - Estamos crescendo muito por meio de franquias. Hoje temos 44 lojas, sendo seis delas próprias, em todo o Brasil. Um fato curioso, pela percepção ampliada da marca, é que o nosso crescimento via franquias vem aumentando também os volumes nas multimarcas, uma demanda das consumidoras. A nossa meta é encerrar o ano que vem com mais de 60 lojas monomarcas no País.

Abinforma - E a exportação, absorve quanto da produção?

Barcelos - Hoje, a exportação responde por 2%. É um volume pequeno, que queremos aumentar para 5% no próximo ano. Os principais destinos são Estados Unidos, América Latina, França e Portugal.

“ESTAMOS OTIMISTAS. VIEMOS DE DOIS ANOS DE CRESCIMENTO BASTANTE EXPRESSIVOS, 60% EM 2021 E POSSIVELMENTE 60% NESTE ANO. PARA 2023, A META É CRESCER MAIS 40%. OU SEJA, DE 2019 PARA CÁ JÁ DOBRAMOS DE TAMANHO. É UM BOM MOMENTO PARA A EMPRESA E PARA O SETOR CALÇADISTA BRASILEIRO.”

Abinforma - E quais são os planos para curto e médio prazos?

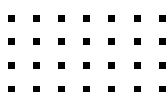
Barcelos - Estamos buscando ampliar a produção e para isso estamos negociando uma planta produtiva, muito possivelmente no Vale do Sinos, Rio Grande do Sul. Nela, inicialmente, devem ser gerados entre 130 e 140 empregos.

Abinforma - A empresa vem encontrando dificuldades nas contratações?

Barcelos - Sim, a falta de mão de obra é um problema para a empresa, mas estamos buscando no mercado. Uma solução que estamos trabalhando é em parceria com a Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (Fiemg). O projeto prevê o treinamento e capacitação de colaboradores para a produção. Até o final do ano vamos formar a primeira turma, com 20 alunos. Internamente, para despertar a vontade de trabalhar com calçados, estamos realizando conscientizações junto aos nossos colaboradores, para que chamem seus filhos e netos para trabalhar na produção.

Abinforma - Em termos percentuais, dá para apontar um crescimento para 2023?

Barcelos - Estamos otimistas. Viemos de dois anos de crescimento bastante expressivos, 60% em 2021 e possivelmente 60% neste ano. Para 2023, a meta é crescer mais 40%. Ou seja, de 2019 para cá já dobramos de tamanho. É um bom momento para a empresa e para o setor calçadista brasileiro.





ABICALÇADOS RECEBE CINCO NOVAS ASSOCIADAS

Reforçando o time de defesa da competitividade da indústria calçadista nacional, a Abicalçados recebeu, nos meses de junho e julho, mais cinco empresas associadas. Com focos em sustentabilidade, desenvolvimento e incremento das exportações, as novas parceiras da entidade se somam às mais de 230 empresas associadas e que respondem por mais de 65% da produção nacional do setor - de mais de 800 milhões de pares por ano.

Reconhecida pela produção de calçados com qualidade, conforto e estilo, a Terra & Água, de Farroupilha/RS, buscou a associação com o objetivo de conquistar a certificação do Origem Sustentável, único programa de ESG para a cadeia calçadista no mundo. “Estamos presentes em todo território nacional e em mais de 30 países, com a missão de trazer o melhor design, conforto e qualidade para os consumidores, sempre com responsabilidade com o nosso planeta. Por isso, temos como objetivo a busca por melhores processos, como as diminuições de poluentes, utilização de toda matéria-prima de maneira consciente, o que faz com que nossos produtos sejam recicláveis. Neste contexto, a certificação no Origem Sustentável é muito importante”, conta a diretora Katuska Luana Senhor Tramontina, ressaltando que a empresa também busca ampliar as exportações via ações do Brazilian Footwear. Conheça a marca no site terraeagua.com.br.

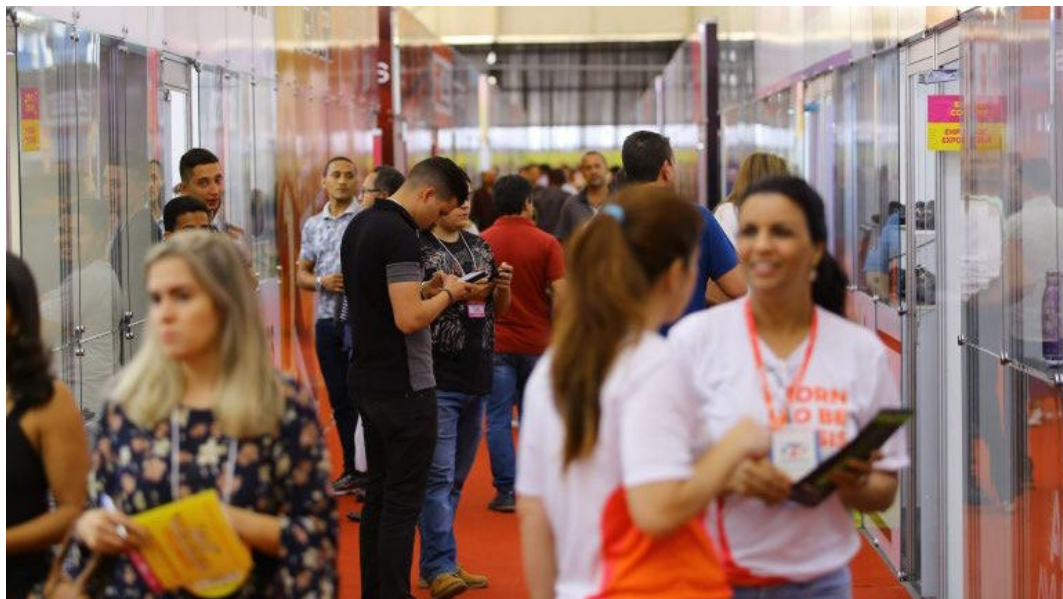
Marca de calçados femininos clássicos e confortáveis em couro, a Pura, de São Paulo/SP, entrou para o time da Abicalçados em busca de uma inserção completa no mundo do calçado. “Queremos estar por dentro de tudo o que acontece, encurtar caminhos e profissionalizar o negócio, inclusive iniciando as nossas exportações com o apoio do Brazilian Footwear”, comenta a diretora da empresa, Lívia Porto Padovez Paranaguá, que é especialista em bolsas e calçados formada pelo Instituto Europeo di Design (IED). Conheça a marca no site shoppura.com.br.

A gestora de marcas de calçados femininos em couro e de alto valor agregado Salts, do Rio de Janeiro/RJ, é outro reforço do setor calçadista nacional a se somar à Abicalçados. A empresa carioca, idealizada pela estilista Sabrina Prates, está há quatro anos no mercado e se destaca pelo detalhe, charme, conforto e trabalho artesanal, que valoriza a brasilidade. “Buscamos a associação com o objetivo principal de ampliar as exportações, embora utilizando todo o escopo de benefícios em geral”, conta Sabrina, ressaltando que a empresa, assim que formalizou a adesão, já fez inscrição na ação Brazilian Footwear by Joor, que comercializa marcas nacionais na maior plataforma B2B do mundo (joor.com). Conheça a marca no site salts.com.br.

Outra marca engajada à Abicalçados é a Priva, de Santa Cruz do Sul/RS. A empresa apresenta ao mercado tênis femininos confortáveis tendo o couro como material predominante. Segundo o gestor geral da marca, Tarso Saueressig, o objetivo da associação é participar da primeira edição da feira Brazilian Footwear Show (BFSHOW) e ações de exportações no âmbito do Brazilian Footwear. “Temos perfil para a exportação e a participação em ações do programa será importante para o incremento no mercado internacional”, projeta o gestor. Conheça a marca no site instagram.com/priva_br.

Com o objetivo de utilizar os inúmeros benefícios da Abicalçados para o mercado doméstico e internacional, a empresa de assessoria em calçados MT Saueressig, de Campo Bom/RS, buscou a associação. “Queremos estar por dentro de tudo o que acontece no setor calçadista, além de participar de ações de exportações por meio do programa Brazilian Footwear”, destaca o diretor da empresa, Tarso Saueressig.

FENOVA MOSTRA FORÇA DO SETOR CALÇADISTA EM MINAS GERAIS



Após um hiato de dois anos, a Feira de Calçados de Nova Serrana (Fenova) movimentou o setor calçadista em Minas Gerais. Realizada pelo Sindicato Intermunicipal das Indústrias de Calçados de Nova Serrana (Sindinova), a mostra reuniu, entre os dias 12 e 14 de julho, mais de 100 marcas de calçados.

Conforme a organização, a feira recebeu milhares de visitantes de todo o Brasil e parte do mundo, principalmente da América Latina. Segundo o presidente do Sindinova, Ronaldo Lacerda, a mostra apresentou a força do calçado em Minas Gerais.

Setor

Minas Gerais é um estado que vem se destacando na produção nos anos mais recentes. Conforme dados elaborados pela Abicalçados, em 2021, o setor calçadista do Estado respondeu por 15% do total produzido no Brasil (122 milhões de pares de um total de 806 milhões de pares). Em 2022, as fábricas mineiras seguem em expansão. Nos primeiros sete meses de 2022, exportou 8,15 milhões de pares, que geraram US\$ 50 milhões, altas de 39% em volume e de 85,3% em receita na relação com o mesmo período do ano passado. A performance positiva tem se refletido também na geração de empregos. Nos primeiros seis meses do ano, o setor calçadista local gerou 4,5 mil vagas na atividade, totalizando 32 mil pessoas empregadas, 23,7% mais do que no mesmo período de 2021.

SINBI REALIZA CAMPANHA BENEFICENTE

O Sindicato das Indústrias do Calçado e Vestuário de Birigui (Sinbi) e a Associação Comercial e Industrial de Birigui (Acib) uniram forças para ajudar a Santa Casa de Birigui, município do interior paulista. A campanha Lençóis do Bem tem o objetivo de arrecadar doações para a compra de tecidos que serão utilizados na confecção de lençóis para serem usados pelos doentes que procuram os serviços do hospital. Mais informações pelo telefone 18 3649 8000.



BRAZILIAN FOOTWEAR

CALÇADISTAS VOLTAM DA COLÔMBIA COM MAIS DE US\$ 1,7 MILHÃO EM NEGÓCIOS

Depois de mais de dois anos, a indústria calçadista brasileira retornou presencialmente à Colômbia para apresentar as coleções de primavera/verão para compradores deste mercado. Com o apoio do programa Brazilian Footwear, promovido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportação e Investimentos (ApexBrasil), 16 marcas participaram da Missão Comercial Colômbia, que ocorreu nas cidades de Bogotá e Medellín, entre os dias 11 e 15 de julho. No total, foram gerados mais de US\$ 1,7 milhão em negócios, entre efetivados e alinhavados durante o evento.

As empresas participantes realizaram 98 contatos. Destes, 79 foram novos. A analista de Promoção Comercial e responsável pelo mercado colombiano na Abicalçados, Carla Giordani, destaca que a ação superou as expectativas. “Recebemos compradores qualificados e dispostos a fazerem negócios com a indústria brasileira. Ouvimos muito, tanto em Bogotá quanto em Medellín, que as coleções estavam incríveis. E, de fato, tivemos esse retorno em números. Se somarmos os valores negociados in loco e a expectativa para os próximos seis meses, a edição de julho de 2022 foi uma das melhores edições realizadas no mercado até o momento”, ressalta Carla.

Pela primeira vez presencialmente na Colômbia, a Opananken Antistress voltou para Franca/SP com dois pedidos fechados com entrega para outubro e outros três pedidos de amostra. O gerente de exportações da calçadista, Leandro Moscardini, elogia a qualidade dos importadores que visitaram as empresas. “Todos os compradores eram muito qualificados e passaram por todos os estandes. Conversamos, inclusive, com compradores que inicialmente não estavam marcados. O formato da ação, muito dinâmico, também favorece essa possibilidade de clientes extras, o que sempre surpreende.”

Também com o objetivo de abrir um novo mercado na América Latina, a Parô, de São João Batista/SC, participou pela primeira vez da ação. A diretora de exportação da empresa, Schirley Booz, destaca que a missão foi muito importante para a empresa entender o mercado e fazer bons contatos. “Já vamos deixar algumas amostras na Colômbia e dar andamento às negociações iniciadas. Identificamos que as três marcas da empresa têm entrada no mercado colombiano, o que é positivo”, frisa Schirley.

Ativações estratégicas

Além do showroom, a missão teve a realização de ativações de promoção de imagem, como o Photocall - evento de relacionamento com a imprensa local - e de seminário sobre o mercado colombiano. “Essas ações são estratégicas e importantes porque representam uma oportunidade de mostrarmos de forma prática como os calçados brasileiros se unem à moda local”, comenta Carla.

A Ferracini 24h, de Franca/SP, que já participou de outras edições da missão comercial, esteve na ação com o objetivo de voltar a trabalhar com o mercado da Colômbia. A gerente de comércio exterior da calçadista, Thânia Fileto, fala que a presença da marca foi muito importante porque eles já estavam conversando com alguns clientes. “E na missão foi o momento para podermos conversar presencialmente e concretizar as vendas. Tivemos reuniões com *players* importantes e estratégicos para a Ferracini”, diz Thânia, ao comentar que a empresa teve cinco pedidos de amostras e um pedido fechado para entrega no final do ano.

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

CASA BRASIL, EM LONDRES, TERÁ MARCAS BRASILEIRAS DE CALÇADOS



A Casa Brasil, evento inédito que tem o objetivo de proporcionar uma experiência completa de brasilidade para importadores e consumidores do Reino Unido, reunirá diversos setores da economia brasileira. O setor calçadista estará presente por meio do Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações de calçados desenvolvido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção das Exportações e Investimentos (ApexBrasil). Pelo programa, serão expositoras oito marcas verde-amarelas de calçados femininos e masculinos. O evento acontece entre os dias 25 de agosto e 7 de setembro, em Londres/Inglaterra.

O objetivo do projeto, realizado pela ApexBrasil, é reforçar a imagem do Brasil com a criação de um ambiente de relacionamento de negócios e com ativações sensoriais de produtos tipicamente brasileiros com atributos de sustentabilidade e saudabilidade. Montada de forma temporária em Londres, e dedicada a reforçar o posicionamento junto ao público B2B e B2C, a Casa Brasil contará com os espaços Tasting Experience, Cafeteria/WineBar, Brazilian Garden Market e Business Lounge.

Calçados

A ativação para o setor calçadista faz parte de uma ação conjunta com a Associação Brasileira dos Estilistas (Abest), Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit) e Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos (IBGM) e acontecerá no dia 4 de setembro. “Neste dia, teremos uma ação com influenciadoras de moda do Reino Unido, que estão sendo selecionadas com o objetivo de divulgar as marcas brasileiras presentes para consumidor final”, conta a analista de Promoção Comercial da Abicalçados, Carla Giordani.

A gestora de Projetos da ApexBrasil, Mariele Laís Christ, destaca que a Casa Brasil é um passo importante para a projeção do calçado brasileiro no Reino Unido, mercado-alvo atual do Brazilian Footwear. “O objetivo da ação, que ocorre durante as comemorações do bicentenário da independência do Brasil, é proporcionar ao consumidor final do Reino Unido o conhecimento do que existe de melhor no nosso País, em moda, alimentos e bebidas”, ressalta, acrescentando que a ação com renomadas influenciadoras locais será muito importante para a criação de uma conexão mais direta das marcas com os consumidores locais.

Participam do evento, com o apoio do Brazilian Footwear, as marcas A Mafalda, Melissa, Ipanema, Paula Torres, Sarah Chofakian, Linus, Anatomic Co e Savelli.

MARCAS BRASILEIRAS PARTICIPAM DE CIRCUITO DE FEIRAS NOS ESTADOS UNIDOS

Principal destino internacional do calçado brasileiro, os Estados Unidos recebem, nos próximos meses, marcas nacionais nas feiras Playtime (Nova Iorque), Magic e Project Las Vegas (Las Vegas), Atlanta Shoe Market (Atlanta) e Magic NY (Nova Iorque). As participações são apoiadas pelo Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações de calçados brasileiros mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção das Exportações e Investimentos (ApexBrasil).

A primeira parada foi na Playtime, em Nova Iorque. Focada no mercado infantil, a mostra ocorreu entre 31 de julho e 2 de agosto. A mostra é considerada estratégica para o posicionamento no concorrido mercado norte-americano, especialmente no segmento infantil. Participam da feira, com apoio do Brazilian Footwear, as marcas Mini Melissa, Dalai Kids e Planet Sea.

A segunda parada será na Magic e Project Las Vegas, em Las Vegas. São mostras paralelas que acontecem entre os dias 8 a 10 de agosto. A primeira lança produtos mais comerciais, enquanto a segunda é focada em nichos mais conceituais e de alto valor agregado. Participam, com apoio do Brazilian Footwear, as marcas Activitta, Beira Rio Conforto, BR Sports, Carrano, Melissa, Modare Ultraconforto, Moleca, Molekinha, Molequinho, Pegada, Petite Jolie, Savelli, Schutz, Suzana Santos e Vizzano.

Na sequência, entre 13 e 15 de agosto, as marcas brasileiras desembarcaram na Atlanta Shoe Market, em Atlanta. Mostra, que trabalha com distribuidores e representantes do mercado norte-americano, tem foco em negócios e recebe grande visitação de compradores do sudeste dos Estados Unidos. Participam do evento, com apoio do Brazilian Footwear, as marcas Bottero, Ferrucci, Kidy, Melissa, Mini Melissa, Pegada, Petite Jolie, Picadilly e Schutz.

Encerrando o circuito de mostras norte-americanas, a Magic NY recebe marcas brasileiras entre os dias 18 e 20 de setembro. O evento tem grande visitação, especialmente de compradores da Costa Leste dos Estados Unidos e relevância significativa para posicionamento de marca no mercado local. Participam da feira, com apoio do Brazilian Footwear, as marcas Activitta, Beira Rio Conforto, BR Sports, Carrano, Ferrucci, Modare Ultraconforto, Moleca, Molekinha, Molequinho e Vizzano.

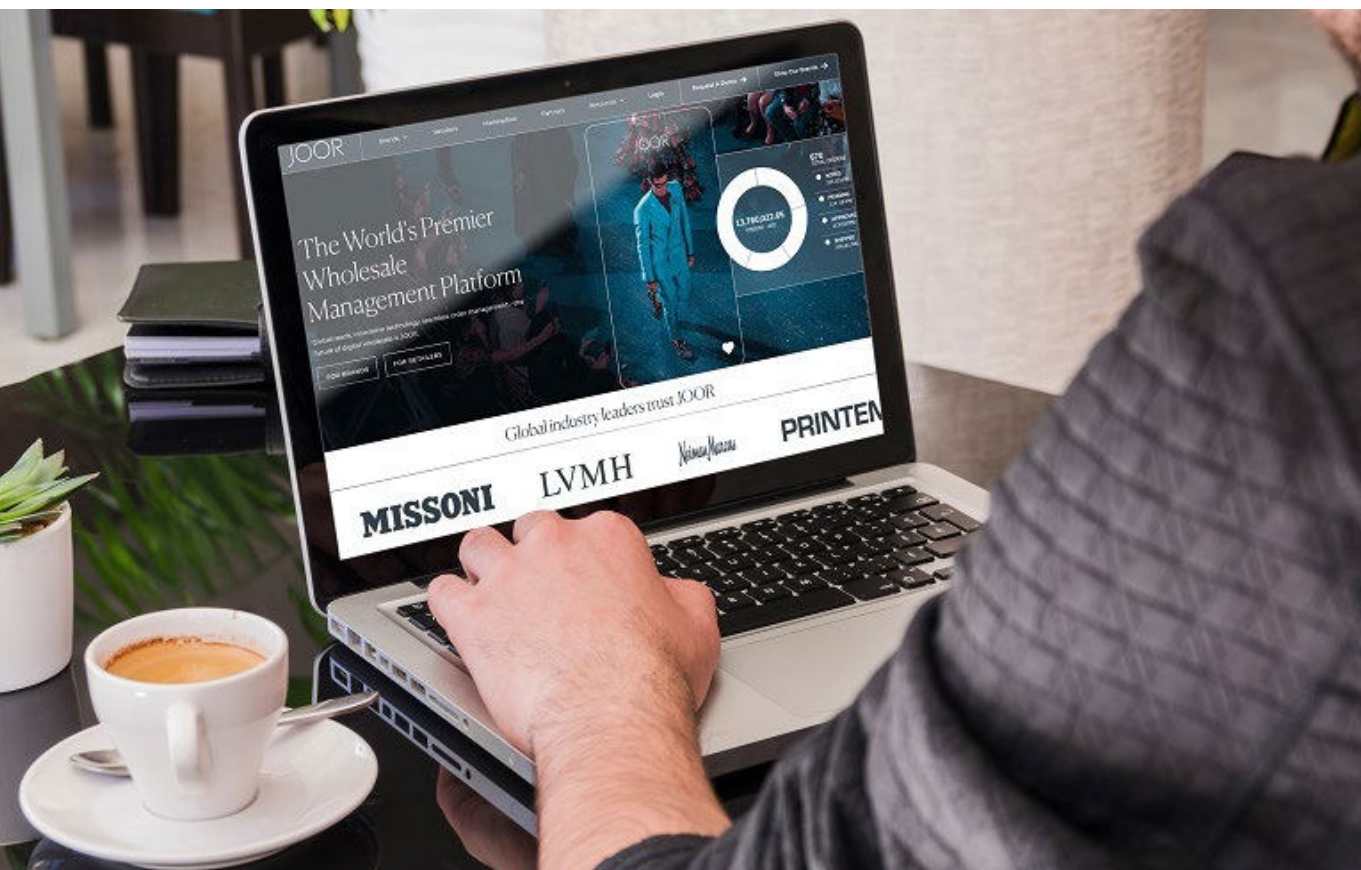
Mercado

Respondendo por quase um terço do valor gerado pelas exportações brasileiras, os Estados Unidos são o principal destino do calçado nacional. 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.

Segundo a analista de Promoção Comercial da Abicalçados, Paola Pontin, embora seja historicamente o principal mercado para o calçado brasileiro no exterior, ainda existe muito espaço para crescimento, já que os produtos verde-amarelos respondem por uma fatia de cerca de 1% do total importado pelos Estados Unidos. “Com a guerra comercial instalada entre Estados Unidos e China, questão que se soma aos altos custos dos fretes da Ásia, o mercado norte-americano tem voltado cada vez mais seus olhos para o Brasil. É um momento importante em crescimento, por isso a participação das marcas nas feiras locais é tão relevante”, conclui Paola.



CALÇADISTAS SOMAM US\$ 835 MIL EM NEGÓCIOS REALIZADOS NA JOOR



As marcas calçadistas Pegada, Paula Torres, Vozzi, Anatomic Shoes, Pampili e Usaflex, que participaram, durante seis meses, do projeto Brazilian Footwear by Joor, reportaram US\$ 835 mil em negócios realizados e alinhavados na plataforma digital internacional Joor.com. A participação verde-amarela foi promovida no âmbito 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).

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, o principal destino para o calçado brasileiro no exterior. Segundo a analista de Promoção Comercial da Abicalçados, Carla Giordani, as marcas brasileiras reportaram que comercializaram, durante a participação, o equivalente a US\$ 115 mil, a um preço médio de US\$ 75,8 por par. A esses negócios devem ser somados mais US\$ 720 mil em vendas que ficaram alinhavadas durante as conexões. “A participação foi satisfatória, tanto para posicionamento quanto em negócios gerados. Os calçados brasileiros vêm chamando muita a atenção do mercado norte-americano, que gradualmente vai substituindo suas importações da Ásia pelas verde-amarelas”, avalia a analista.

Mercado

Dados elaborados pela Abicalçados apontam que, entre janeiro e julho, as exportações de calçados somaram o embarque de 86,87 milhões de pares, que geraram US\$ 763,4 milhões, incremento tanto em volume (+31,8%) quando em receita (64,8%) em relação ao mesmo período do ano passado. O incremento das exportações para os Estados Unidos seguem sendo determinantes para a performance positiva. Nos setes meses, as exportações para lá somaram 13 milhões de pares, que geraram US\$ 208,3 milhões, incrementos de 67,3% em volume e de 90,7% em receita na relação com o mesmo íterim do ano passado.



EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS CRESCERAM 64,8% ATÉ JULHO

Dados elaborados pela Abicalçados apontam que, entre janeiro e julho, as exportações de calçados somaram o embarque de 86,87 milhões de pares, que geraram US\$ 763,4 milhões, incremento tanto em volume (+31,8%) quando em receita (64,8%) em relação ao mesmo período do ano passado. Segregando apenas o mês de julho, quando foram embarcados 12 milhões de pares por US\$ 111,84 milhões, o aumento é de 35,3% em pares e de 50,8% em receita na relação com o mesmo mês de 2021.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que os mercados latino-americanos têm sido determinantes para a dinâmica de crescimento das exportações brasileiras de calçados. “O Brasil tem se beneficiado, no cenário de encarecimento do frete marítimo internacional, da proximidade logística com o grupo de países, que vem importando mais do Brasil e menos da Ásia”, conta o executivo, ressaltando que, entre janeiro e julho, as exportações para países da América Latina cresceram 76,3% em valor, e 39,3% em volume em relação ao mesmo período do ano anterior, portanto acima da média geral. “O grupo de países representou 44% dos pares exportados pelo Brasil nos sete primeiros meses do ano. Entre os dez principais destinos, sete são da América Latina”, avalia Ferreira.

Destinos

O principal destino do calçado brasileiro no exterior segue sendo os Estados Unidos. Entre janeiro e julho, as exportações para lá somaram 13 milhões de pares, que geraram US\$ 208,3 milhões, incrementos de 67,3% em volume e de 90,7% em receita na relação com o mesmo íterim do ano passado. Segregando apenas o mês de julho, foram embarcados para os Estados Unidos 1 milhão de pares por US\$ 26,5 milhões, queda de 25% em volume e aumento de 24,9% em receita na relação com o mês sete de 2021.

BALANÇA COMERCIAL

Apesar da resolução do Banco Central da República Argentina (BCRA) publicada no último dia 27 de junho alterando as condições de acesso ao Mercado único de Câmbio para pagamento de importações, que libera os pagamentos das mercadorias importadas somente após 180 dias, o país vizinho segue sendo o segundo destino do calçado brasileiro no exterior. Entre janeiro e julho, foram embarcados para lá 10,2 milhões de pares, que geraram US\$ 109,8 milhões, aumentos tanto em volume (+66,8%) quanto em receita (+91%) em relação ao intervalo correspondente de 2021. Segregando apenas o mês de julho, os embarques para a Argentina somaram 2 milhões de pares por US\$ 19,13 milhões, aumentos de 94,2% em volume e de 105% em receita na relação com julho do ano passado. “Muito provavelmente eram negócios que já haviam sido realizados antes da resolução. Vamos aguardar os próximos meses para ter noção exata do efeito da medida. O certo é que o calçado brasileiro possui grande demanda naquele mercado”, explica Ferreira.

O terceiro destino do calçado brasileiro nos sete meses foi a França. No período, foram embarcados para lá 4,87 milhões, que geraram US\$ 40,9 milhões, altas tanto em volume (+21,4%) quanto em receita (+19,6%) em relação ao mesmo intervalo do ano passado. Em julho, as exportações para a França somaram 276,4 mil pares, pelos quais foram pagos US\$ 4 milhões, quedas de 57,7% em volume e de 34,3% em receita no comparativo com o mesmo mês de 2021.

Importações

Entre janeiro e julho foram importados pelo Brasil mais de 17 milhões de pares, pelos quais foram pagos US\$ 204,23 milhões, altas de 26,4% em volume e de 9,8% em receita na relação com o mesmo intervalo do ano passado. As principais origens seguem sendo os países asiáticos.

Em partes de calçados - cabedais, saltos, solados, palmilhas etc - as importações dos sete meses somaram US\$ 7,66 milhões, 1,6% mais do que no mesmo período do ano passado. As principais origens seguem sendo Paraguai, China e Vietnã.



EXPORTAÇÕES

PRINCIPAIS ORIGENS

Três primeiros estados do ranking e o total do período

CE

CEARÁ

JAN - JUL 2021: 19,98 milhões de pares
JAN - JUL 2022: 25,64 milhões de pares

VARIAÇÃO: 28,3%

RS

RIO GRANDE DO SUL

JAN - JUL 2021: 16,50 milhões de pares
JAN - JUL 2022: 25,61 milhões de pares

VARIAÇÃO: 55,2%

SP

SÃO PAULO

JAN - JUL 2021: 4,79 milhão de pares
JAN - JUL 2022: 6,19 milhões de pares

VARIAÇÃO: 29,0%

TOTAL

JAN - JUL 2021: 65,88 milhões de pares

JAN - JUL 2022: 86,87 milhões de pares

VARIAÇÃO: 31,8%



IMPORTAÇÕES

PRINCIPAIS ORIGENS

Três primeiros países do ranking e o total do período

VIETNÃ

JAN - JUL 2021: 5,18 milhões de pares
JAN - JUL 2022: 4,49 milhões de pares

VARIAÇÃO: -13,3%

CHINA

JAN - JUL 2021: 5,11 milhões de pares
JAN - JUL 2022: 8,33 milhões de pares

VARIAÇÃO: 63,0%

INDONÉSIA

JAN - JUL 2021: 1,65 milhões de pares
JAN - JUL 2022: 1,74 milhões de pares

VARIAÇÃO: 5,7%

TOTAL

JAN - JUL 2021: 13,46 milhões de pares





JAN - JUL 2022: 17,01 milhões de pares

VARIAÇÃO: 26,4%

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

ABINFORMA

Agosto 2022 Nº 365 - Ano 32

 abicalcados
 abicalcadosoficial
 abicalcados
 company/abicalcados



www.abicalcados.com.br