

ABINFORMA

INFORMATIVO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

NOV/DEZ 2022 | Nº 368 | ANO 32



ESPECIAL

O QUE ESPERAR DA INDÚSTRIA CALÇADISTA BRASILEIRA EM 2023

PÁGINA 06

PALAVRA DO PRESIDENTE



INSTABILIDADE VERSUS RESILIÊNCIA

Haroldo Ferreira

Presidente-executivo da Abicalçados

Existe um ditado popular que diz que “mar tranquilo não faz bom marinheiro”. Nada mais adequado quando se fala do setor calçadista brasileiro. Saímos de uma pandemia de Covid-19 machucados, mas certamente muito mais fortes. O reflexo desse crescimento se deu no maior “programa social” já criado, que é a geração de empregos e dignidade para as pessoas. Entre janeiro e setembro deste ano, dado mais recente disponibilizado pelo Ministério do Trabalho e Previdência (MTP), criamos mais de 44 mil vagas na atividade, somando mais de 310 mil pessoas empregadas diretamente no setor, o melhor número em sete anos. Não foi à toa que, depois de uma queda brusca em todos os indicadores durante a fase mais aguda da pandemia, crescemos com potência, principalmente nas exportações. Neste ano, devemos encerrar com crescimento de 14% nos embarques (volume) e 3,9% na produção de calçados, índices maiores do que os previstos no início de 2022 (5% na exportação e de 2,6% na produção). Crescemos porque somos um setor, acima de tudo, resiliente e que, ao longo de mais de um século de existência, ultrapassou as mais diversas crises econômicas e políticas.

Próximo ano

Registrando uma desaceleração já nos últimos meses deste ano, provocada pela escalada da inflação mundial, do aumento dos juros norte-americanos e do endividamento crescente das famílias brasileiras, ainda temos as incertezas geradas pela transição governamental. Mesmo diante do cenário, a Abicalçados está projetando um crescimento de 1,6% na produção de calçados, somando mais de 860 milhões de pares de calçados produzidos. O índice pode parecer baixo, mas é o dobro do projetado para o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro para 2023, que está em 0,7%. Tudo isso demonstra não somente a pujança de um setor que é o quinto maior do planeta, o maior do Ocidente, mas também a resiliência de uma atividade que sabe se reinventar e que resiste mesmo em um país ainda carente de uma política industrial e de um mínimo de estabilidade política e econômica.

Neste último informativo de 2022, temos uma matéria especial com a apresentação do evento Análise de Cenários, que não somente detalha o comportamento setorial ao longo do ano que está terminando, mas também projeta o próximo. Diante das incertezas, a única certeza é de que o setor calçadista permanecerá forte e navegando habilidosamente mesmo diante das piores tempestades.

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, Irivan 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 Bocayuya e Sergio Gracia

CONSELHEIROS HONORÁRIOS

Rosnei Alfredo da Silva e Paulo Roberto Schefel

CONSELHO FISCAL

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

PRESIDENTE-EXECUTIVO

Haroldo Ferreira



ABI NA MÍDIA

4 CONFIRA NOTÍCIAS SOBRE O SETOR QUE FORAM DESTAQUE NA IMPRENSA

ESPECIAL

6 SETOR CALÇADISTA DESACELERA E DEVE CRESCER 1,6% EM 2023

ABINOTÍCIAS

11 INDÚSTRIA CALÇADISTA REGISTRA MELHOR RESULTADO NA GERAÇÃO DE EMPREGO EM SETE ANOS

ABINOTÍCIAS

12 SUSTENTABILIDADE NA CADEIA DO CALÇADO É TEMA DE ENCONTRO EM FRANCA E JAÚ

ABINOTÍCIAS

14 MATERIAIS SUSTENTÁVEIS MOVIMENTAM A CADEIA DO CALÇADO

ABINOTÍCIAS

15 MAIS DUAS CALÇADISTAS SÃO CERTIFICADAS NO ORIGEM SUSTENTÁVEL

ABINOTÍCIAS

17 APEXBRASIL COMEMORA 25 ANOS DE EXISTÊNCIA

ABI NOTÍCIAS

18 ABICALÇADOS ANUNCIA NOVOS ASSOCIADOS

ACONTECE NOS POLOS

19 INSPIRAMAIS ABRE INSCRIÇÕES PARA VISITANTES

OLHAR DO ESPECIALISTA

20 OS DESAFIOS DO PRÓXIMO GOVERNO

ABI ENTREVISTA

21 PG4 CALÇADOS PREVÊ CRESCIMENTO DE 25% EM 2022

BRAZILIAN FOOTWEAR

24 ABICALÇADOS APRESENTA SOLUÇÕES PARA INCREMENTO DAS EXPORTAÇÕES

BRAZILIAN FOOTWEAR

26 PROJETO COM COMPRADORES INTERNACIONAIS GERA US\$ 368 MIL PARA CALÇADISTAS

BRAZILIAN FOOTWEAR

27 JORNALISTA COLOMBIANO CONHECE PROCESSOS E ESTRATÉGIAS DAS MARCAS BRASILEIRAS

BRAZILIAN FOOTWEAR

28 ABICALÇADOS REÚNE EMBAIXADORES DO BRAZILIAN FOOTWEAR

BALANÇA COMERCIAL

29 EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS DESACELERAM EM OUTUBRO

ABINFORMA

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

Nov/Dez 2022 Nº 368 - Ano 32

EDIÇÃO

Alice Rodrigues (Mtb 12.832)
Diego Rosinha (Mtb. 13.096)
Nicolle Frapiccini (Mtb 20.143)

TEXTOS

Diego Rosinha (Mtb. 13.096)

FOTOS

Equipe Abicalçados e Divulgação

PRODUÇÃO GRÁFICA

Gabriel Dias | @gabrieldias.ppg

CONTATO

Rua Júlio de Castilhos, 561
Novo Hamburgo/RS
Cep: 93510-130
Fone: 51 3594-7011
imprensa@abicalcados.com.br
www.abicalcados.com.br

REDES SOCIAIS

abicalcados
 abicalcadosoficial
 abicalcados
 company/abicalcados
 abicast



EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS ATÉ SETEMBRO SUPERAM TODO VOLUME DE 2021, DIZ ASSOCIAÇÃO



05 DE OUTUBRO DE 2022
CNN BRASIL | GERAL

O setor calçadista brasileiro já exportou mais de janeiro a setembro de 2022 do que em todo o ano passado. Dados elaborados pela Abicalçados apontam que, entre janeiro e setembro, as exportações do setor somaram 107,9 milhões de pares, que geraram US\$ 990,35 milhões. O resultado é superior em relação ao mesmo período do ano passado tanto em volume, com alta de 25%, quanto em receita, com alta de 60%. Em todo 2021, as exportações geraram US\$ 900 milhões. Quando se olha apenas o mês de setembro, porém, foram embarcados 10,33 milhões de pares por US\$ 109,45 milhões. O resultado foi inferior em volume (-6%) e superior em receita (42%) em relação ao mês correspondente do ano passado.

[Leia a matéria completa aqui](#)

ABICALÇADOS LEVA COMPRADORES DA COLÔMBIA E DO CAZAQUISTÃO PARA FEIRA EM SANTA CATARINA



06 DE OUTUBRO DE 2022
COMEX DO BRASIL | GERAL

A Abicalçados está levando dois grupos de compradores da Colômbia e do Cazaquistão para a feira SC Trade Show, que acontece entre os dias 26 e 28 de outubro em Balneário Camboriú/SC. A promoção faz parte do Projeto Comprador Vip. A analista de Promoção Comercial da Abicalçados, Carla Giordani, ressalta que as expectativas são positivas. Da Colômbia, virão ao Brasil duas compradoras do grupo Pat Primo, representando as marcas Pash SAS, Pat Primo e Seven Seven. “O grupo possui mais de 400 lojas especializadas em moda feminina e masculina com bom conteúdo de design e é um dos principais players no setor do e-commerce colombiano”, avalia a analista, ressaltando que hoje a Colômbia é um dos principais destinos do calçado brasileiro no exterior.

[Leia a matéria completa aqui](#)

AUMENTO NA EXPORTAÇÃO DE CALÇADOS NO BRASIL: VOLUME DE VENDAS DE 2022 É O MAIOR DOS ÚLTIMOS 10 ANOS

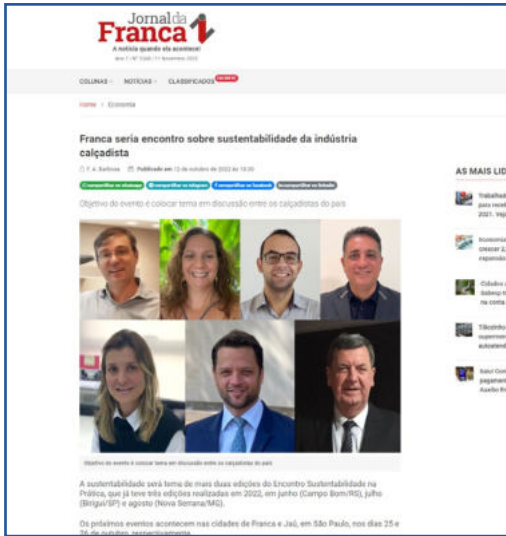


07 DE OUTUBRO DE 2022
SBT | SBT BRASIL

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

[Assista aqui](#)

FRANCA SEDIA ENCONTRO SOBRE SUSTENTABILIDADE DA INDÚSTRIA CALÇADISTA



12 DE OUTUBRO DE 2022
JORNAL DA FRANCA | GERAL

A sustentabilidade será tema de mais duas edições do Encontro Sustentabilidade na Prática, que já teve três edições realizadas em 2022, em junho (Campo Bom/RS), julho (Birigui/SP) e agosto (Nova Serrana/MG). Os próximos eventos acontecem nas cidades de Franca e Jaú, em São Paulo, nos dias 25 e 26 de outubro, respectivamente. O oferecimento da iniciativa é do Origen Sustentável, única certificação de ESG e sustentabilidade no mundo voltada para empresas da cadeia produtiva do calçado, realizado pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) e Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal). O gestor de Projetos da Abicalçados, Cristian Schlindwein, adianta que os encontros são uma oportunidade para ouvir lideranças da cadeia calçadista reforçando a importância da sustentabilidade e demonstrando de forma prática como ela está presente nos negócios.

[Leia a matéria completa aqui](#)

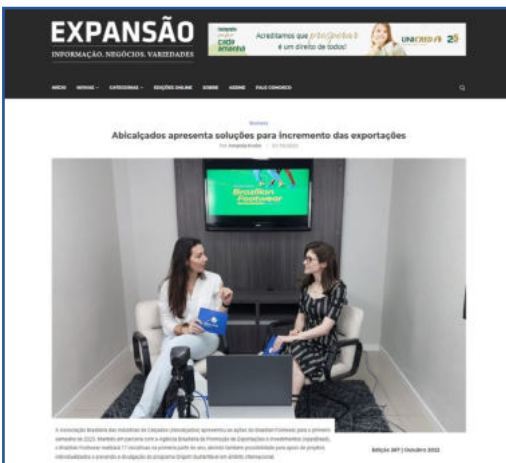
SETOR CALÇADISTA REGISTRA A MAIOR GERAÇÃO DE EMPREGO EM SETE ANOS



31 DE OUTUBRO DE 2022
JORNAL DO COMÉRCIO | ECONOMIA

Dados fornecidos pelo Ministério do Trabalho e Previdência e divulgados pela Abicalçados apontam que, no mês de setembro, a indústria calçadista gerou 4,54 mil postos na atividade, somando 44,4 mil empregos gerados entre janeiro e setembro deste ano. Com isso, o setor soma, em todo o Brasil, 310,64 mil empregos diretos, 14,2% a mais do que o registrado no mesmo período do ano passado. Nesse cenário, o Rio Grande do Sul se consolida como o maior empregador do País. O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que o setor soma a melhor performance em geração de empregos desde setembro de 2015. "A indústria calçadista, embalada principalmente pelas exportações, vem recuperando rapidamente os níveis de emprego e já está gerando 10% mais empregos do que no mesmo período da pré-pandemia, em 2019", comemora o executivo. O Rio Grande do Sul, entre janeiro e setembro, gerou 9,47 mil postos de trabalho na indústria calçadista, encerrando o mês de setembro com 85,32 mil pessoas empregadas na atividade, 11,3% a mais do que no mesmo período do ano passado.

ABICALÇADOS APRESENTA SOLUÇÕES PARA INCREMENTO DAS EXPORTAÇÕES



31 DE OUTUBRO DE 2022
EXPANSÃO | GERAL

A Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) apresentou as ações do Brazilian Footwear para o primeiro semestre de 2023. Mantido em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), o Brazilian Footwear realizará 17 iniciativas na primeira parte do ano, abrindo também possibilidade para apoio de projetos individualizados e prevendo a divulgação do programa Origen Sustentável em âmbito internacional. Com uma receita total de R\$ 35,4 milhões para investimentos em ações de promoção comercial e de imagem para o calçado brasileiro no exterior, o Brazilian Footwear 2022/2024 tem como mercados-alvo Colômbia, Estados Unidos, Reino Unido, França, Emirados Árabes Unidos e Coreia do Sul.

[Leia a matéria completa aqui](#)

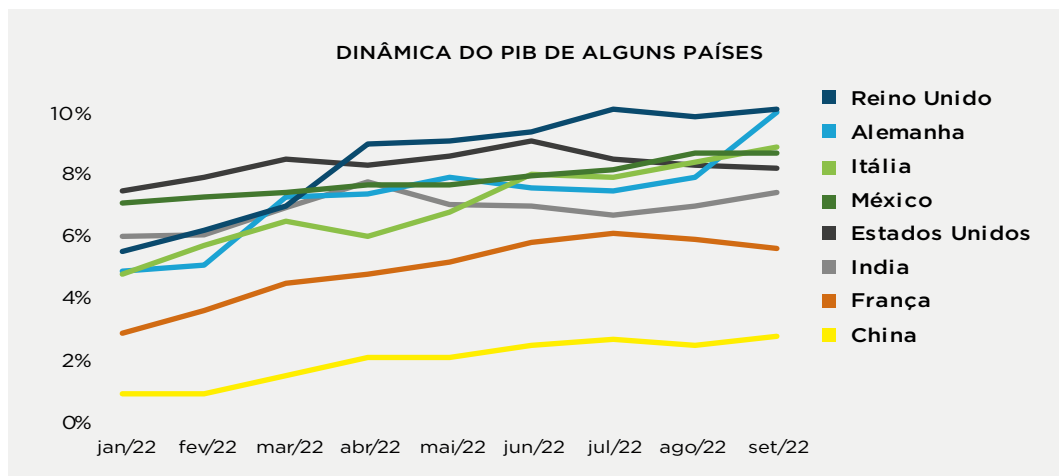


SETOR CALÇADISTA DESACELERA E DEVE CRESCER 1,6% EM 2023

A inflação mundial, a escalada dos juros norte-americanos e o endividamento crescente das famílias brasileiras devem ter impacto no crescimento do setor calçadista em 2023. Em 2022, segundo a Inteligência de Mercado da Abicalçados, o crescimento deve ser na faixa de 3,9% na produção, enquanto no próximo ano o incremento deve ser mais tímido, na faixa de 1,6%.

O doutor em Economia e consultor do setor calçadista, Marcos Lélis, destaca que a inflação mundial, impulsionada pelos problemas logísticos pós-Covid 19 e agora pelo conflito no Leste Europeu, somada ao desaquecimento de grandes economias mundiais, caso dos Estados Unidos e Zona do Euro, devem ser determinantes para a menor dinâmica de crescimento para o setor calçadista em 2023. “Na tentativa do controle inflacionário, também assistimos os Estados Unidos aumentarem os juros, o que tem impacto no câmbio”, destaca. Segundo ele, neste cenário de desaquecimento da economia mundial, as previsões de crescimento para o PIB do mundo em 2023 estão sendo revistas para baixo. “Em 2023, o mundo deve crescer apenas 2,7%, pior resultado nos últimos três anos”, projeta.





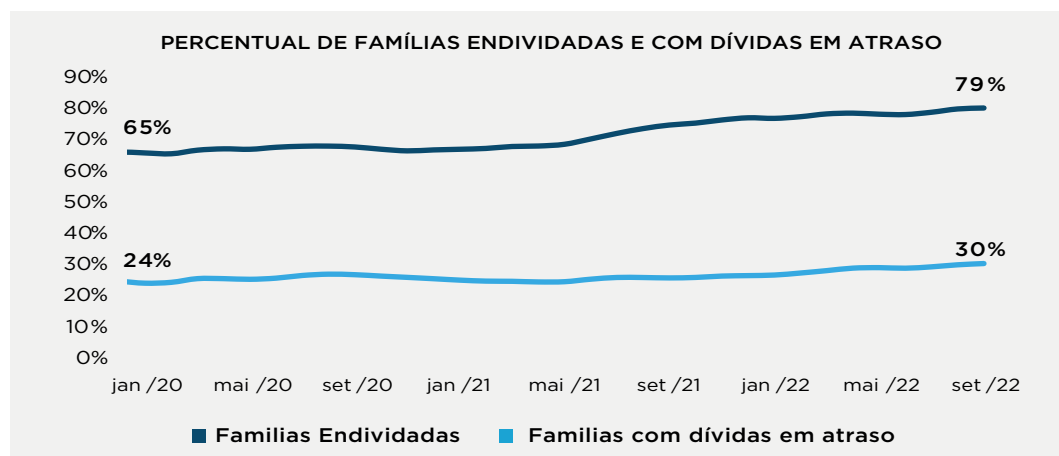
Lélis ressalta, ainda, que a economia brasileira acompanha a dinâmica mundial e que vem em desaceleração já nos últimos meses de 2022. “No Brasil, se somam aos problemas macroeconômicos, o endividamento das famílias, que está em 80%, número recorde. Isso tem impacto direto no consumo, já que as pessoas optam por consumir o básico para subsistência”, opina, ressaltando que hoje, a cesta básica consome 59% do valor do salário mínimo, bem acima do patamar histórico. “Em 2018, o salário mínimo consumia 47% do salário”, recorda.

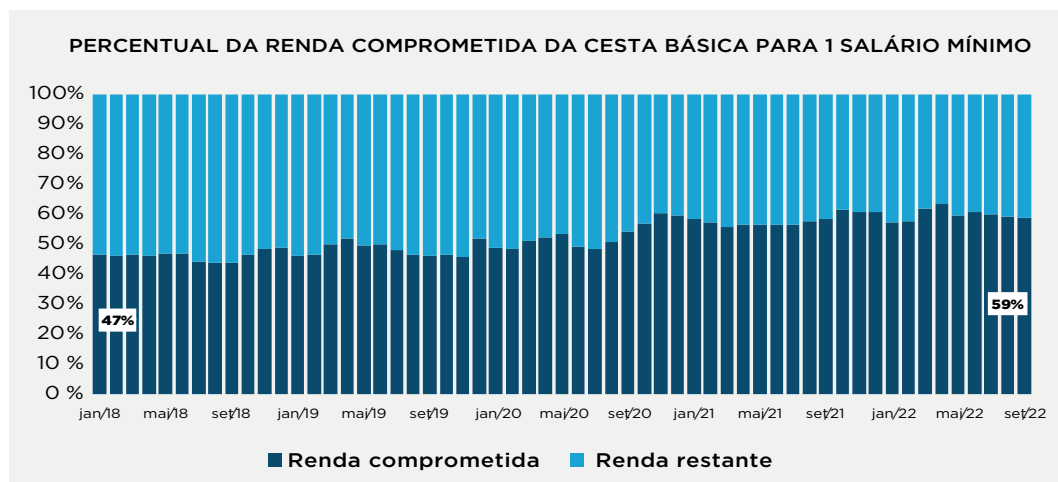


“NO BRASIL, SE SOMAM AOS PROBLEMAS MACROECONÔMICOS, O ENDIVIDAMENTO DAS FAMÍLIAS, QUE ESTÁ EM 80%, NÚMERO RECORDE. ISSO TEM IMPACTO DIRETO NO CONSUMO, JÁ QUE AS PESSOAS OPTAM POR CONSUMIR O BÁSICO PARA SUBSISTÊNCIA”

Marcos Tadeu Lélis

Na tentativa de conter a inflação brasileira, a alta dos juros também é uma realidade com impacto importante nos investimentos. Atualmente com uma inflação acumulada de 7,2% nos últimos 12 meses, o Banco Central vem aumentando a Selic. “O Brasil tem a maior taxa de juros entre os países do G20, com exceção da Argentina. Para 2022, devemos fechar com uma taxa de 13,75%, ao passo que em 2023 não devemos notar grande redução, encerrando na casa de 11,25%”, projeta Lélis. Com o cenário, segundo o consultor, o PIB brasileiro deve crescer 2,76% no ano corrente e apenas 0,68% em 2023.

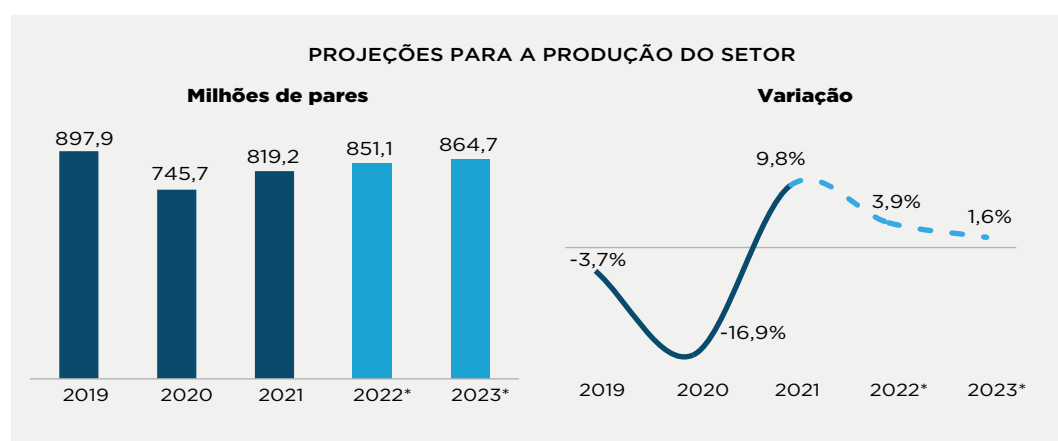




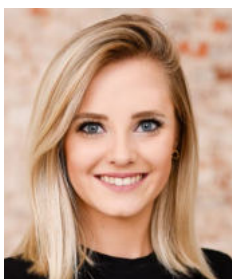
Calçados

A coordenadora de Inteligência de Mercado da Abicalçados, Priscila Linck, destaca que, especificamente para o setor calçadista, somam-se aos problemas econômicos listados por Lélis, a queda da importação dos Estados Unidos, a crise argentina e a retomada das exportações chinesas, que têm impacto nos nossos principais mercados para calçados. Segundo ela, entre janeiro e setembro deste ano, a produção de calçados alcançou 621 milhões de pares, 4,7% mais do que no mesmo período do ano passado. A dinâmica de crescimento, no entanto, tem arrefecido nos últimos meses do ano.

Para 2022, a economista projeta um crescimento de 3,9% na produção de calçados, fechando o ano com 851 milhões de pares produzidos. Já para 2023, a previsão é de um crescimento mais tímido, de 1,6%. “Manteremos uma tendência de crescimento acima dos outros setores econômicos. O PIB brasileiro de 2023 deve crescer 0,7%, então temos o dobro de crescimento”, destaca Priscila.



O reflexo do crescimento do setor em 2022 se deu diretamente no aumento do nível de emprego. Entre janeiro e setembro, a atividade gerou 44 mil novos postos de trabalho, encerrando o período com mais de 310 mil pessoas empregadas diretamente, o melhor registro em sete anos.

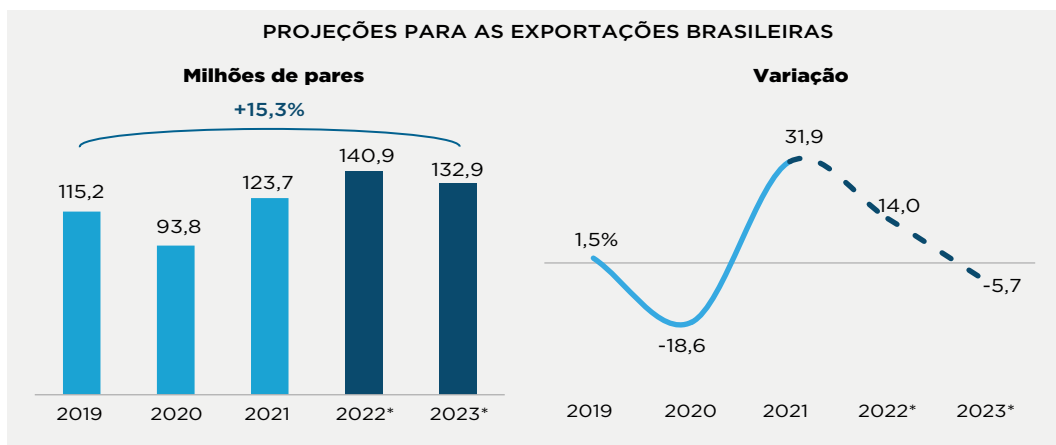


“MANTEREMOS (EM 2023) UMA TENDÊNCIA DE CRESCIMENTO ACIMA DOS OUTROS SETORES ECONÔMICOS. O PIB BRASILEIRO DE 2023 DEVE CRESCER 0,7%, ENTÃO TEMOS O DOBRO DE CRESCIMENTO”

Priscila Linck

Exportações

A exportação, que teve papel determinante no crescimento da produção de calçados ao longo de 2022, deve diminuir sua influência na dinâmica produtiva do setor ao longo do próximo ano. Entre janeiro e outubro, o setor exportou 119 milhões de pares, que geraram US\$ 1,1 bilhão, incrementos de 20% em volume e de 55% em receita na relação com o mesmo período do ano passado. Porém, Priscila ressalta que o mercado já vem refletindo o desaquecimento internacional e o aumento da concorrência chinesa nos últimos dois meses registrados. Em setembro, na relação com mesmo mês de 2021, a queda em pares foi de 6%, enquanto que em outubro essa mesma queda ficou em 12,7%. Já as exportações de calçados da China vêm em incremento, tendo aumentado quase 11% no período. “A tendência para 2023 é que as exportações percam participação na produção brasileira. Chegamos a um coeficiente de exportação de 17,4% da produção, muito superior aos patamares históricos. Para 2023, esse coeficiente deve se ajustar e ficar em 15,4%, o que também denota o aumento do peso do mercado doméstico”, projeta a coordenadora.



Segundo Priscila, em 2022 as exportações devem crescer cerca de 14% em relação a 2021, em pares, totalizando mais de 140 milhões de pares embarcados ao exterior. Já para o próximo ano, deve haver uma queda de 5,7% no comparativo com 2022, embora o setor siga positivo em relação à pré-pandemia, em 2019, em 15,3%. “O aumento da participação das importações chinesas, principalmente em mercados importantes para o nosso calçado, como Estados Unidos e Argentina, terá impacto significativo”, explica.

Indústria

Com uma projeção de crescimento estimada em 0,7% a 0,8% para 2023, conforme o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), a Indústria de Transformação luta para dirimir os impactos da crise mundial no setor. Neste contexto, o presidente da Confederação Nacional da Indústria (CNI), Robson Braga de Andrade, destaca que o próximo governo eleito tem o desafio de atuar em consonância com o Congresso Nacional para atender aos anseios da população e criar as condições necessárias para a retomada do crescimento, com vistas ao desenvolvimento econômico e social do País.

Segundo ele, mais do que nunca, o entendimento é fundamental para governar um país dividido no pleito. “O entendimento e a união de todos em favor de um crescimento robusto e sustentável da economia são fundamentais, sobretudo neste momento em que os persistentes impactos da pandemia da Covid-19 e da guerra na Ucrânia, como a inflação e os juros altos, podem provocar uma nova recessão global”.



“O ENTENDIMENTO E A UNIÃO DE TODOS EM FAVOR DE UM CRESCIMENTO ROBUSTO E SUSTENTÁVEL DA ECONOMIA SÃO FUNDAMENTAIS, SOBRETUDO NESTE MOMENTO EM QUE OS PERSISTENTES IMPACTOS DA PANDEMIA DA COVID-19 E DA GUERRA NA UCRÂNIA, COMO A INFLAÇÃO E OS JUROS ALTOS, PODEM PROVOCAR UMA NOVA RECESSÃO GLOBAL”.

Robson Braga de Andrade

O dirigente da CNI lembra que a confederação entregou aos presidenciáveis, durante o primeiro turno da campanha eleitoral, o Plano de Retomada da Indústria. “Nossos diagnósticos e propostas abrangem áreas importantes como políticas industrial, de inovação e de comércio exterior; infraestrutura; tributação; relações do trabalho; educação; meio ambiente; segurança jurídica; macroeconomia; e eficiência do Estado”, afirma. Entre os requisitos elencados pela CNI está a estabilidade macroeconômica, com inflação controlada, juros baixos, câmbio flutuante e contas públicas equilibradas. Em paralelo, conforme o documento, é preciso resolver, com urgência, antigos problemas que elevam os custos e comprometem a competitividade das empresas.

O principal ponto da agenda da indústria é a aprovação de mudanças na tributação sobre o consumo. “A proposta de Reforma Tributária que está pronta para votação no Congresso Nacional corrige distorções, simplifica e torna menos oneroso o sistema de cobrança de impostos. É necessário, também, corrigir as deficiências da infraestrutura, aumentar a segurança jurídica, avançar na modernização das leis trabalhistas, facilitar o acesso ao crédito e reduzir as desigualdades regionais”, pontua Andrade, para quem as iniciativas devem ser complementadas com ações que fortaleçam a indústria e ajudem o País a aproveitar as oportunidades abertas pela revolução tecnológica e pela transição para a economia de baixo carbono.

Análise de Cenários

As projeções para o setor calçadista brasileiro foram apresentadas durante o Análise de Cenários, tradicional evento realizado pela Abicalçados com o objetivo de fornecer informações relevantes para o setor e auxiliar na tomada de decisões nos curto e médio prazos. O conteúdo completo da apresentação pode ser assistido na íntegra no [site](#).



SETOR CALÇADISTA REGISTRA MELHOR RESULTADO NA GERAÇÃO DE EMPREGO EM SETE ANOS

Dados fornecidos pelo Ministério do Trabalho e Previdência e elaborados pela Abicalçados apontam que, no mês de setembro, a indústria calçadista gerou 4,54 mil postos na atividade, somando 44,4 mil empregos gerados entre janeiro e setembro deste ano. Com isso, o setor registra, em todo o Brasil, 310,64 mil empregos diretos, 14,2% mais do que no mesmo período do ano passado.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que o setor soma a melhor performance em geração de empregos desde setembro de 2015. “A indústria calçadista, embalada principalmente pelas exportações, vem recuperando rapidamente os níveis de emprego e já está gerando 10% mais empregos do que no mesmo período da pré-pandemia, em 2019”, comemora o executivo. Entre janeiro e setembro, conforme dados elaborados pela Abicalçados, as exportações de calçados somaram US\$ 990 milhões, 60% mais do que no mesmo período do ano passado.

RS: o maior empregador

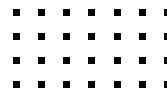
Entre janeiro e setembro, a indústria calçadista gaúcha gerou 9,47 mil postos de trabalho, encerrando o mês nove com 85,32 mil pessoas empregadas na atividade, 11,3% mais do que no mesmo período do ano passado. O setor calçadista no Rio Grande do Sul responde por 27,5% dos empregos brasileiros gerados na atividade.

O segundo estado que mais emprega na atividade calçadista é o Ceará, que entre janeiro e setembro gerou 9,15 mil empregos, somando um total de 70,66 mil pessoas empregadas no setor, 12,8% mais do que no mesmo intervalo de 2021.

O terceiro empregador do setor calçadista no Brasil é a Bahia, que nos nove primeiros meses do ano gerou 8,65 mil postos de trabalho. Com isso, a indústria calçadista baiana soma um total de 44,34 mil pessoas empregadas na atividade, 27% mais do que no mesmo período do ano passado.

O quarto maior empregador do setor é São Paulo. Entre janeiro e setembro, a indústria calçadista paulista gerou 7,57 mil empregos, somando um total de 36,38 mil pessoas empregadas na atividade, 16,7% mais do que no mesmo período de 2021.

[Confira a tabela completa por Estado.](#)



SUSTENTABILIDADE NA CADEIA DO CALÇADO É TEMA DE ENCONTRO EM FRANCA E JAÚ

A sustentabilidade na cadeia produtiva do calçado foi tema de encontro realizado pelo Origem Sustentável nos polos calçadistas de Franca e Jaú, em São Paulo, nos dias 25 e 26 de outubro, respectivamente. O encontro, que já havia sido realizado em três edições ao longo de 2022, em Campo Bom/RS (junho), Birigui/SP (julho) e Nova Serrana/MG (agosto), tem o objetivo de sensibilizar a cadeia produtiva do calçado para a importância da sustentabilidade nos seus pilares ambiental, econômico, social e cultural.

A primeira parada foi na sede do Sindicato das Indústrias de Calçados de Franca (Sindifranca), em Franca, no dia 25. O encontro, que reuniu mais de 50 calçadistas e fornecedores de materiais do polo produtivo, contou com painel com lideranças das empresas locais Democrata, Tip Toey Joey, Lev Termoplásticos e Stickfran. O painel foi mediado por Marco Schmitt, da Boxprint, e teve participação de Silvana Dilly (Assintecal) e Haroldo Ferreira (Abicalçados). Na oportunidade, o diretor da Democrata, Marcelo Paludetto, destacou que a empresa possui grande fatia das suas exportações para a Europa, mercado que exige produtos sustentáveis. “Para entrar no mercado internacional, a sustentabilidade é uma premissa básica. Não se exporta para Estados Unidos e Europa sem mostrarmos o que estamos fazendo no ESG e por isso o programa Origem Sustentável é muito importante, porque ele sistematiza muitos processos e ações que já realizamos na empresa e ajuda a comunicar isso ao mercado”, comentou.

Na sequência, no dia 26, o encontro aconteceu em Jaú, na sede do Sindicato das Indústrias de Calçados de Jaú (Sindicalçados). Recebendo mais de 60 pessoas, o evento contou com painel que reuniu Cisso Klaus (Arezzo&Co), Giovanna Mott (Mariotta) e Luiz Felipe Rodomonte (Spikes). “Precisamos trabalhar a questão da sustentabilidade em todas as suas dimensões (ambiental, econômica, social e cultural). Especificamente na social, penso que temos muito a fazer. Nós, do grupo Arezzo, estamos com um olhar muito voltado para esses indicadores, que é uma exigência do mercado internacional. Na dimensão ambiental, estamos ancorados nas leis brasileiras. O fato é que a empresa que não estiver adequada aos indicadores de ESG estará fora do mercado, já não é um diferencial”, disse o diretor da Arezzo&Co, Cisso Klaus.

Desmitificando a sustentabilidade

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, avalia que o evento ajudou a desmistificar a sustentabilidade. “Quando falamos em sustentabilidade não estamos abordando apenas os aspectos ambientais. Estamos falando de um conjunto de ações que levam em consideração direitos humanos, sociedade, economia e cultura”, destaca. Segundo ele, além de a sustentabilidade ser uma exigência de mercado, ela pode ajudar na competitividade por meio da redução de custos e organização de processos produtivos.



A superintendente da Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal), Silvana Dilly, ressalta que os encontros corroboram o fato de que os polos calçadistas estão dando cada vez mais atenção para os aspectos de ESG. “O papel das associações é incentivar a sustentabilidade e a certificação do Origem Sustentável, como forma de comunicar ao mercado que somos o setor mais sustentável do mundo”, afirma.

Origem Sustentável

Criado pela Abicalçados e Assintecal, o Origem Sustentável é a única certificação de ESG do setor produtivo do calçado em âmbito mundial. Baseado nas melhores práticas internacionais de sustentabilidade, segue a diretriz de 104 indicadores distribuídos em cinco dimensões: econômica, ambiental, social, cultural e gestão da sustentabilidade.

Atualmente são mais de 80 empresas participantes e um grupo relevante de certificadas como Calçados Ala (Prata), Ambiente Verde (Prata), Bebecê (Diamante), Beira Rio (Diamante), Bertex (Ouro), Bibi (Diamante), Box Print (Diamante), Unidade Branyl SP (Bronze), Caimi & Liaison (Diamante), Dublauto (Prata), Fibertex (Prata), Grendene (Diamante), Unidade Killing RS (Ouro), Metalização Igrejinha (Prata), Unidade Perfil Injetados RS (Prata), Piccadilly (Diamante), Redeplast (Bronze), Reginato Metais (Prata), Unidade ZZSAP Arezzo/Schutz RS (Diamante), Usaflex (Diamante), Via Marte (Prata), Unidade Vulcabras CE (Diamante). Conheça a certificação no site www.origemsustentavel.org.br e nas redes sociais @origem.sustentavel.





ABINOTÍCIAS

MATERIAIS SUSTENTÁVEIS MOVIMENTAM A CADEIA DO CALÇADO

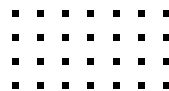
A sustentabilidade assume um papel cada vez mais importante na cadeia do calçado. Prova disso foi a 3ª edição das Rodadas de Negócios da Sustentabilidade, promovida pela Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal) em parceria com Abicalçados e Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil (CICB). O evento foi realizado no último dia 25 de outubro no Swan Tower, em Novo Hamburgo/RS, e contou com a participação de 28 fornecedores de materiais sustentáveis e 19 indústrias de calçados.

Responsável pelo Desenvolvimento de Produto da Solvay, Marlise Margaritelli, destacou que o modelo de negócios proporcionado pelas Rodadas, além de corroborar com o bom momento, de retomada do mercado calçadista, foi acertado ao otimizar o tempo dos envolvidos, que puderam conhecer uma grande variedade de materiais e insumos sustentáveis durante o dia. “Notamos uma procura muito grande por produtos ecologicamente corretos e, de fato, um interesse muito grande por parte dos calçadistas, que questionaram sobre linhas específicas”, contou. Segundo Marlise, a maior procura ficou por conta do agente de expansão sustentável da Solvay, que além de não ser tóxico à saúde humana e ao meio ambiente, tem uma durabilidade até dez vezes superior à dos agentes convencionais.

Participando pela primeira vez das rodadas de sustentabilidade, a Pápryka Cosméticos está investindo em produtos sustentáveis para atender a cadeia do calçado. A responsável química da empresa, Fabiana Blos, comemorou a participação, ressaltando que, ao longo do evento, foram 14 encontros frutíferos com indústrias de calçados interessadas na alternativa anti-mofo produzida pela empresa. “Os participantes, de fato, estavam muito interessados no produto, que além de ser uma inovação para o mercado tem aspectos de sustentabilidade importantes, pois tem uma durabilidade média de um a dois anos, enquanto os convencionais possuem durabilidade de cerca de três meses”, disse. Fundada há 19 anos, a Pápryka Cosméticos atua há uma década no setor calçadista, segmento em que pretende reforçar a participação nos próximos anos, principalmente diante da retomada do mercado e da maior procura por materiais sustentáveis.

Representando a rede de lojas Renner, Luisa Xavier, da área de Sustentabilidade, destacou a gama de materiais e produtos sustentáveis apresentados no evento. “Agradecemos o convite para participar das rodadas, que apresentaram opções sustentáveis que estão alinhadas com as estratégias da Renner para os próximos anos”, comentou.

Participaram das rodadas as calçadistas ADG Export, Adidas do Brasil, Arezzo&co, Calçados Beira Rio, Calçados Bibi, Concept Exportadora, Conforto Artefatos de Couro, Dakota, Fyore, Grendene, Klin, Lab House Footwear, Lojas Renner, Novope Calçados, Paquetá, Piccadilly, Usaflex, Veja Fair trade e Vulcabras. Já os fornecedores foram representados por 2M3D, Advance, Artecola, Atena Têxtil, Atta Injetados, Basf, Bertex, Camaleoa, Cipatex, Cofrag, Courovale, FCC, ITM, Jotaclass, Lamiclass, Leather Labs, Magma/Espugum, OTB, Palmiarte, Pápryka Cosméticos, Pegasus, Plastiluzzi, Polliibox, Silquim, Solvay, Stickfran, Suntex e Wolfstore.



MAIS DUAS CALÇADISTAS SÃO CERTIFICADAS NO ORIGEM SUSTENTÁVEL



O mês de novembro marcou a certificação de mais duas indústrias de calçados no âmbito do Origem Sustentável. Único programa do mundo a certificar empresas da cadeia produtiva do setor que possuem processos em acordo com o conceito de ESG, o Origem Sustentável foi entregue para a Calçados Pegada, de Dois Irmãos/RS, e para a Redeplast, de Novo Hamburgo/RS.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que as certificações, além de terem uma relevância ambiental, social e econômica, auxiliam as empresas no ganho de competitividade, tanto no mercado doméstico quanto internacional. “A sustentabilidade é, cada vez mais, uma exigência do consumidor. Não é mais um diferencial, é uma questão de sobrevivência. Empresas que desejam seguir competitivas no mercado precisam adotar estratégias comerciais que levem em consideração as práticas de ESG”.

Certificada no nível máximo do programa, o Diamante (mais de 80% dos indicadores atingidos) a Calçados Pegada, recebeu sua certificação no último dia 11 de novembro, na sede da empresa. A entrega aconteceu com as presenças da diretoria da calçadista e de representantes da Abicalçados.

O gerente administrativo da empresa, Gabriel Ranft, ressalta que o Origem Sustentável deu vida e nova identidade para a forma como a Pegada e os seus colaboradores compreendem o tema sustentabilidade, abrindo os horizontes culturais. “As principais ações e benefícios foram a criação do núcleo de trabalho multidisciplinar, sendo o principal benefício para a organização o uso do Framework do Origem Sustentável para a organização e formalização dos assuntos que andavam soltos pela companhia”, conta o gerente, acrescentando que, com isso, foram desencadeadas uma série de ações internas, como treinamentos e projetos que possibilitaram a certificação.

Entre os destaques que levaram a Pegada a conquistar a certificação no nível máximo estão a criação de um Núcleo de Sustentabilidade, a confecção do primeiro inventário de Efeito Estufa, que monitora as emissões de gases da atividade produtiva, as doações para os atingidos por enchentes na Bahia, para hospitais, escolas e entidades beneficentes, como Apae, Lar da Criança com Câncer, entre outros. Na área social, mais especificamente dentro das unidades, a empresa mantém 82% do seu quadro de gerência preenchido por mulheres, fomenta a economia local comprando de fornecedores de regiões onde atua, entre outras questões.

Ambiental

Conforme o Relatório de Sustentabilidade da Calçados Pegada, a empresa ainda compensa 22% das embalagens utilizadas nas vendas no Mato Grosso do Sul e São Paulo, e quer ampliar para mais estados brasileiros nos próximos anos. Também reduziu, e vem reduzindo, o uso de energia elétrica por meio da maior conscientização dos colaboradores e vem dando preferência ao uso de fontes renováveis (eólica, solar, biomassa etc), adquiridas no chamado Mercado Livre. A redução do uso de combustíveis fósseis também é uma realidade na empresa, que entre 2020 e 2021 reduziu a utilização em quase 35%. “Todas essas ações fizeram com que tivéssemos deixado de emitir 193,69 mil toneladas de CO2 em 2021.

A redução do uso de água é outra realidade nas unidades da Calçados Pegada. Na Bahia, existe ainda a captação da água da chuva através de cisternas, que colabora com a economia. Conforme relatório divulgado pela empresa, entre 2020 e 2021 foi reduzido em 10% o uso da água nas dependências da indústria calçadista.

Por fim, a empresa reporta a reciclagem e reaproveitamento de resíduos termoplásticos pela moagem de solados, EVA e PU sobras do processo produtivo, recolocando o material de volta na produção e diminuindo o resíduo gerado.

Fundada em 1989, a Calçados Pegada emprega, nas suas três unidades, mais de 4,2 mil colaboradores e produz cerca de 6 milhões de pares por ano. A exportação gira em torno de 14 a 12% ao ano, sendo os principais mercados o da América Latina e Europa, com bastante representatividade também no Oriente Médio e constante crescimento na América do Norte.

Redeplast

Já a Redeplast recebeu a sua certificação no dia 20 de outubro, na sede da fábrica, em Novo Hamburgo/RS. Certificada no nível Bronze (mais de 20% dos indicadores atingidos), a empresa, especializada no desenvolvimento de componentes injetados para calçados possui três unidades fabris, duas em Novo Hamburgo e uma em Viana/ES. “O Origem Sustentável vem com o objetivo de melhorar a qualidade de vida dos nossos colaboradores através da melhoria nos processos produtivos, da integração com a comunidade e do uso racional dos recursos naturais, conscientizando-os de que a sustentabilidade é, acima de tudo, dever de cada um deles”, explica a coordenadora de Recursos Humanos da empresa, Carin Matter.



Entre as ações que resultaram no reconhecimento está a mudança da mentalidade dos colaboradores e do próprio corpo diretivo da empresa. Na área produtiva, no entanto, são utilizadas matérias-primas 100% recicláveis, sendo que todo o subproduto volta para a produção. “Também trabalhando para racionalizar o uso de água e energia elétrica, tendo obtido bons resultados”, comenta a coordenadora.

Para os próximos anos, o objetivo da empresa é buscar a certificação no nível máximo, o Diamante. “A certificação no nível Bronze é muito importante para a empresa, pois marca o início de uma jornada e nos destaca em um mercado muito competitivo. É um diferencial, que além de mostrar a responsabilidade ambiental e social da empresa, reforça a imagem no mercado”, conclui.

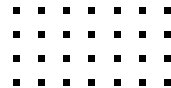
Fundada em 2005, a Redeplast atende o setor calçadista brasileiro e internacional, com exportações para Estados Unidos, Canadá, China, Filipinas, Inglaterra, Japão, Austrália, França, Portugal e países do Mercosul. A Redeplast emprega, nas três unidades, 700 colaboradores que produzem 250 mil itens por mês, 10% deles exportados.

Origem Sustentável

O Origem Sustentável é a única certificação de ESG e sustentabilidade no mundo voltada para as empresas da cadeia calçadista. Baseado nas melhores práticas internacionais de sustentabilidade, segue a diretriz de 104 indicadores distribuídos em cinco dimensões: econômica, ambiental, social, cultural e gestão da sustentabilidade.

Atualmente são mais de 80 empresas participantes e um grupo relevante de certificadas como Calçados Ala (Prata), Ambiente Verde (Prata), Bebecê (Diamante), Beira Rio (Diamante), Bertex (Ouro), Bibi (Diamante), Box Print (Diamante), Unidade Branyl SP (Bronze), Broplast (Bronze), Caimi & Liaison (Diamante), Dublauto (Prata), Fibertex (Prata), Grendene (Diamante), Unidade Killing RS (Ouro), Metalização Igrejinha (Prata), Pegada (Diamante), Unidade Perfil Injetados RS (Prata), Piccadilly (Diamante), Redeplast (Bronze), Reginato Metais (Prata), Unidade ZZSAP Arezzo/Schutz RS (Diamante), Usaflex (Diamante), Via Marte (Prata), Wolfstore (Prata) e Unidade Vulcabras CE (Diamante).

Encontram-se em processo de certificação mais de 60 fabricantes de calçados e componentes brasileiras. Conheça a certificação no site www.origemsustentavel.org.br e nas redes sociais @origem.sustentavel.



APEXBRASIL COMEMORA 25 ANOS



A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) comemorou 25 anos de sua criação em uma grande confraternização realizada em São Paulo/SP no último dia 8 de novembro. O evento reuniu representantes dos mais de 57 setores econômicos brasileiros apoiados pela agência federal.

A Abicalçados esteve presente no evento representada pelo presidente-executivo e pela gestora de Projetos da entidade, Haroldo Ferreira e Letícia Sperb Masselli, respectivamente. “Desde o nosso primeiro convênio com a ApexBrasil, assinado no ano 2000, qualificamos e ampliamos as exportações brasileiras para mais destinos. Passamos de 99 para mais de 160 países. A marca própria das fábricas brasileiras também passou a absorver uma fatia relevante dos embarques, construindo a imagem do nosso produto no exterior. Se hoje somos objeto de desejo ao redor do planeta, devemos muito ao trabalho desenvolvido com a ApexBrasil”, conta o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira.

Segundo Ferreira, além da ApexBrasil apoiar as exportações brasileiras de calçados, acaba por qualificar processos internos das empresas, principalmente pelas exigências do mercado internacional. “As indústrias que se propõem a exportar precisam qualificar não somente o produto, mas se adequar a normas de ESG exigidas por mercados mais sofisticados. Assim, a qualificação para as exportações acabam influenciando também no desenvolvimento da competitividade para o mercado doméstico”, acrescenta Ferreira, ao parabenizar a ApexBrasil pelo fundamental trabalho realizado não somente com a Abicalçados, mas com outras mais de 50 entidades representativas do Brasil.

O convênio formalizado entre a Abicalçados e ApexBrasil é o Brazilian Footwear, que para o biênio 2021/2023 prevê investimentos de mais de R\$ 35 milhões em ações de promoção comercial e de imagem, capacitação e desenvolvimento para exportações, entre outros.



ABINOTÍCIAS

ABICALÇADOS ANUNCIA NOVAS ASSOCIADAS

A Abicalçados segue forte na luta pelo desenvolvimento do setor calçadista nacional. Com diversos benefícios, além de representatividade junto aos governos federal e estaduais, a entidade anuncia quatro novos associados.

Tradicional indústria de calçados de Franca/SP, a Calçados Jota Pe é uma das novas associadas anunciadas. A calçadista foi fundada em 1960 e é uma das principais produtoras de calçados masculinos de alto valor agregado do Brasil. Conforme o diretor da empresa, Antônio Alves de Castro, o objetivo da associação é reforçar a atuação da marca no mercado doméstico e internacional. “O foco, no entanto, são as ações do Brazilian Footwear, em busca de aumentar a nossa presença internacional”, explica. Conheça a empresa no site www.calçadosjotape.com.br.

A Blue Bird, marca de calçados femininos em couro com saltos mais baixos e confortáveis, está retomando sua associação. A empresa de São Paulo/SP busca, por meio do engajamento à entidade, participar de ações que incrementem as vendas, principalmente no mercado externo. Criada por Michelle Lima Ponce e Paula Proushan Meyer, a marca nasceu em 2013 propondo uma nova moda para os pés, focada no conforto com design e qualidade impecáveis. Conheça a marca no site <https://bluebirdshoes.com.br>.

A terceira associada é a Tess Indústria e Comércio Ltda, do grupo S2 Holding. Proprietária das marcas Kenner, Redley e Cantão, a empresa, sediada em Campina Grande/PB, pretende ampliar a atuação no mercado internacional por meio das ações do Brazilian Footwear. “Também buscamos o engajamento das marcas no programa Origem Sustentável, o que deve trazer mais competitividade para a empresa”, projeta o diretor da Tess, Diego Mahaut Duarte Pereira. Criada há mais de três décadas, a Kenner é uma marca inspirada nas praias da Califórnia e especializada em sandálias *premium*. Conheça no site www.kenner.com.br. Também fazem parte do grupo a tradicional Redley - www.redley.com.br -, de tênis esportivos e roupas, e a Cantão - www.cantao.com.br -, marca de vestuário masculino e feminino.

A empresa Flor Amor, do polo calçadista de São João Batista/SC, é mais uma a se somar ao quadro associativo da entidade. Parte do tradicional grupo Camminare, a marca tem foco nas exportações e busca, no Brazilian Footwear, uma força extra para alçar voos mais altos no mercado internacional. A fabricante de calçados femininos, assim que entrou na associação, já participou do Projeto Comprador Vip na SC Trade Show, em Balneário Camboriú/SC. Conheça nas redes sociais www.instagram.com/usefloramor e www.facebook.com/usefloramor.

Associação

Criada em 1983, a Abicalçados tem soluções relevantes para empresas de todos os portes e objetivos, que buscam capacitação, promoção de imagem e comercial nos mercados doméstico e internacional, no segundo caso por meio do Brazilian Footwear. As mensalidades para a associação partem de R\$ 99 e evoluem de acordo com o porte das empresas.

INSPIRAMAIS ABRE INSCRIÇÕES PARA VISITANTES

O único salão de design, moda e sustentabilidade em materiais para as indústrias de calçados, confecções, móveis e bijuterias do Brasil está com inscrições abertas - e gratuitas - para visitantes. A 27ª edição do INSPIRAMAIS acontecerá nos dias 24 e 25 de janeiro de 2023, no Centro de Eventos da Fiergs, em Porto Alegre/RS, e contará com mais de 150 expositores e a apresentação, em primeira mão, de mais de mil materiais sustentáveis e inovadores lançados a partir da pesquisa Conexão INSPIRAMAIS.



Destaque do INSPIRAMAIS, a pesquisa que será tangibilizada em mais de mil materiais, que serão lançados no evento, é coordenada pelo estilista Walter Rodrigues e traz os temas Legado (rusticidade, retorno às origens, *western* e simplicidade) e Etéreo (fragilidade, sensibilidade tátil e aconchego). “Buscamos investigar quais os sinais primordiais que indicam os caminhos, para compreender o que nos aguarda a partir do momento em que a pandemia estiver estabilizada e quais serão os desejos dos consumidores”, explica o estilista, ressaltando que os materiais produzidos estarão expostos no espaço Conexão INSPIRAMAIS.

Outro destaque do salão de moda é o Hub Conexão Criativa, que apresentará materiais inovadores e sustentáveis de 44 micro e pequenas empresas, associações, cooperativas, artesãos e designers selecionados por uma curadoria coordenada pela consultora do Núcleo de Design do INSPIRAMAIS Flávia Vanelli.

Além de fomentar negócios na cadeia produtiva do couro e calçados, o INSPIRAMAIS possui uma extensa programação de palestras. Já estão confirmadas palestras de Walter Rodrigues (Inspirações 2024! - Primal), Hellen Formaggini Moraes (Senai MG), Viviane Assunção (IEL MG), Marnei Carminatti e Ramon Soares (Preview do Couro), Sebrae (startups) e Flávia Vanelli (Hub Conexão Criativa - Soluções Criativas em Sustentabilidade e Inovação apresentadas pelo Ecossistema de Negócios de Impacto).

Mais informações sobre o evento e inscrições (aba Inscreva-se) no site www.inspiramais.com.br.

SENAI/RS DIVULGA CURSOS COM DESCONTOS EM NOVEMBRO

O Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial do Rio Grande do Sul (Senai/RS) está divulgando cursos técnicos e de evolução com descontos para novembro. Além dos descontos nos cursos de qualificação, o instituto está com promoção para serviços metrológicos.

Conforme comunicado enviado para a Abicalçados, os cursos técnicos do Senai/RS, uma referência no mercado brasileiro, estão com o primeiro mês totalmente grátis. Já os cursos de evolução, que ajudam no aperfeiçoamento de currículos profissionais da indústria por meio de conhecimentos teóricos e práticos, estão com descontos de 30%.

Para as empresas, os descontos são de 15% nos serviços metrológicos, compostos por ensaios e calibrações que trazem maior segurança e qualidade para os produtos. O Senai/RS frisa que os descontos são válidos apenas para novembro de 2022. Mais informações no site www.senairs.org.br/senainovember.



OS DESAFIOS DO PRÓXIMO GOVERNO

André Moreira Cunha

Professor do Departamento de Economia e Relações Internacionais da UFRGS

O principal desafio do próximo governo - e dos que vierem depois dele - é o de firmar bases sólidas para um ciclo longo de crescimento da renda. Há quatro décadas o País experimenta um processo de regressão econômica. O Brasil deixou de ser um dos países mais dinâmicos do globo e se converteu em um caso de frustração, com um crescimento médio anual da renda per capita equivalente a 1/5 do ritmo observado entre 1930 e 1980. Entre 1981 e 2021, o PIB per capita do Brasil apresentou uma variação média de 0,7% a.a., que é metade do padrão global (+1,5% a.a.) e dez vezes abaixo das economias emergentes da Ásia (+6,7% a.a.).

O presidente eleito receberá um país diferente daquele em que assumiu seu primeiro mandato, em 2003. Entre 2002 e 2022, houve um incremento de 35 milhões de pessoas (+19,5%) na população, o que equivale à soma das populações atuais de Bolívia, Chile e Uruguai. A taxa de urbanização passou de 82% (2002) para 87% (2021). Os grandes centros urbanos, cidades com mais de 1 milhão de habitantes, incorporaram 20 milhões de novos habitantes. Ao mesmo tempo, as famílias empobreceram. Os anos de choques externos e internos negativos, em um quadro grave de instabilidade política e crise institucional, foram marcados pela queda da renda per capita em valores constantes (a preços de 2021). Entre 2002 e 2013, o PIB por habitante passou de R\$ 32,4 mil para R\$ 44,1 mil (+38%). Já de 2013 até 2021, quando este valor chegou a R\$ 40,7 mil, verificou-se uma variação de -8%.

Se a demanda por saneamento, energia, telecomunicações, habitação, meios de transportes rápidos e eficientes, saúde, educação, lazer, cultura etc. se multiplicou, os investimentos seguiram estagnados. Em termos agregados, os investimentos produtivos por habitante no Brasil passaram de USD 1.333/ano (média de 1998-2002) para USD 1.352/ano (2018-2021). Nos mesmos períodos, a média mundial avançou de USD 1.7554/ano para USD 2.861/ano. Há, também, problemas de eficiência produtiva. Com as informações do Conference Board (Total Economy Database), verifica-se que a taxa anual média de crescimento da produtividade do trabalho dobrou entre das décadas de 1990 (0,7% a.a.) e 2000 (1,4% a.a.), com posterior recuo nos anos 2010 (0,4% a.a.). Nestas três décadas, este indicador ficou abaixo da média global, que foi de, respectivamente: +1,3% a.a., +2,7% a.a. e +0,9% a.a.

O motor do crescimento engasgou em meio ao intenso processo de desindustrialização. Em seu auge, nos anos 1980, a indústria de transformação respondia por algo entre 25% e 30% do valor adicionado na economia. Atualmente este indicador está ao redor de 11%, o que equivale ao peso relativo dos setores agropecuário e extrativo somados. Hoje, a produção de produtos manufaturados por habitante no Brasil (USD 890) equivale a menos da metade da média global (USD 1.990). Com 2,5% da população mundial, o Brasil responde por cerca de 1,2% das exportações de mercadorias. No caso das vendas produtos manufaturados nossa participação é ainda menor: 0,7%.

Nos últimos quarenta anos, nenhum governo foi capaz de garantir a expansão contínua da renda em níveis sistematicamente superiores aos padrões observados nas economias mais dinâmicas da atualidade ou do que no nosso próprio passado. Se o crescimento econômico não resolve todos os problemas de uma sociedade, a falta dele tende a agravar velhos conflitos e estabelecer novos dilemas. Para o próximo ciclo, o cenário externo será desafiador. A perspectiva é de baixo dinamismo econômico e elevada instabilidade política. A guerra na Ucrânia e os temores de conflitos em Taiwan exemplificam o quadro. Já no plano interno, a sociedade segue dividida, o que dificulta a atuação normal dos poderes constituídos. A solidez das instituições é fundamental para viabilizar o progresso material.

Não faltam desafios no horizonte nacional, os quais não serão resolvidos por mero exercício de voluntarismo, quer seja do governo central, quer seja de parcelas da sociedade. Um passo importante na direção da reconstrução das bases econômicas e institucionais do País será o resgate de padrões civilizados de convívio social, sem os quais as restrições antes mencionadas tendem a se agravar ainda mais.

PG4 CALÇADOS PREVÊ CRESCIMENTO DE 25% EM 2022

Atuando no setor há 33 anos, Giuliano Gera é um conhecido profissional em Franca/SP, principal polo calçadista brasileiro de calçados masculinos. Fundou a PG4 Calçados em 2007 e desde então experimenta as melhores e piores fases do setor calçadista nacional. “Mudam-se os modelos de negócios e empresas, mas não os desafios”, diz. Nesta entrevista exclusiva ao Abinforma, o empresário conta um pouco da sua trajetória, os desafios da atividade, avalia 2022 e projeta, não sem receios e incertezas, o próximo ano da empresa.



Abinforma - Quantos funcionários, quanto produz e quanto exporta a PG4 Calçados?

Giuliano Gera – Hoje temos duas unidades, uma aqui em Franca e outra em Minas Gerais, onde empregamos um total de 190 colaboradores que produzem mil pares de calçados por dia. São calçados de alto valor agregado e comercializados na modalidade private label, tanto no mercado doméstico quanto internacional, no qual nossos principais clientes estão nos Estados Unidos, Chile, Bolívia, Colômbia, Guatemala e Panamá.

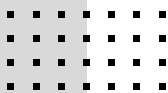
Abinforma - Fale um pouco da sua carreira no universo calçadista. Quando iniciou, qual sua formação e seu envolvimento com entidades de classe?

Gera – Me mudei de São Paulo, capital, para Franca em 1990, com 14 anos. Lá preenchi uma ficha no sindicato da indústria e logo me chamaram. Passei a trabalhar em uma empresa como office boy e fiquei lá por 17 anos, saindo como diretor administrativo e coordenando as áreas de controladoria, suplain-chain, e tecnologia da informação (TI). Sai um profissional multitarefa para criar a PG4 Calçados, empresa baseada em quatro valores fundamentais: honestidade, respeito, transparência e responsabilidade social. Nesse meio tempo, me formei em Ciências Econômicas, fazendo pós-graduação em Controladoria e Finanças, Administração, Gerência de Projetos e Gestão Tributária. Hoje, faço parte do Conselho da Abicalçados, da diretoria do Sindicato das Indústrias de Calçados de Franca (Sindifranca) e Federação das Indústrias de São Paulo (Fiesp), sempre representando os interesses do setor calçadista.

Na sua opinião, quais são os principais desafios para o desenvolvimento da indústria calçadista nacional?

Gera – Não existe um plano elaborado para a industrialização do país. Somos muito focados em *commodities*, no próprio agro, que é importante, mas não temos políticas para desenvolver a indústria da transformação. Dessa forma, fatores macroeconômicos acabam nos atingindo com muito mais força do que deveriam. Temos um mercado consumidor gigante no mundo, mas sofremos pelos nossos próprios problemas internos, caso das constantes oscilações cambiais. Todos os nossos principais concorrentes, principalmente os asiáticos como a China, trabalham a compensação do câmbio quando necessário para não perderem competitividade e gerar distorções no mercado internacional. O Brasil não faz isso. Se tivéssemos uma política cambial inteligente, certamente seríamos o segundo ou terceiro maior produtor de calçados do planeta (hoje somos o quinto).

“NÃO EXISTE UM PLANO ELABORADO PARA A INDUSTRIALIZAÇÃO DO PAÍS. SOMOS MUITO FOCADOS EM COMMODITIES, NO PRÓPRIO AGRO, QUE É IMPORTANTE, MAS NÃO TEMOS POLÍTICA PARA DESENVOLVER A INDÚSTRIA DA TRANSFORMAÇÃO.”

**Abinforma - Em algum momento o câmbio esteve mais estabilizado. Foi isso que ajudou a empresa nas exportações e ao longo do ano de 2022?**

Gera - Em 2018 exportávamos 5% da nossa produção e hoje estamos exportando 55%. Foi justamente pela maior estabilidade no câmbio, que foi ajustado para a banda que julgo realista. A gente escuta muitos feedbacks de importadores, que dizem que o nosso produto é de excelência, temos uma indústria potente, mas a insegurança trazida pela instabilidade econômica e política, com reflexos no câmbio, prejudicam os negócios. Há pouco, enviei amostras para um cliente nos Estados Unidos e ele me questionou sobre o preço para daqui um ano. Como, no ambiente que vivemos, consigo responder? O Brasil não cresce mais pela própria incompetência.

“EM 2018 EXPORTÁVAMOS 5% DA NOSSA PRODUÇÃO E HOJE ESTAMOS EXPORTANDO 55%. FOI JUSTAMENTE PELA MAIOR ESTABILIDADE NO CÂMBIO, QUE FOI AJUSTADO PARA A BANDA QUE JULGO REALISTA.”

Abinforma - Você havia comentado sobre um estudo entregue para o ex-governador João Dória, que mostrava o impacto da política cambial nos negócios internacionais. Conte um pouco sobre isso.

Gera - Fizemos um estudo sobre o macro e microambiente dos clusters calçadistas de São Paulo, (Franca, Jaú e Birigui) trazendo informações de extrema relevância para um planejamento setorial. Em 1993 em Franca, exportávamos mais de 18 milhões de pares por ano e hoje esse número está na casa de 4 milhões de pares. Qual a razão disso? Tivemos duas décadas perdidas por causa da política cambial. Levando em média o crescimento dos nossos principais concorrentes no universo calçadista, que possuem política cambial inteligente, se tivéssemos esse cenário aqui no Brasil, hoje certamente considerando o crescimento mundial estaríamos exportando próximo de 70 milhões de pares/ano.

Esse dinheiro que deixou de entrar no Brasil, mas não nos nossos principais concorrentes, fez com que tornássemos o nosso parque produtivo obsoleto, sem investimentos ou com investimentos em tecnologia, processos de produção e qualificação da mão de obra muito menores do que o aceitável. Perdemos espaço no mundo. A exportação também nos obriga a melhorar nossos processos produtivos internos, elevando a profissionalização e a qualidade dos nossos produtos, algo que tem reflexo também no mercado interno.

Abinforma - Qual seria o câmbio ideal?

Gera - Sempre falamos que o câmbio ideal é o estável. Mas, para dar um número, acredito que a banda atual, com o dólar entre R\$ 5,20 e R\$ 5,30 é interessante para que consigamos trabalhar um preço justo no mercado internacional. Chegamos a pensar, no início do ano, que o dólar estabilizado nessa banda daria a chance de uma espécie de recomeço para a indústria de calçados, tanto que aumentamos muito as exportações. Agora, com o novo governo e a incerteza das diretrizes econômicas, o cenário fica mais incerto.

Abinforma - Como foi o ano de 2022 para a PG4 Calçados?

Gera - Só não foi melhor por questões logísticas, que encareceram as matérias-primas. Como já coloquei, as exportações tiveram um papel fundamental para a performance, sendo que devemos encerrar 2022 com um crescimento na casa de 25%. Comercialmente foi um ano muito bom. Também foi neste ano que inauguramos uma nova unidade em Minas Gerais e investimos em novos maquinários.

Abinforma - E para 2023, qual a expectativa?

Gera - Tivemos que redimensionar a expectativa de crescimento em função das incertezas. Não sabemos o que vai acontecer, estamos acompanhando os desdobramentos para o próximo governo. Desta forma, estamos falando em estabilidade frente a 2022.

Não precisa escolher entre **sustentabilidade e lucro.**

Veja como o software de **Gestão do Ciclo de Vida do Produto (PLM)** da Centric permite à **Allbirds**, marca global de calçados, **tomar decisões em tempo real** com base na **pegada de carbono** e nas **margens**.

LEIA A HISTÓRIA COMPLETA

ou entre em contato pelo e-mail jabbamonte@centricsoftware.com





BRAZILIAN FOOTWEAR

ABICALÇADOS APRESENTA SOLUÇÕES PARA INCREMENTO DAS EXPORTAÇÕES

A Abicalçados apresentou, na tarde do último dia 27 de outubro, as ações do Brazilian Footwear para o primeiro semestre de 2023. Mantido em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), o Brazilian Footwear realizará 17 iniciativas na primeira parte do ano, abrindo também possibilidade para apoio de projetos individualizados e prevendo a divulgação do programa Origem Sustentável em âmbito internacional.

Com uma receita total de R\$ 35,4 milhões para investimentos em ações de promoção comercial e de imagem para o calçado brasileiro no exterior, o Brazilian Footwear 2022/2024 tem como mercados-alvo Colômbia, Estados Unidos, Reino Unido, França, Emirados Árabes Unidos e Coreia do Sul. Segundo a gestora do Projeto da Abicalçados, Letícia Sperb Masselli, o objetivo do programa é apoiar a exportação de calçados de empresas de diferentes portes, segmentos e maturidades exportadoras por meio de subsídios relevantes para a participação em ações comerciais e de reforço de imagem do produto brasileiro no exterior.

BrazilianFootwear.com

Criada em 2015, a plataforma digital BrazilianFootwear.com tem o objetivo de gerar conexões entre as calçadistas brasileiras e o mercado internacional. Aprimorado em anos recentes, o site cresceu mais de 350% em número de acessos em comparação com o último ano, sendo quase 25% deles dos Estados Unidos. Gratuita para associados ao Programa, a plataforma conta com perfis de marcas brasileiras e fica hospedada no endereço www.brazilianfootwear.com.

BrazilianFootwear.com by Joor

É a parceria da plataforma BrazilianFootwear.com com a Joor, maior site de e-commerce B2B (*business to business*) do mundo. Por meio dela, marcas brasileiras participantes da ação podem efetivar negócios com o mercado internacional. Na plataforma, o calçadista pode prospectar trocar informações e fechar pedidos diretamente com o comprador internacional. Funcionando no site www.joor.com, a plataforma possui mais de 350 mil compradores de 150 países cadastrados, a maior parte deles dos Estados Unidos.

Playtime

Ação híbrida, a Playtime é uma renomada feira de moda infantil realizada de forma presencial em Paris/França, em janeiro; em Nova Iorque - juntamente com Kid's Hub -, em fevereiro; e de forma permanente em *marketplace*. Contando com curadoria, a ação é assertiva para empresas que buscam inserção no mercado norte-americano de calçados infantis.

Magic e Project Las Vegas

Mostras que acontecem em Las Vegas, nos Estados Unidos, em fevereiro. A Magic é uma feira democrática e mais comercial, com diferentes segmentos de moda, enquanto a Project é mais focada em produtos de alto valor agregado.

Atlanta Market Shoe

A feira regional promovida pela associação de representantes comerciais do Sudeste dos Estados Unidos tem foco em negócios, com montagens padronizadas e custos mais acessíveis do que as demais ações. Acontece em Atlanta no mês de fevereiro.

Magic NY

Ocorrendo simultaneamente à Semana de Moda de Nova Iorque, a feira é focada em moda, tanto para vestuário quanto para calçados e acessórios. O evento acontece em fevereiro.

Expo Riva Schuh

Uma das principais e mais tradicionais feiras de calçados do mundo, a Expo Riva Schuh acontece em Riva del Garda, na Itália, em janeiro. É a primeira feira internacional do calendário e tem forte apelo comercial, tanto para venda de marca própria quanto para *private label* - marca do cliente. Um dos pontos destacados pela Abicalçados é que a feira tem registrado uma menor participação de expositores chineses, o que tem aberto mais espaço para as marcas brasileiras.

Micam Milano

Considerada o “ponto de encontro” do setor calçadista no mundo, é a feira internacional com maior delegação de marcas verde-amarelas. A mais internacionalizada das mostras é também a maior do mundo em número de expositores e visitantes. No primeiro semestre de 2023, a feira ocorrerá em fevereiro.

Missão Colômbia

A Missão Comercial Colômbia promove a participação de marcas calçadistas brasileiras em showrooms em duas cidades colombianas no final de janeiro. O destaque da ação é o *matchmaking*, que cruza ofertas das calçadistas com as demandas dos lojistas locais, tornando os showrooms muito mais assertivos com relação aos negócios. Além disso, a ação contempla um seminário preparatório sobre o mercado colombiano de calçados e um evento de relacionamento com a imprensa local.

Apoio individualizado

O Brazilian Footwear possibilita que empresas associadas se inscrevam em ações individuais, de nicho, que contemplem marketing digital (para potencializar a participação de marcas brasileiras em plataformas de e-commerce em mercados específicos) e/ou a participação em eventos personalizados, tudo mediante envio de proposta que será analisada pela ApexBrasil.

Capacitação

Durante o primeiro semestre, o Brazilian Footwear promoverá três workshops destacando estratégias digitais para a internacionalização e vendas.

Influenciadores

O programa realizará, ainda, ações com influenciadores digitais dos mercados dos Estados Unidos e de países da América Latina com o objetivo de fortalecer a imagem do calçado brasileiro no exterior. As ações serão apoiadas pelos escritórios de relações públicas locais, que farão a seleção dos influenciadores com maior impacto nos respectivos mercados.

Dropshipping

O Brazilian Footwear realizará, durante o primeiro semestre, uma mentoria voltada para a potencialização das vendas via *dropshipping* (em canais digitais no exterior).

Origem Sustentável

Única certificação de ESG da cadeia produtiva do calçado no mundo, o Origem Sustentável reforçará sua divulgação internacional em eventos ao longo do ano. Hoje, o programa possui algumas das principais empresas da cadeia calçadista brasileira certificadas.

As empresas interessadas no apoio do Brazilian Footwear podem saber mais sobre os subsídios e ações preenchendo o formulário no [link](#).



BRAZILIAN FOOTWEAR

PROJETO COM COMPRADORES INTERNACIONAIS GERA US\$ 368 MIL PARA CALÇADISTAS

O Projeto Comprador Vip, realizado 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), deve gerar US\$ 368 mil para empresas de calçados. Nesta edição, o projeto ocorreu durante a realização da SC Trade Show, entre 26 e 28 de outubro, em Balneário Camboriú/SC.

Reforçando a importância de o projeto alcançar diferentes polos calçadistas brasileiros, a analista de Promoção Comercial da Abicalçados, Carla Giordani, destaca que as compradoras dos grupos Pat Primo (Colômbia) e do Intertop (Cazaquistão) requisitaram amostras de empresas do polo catarinense. “A projeção é de que, em seis meses, sejam gerados mais de US\$ 368 mil em negócios que ficaram alinhavados. Mas, mais importante do que o resultado imediato é o relacionamento que iniciou e que, certamente, terá reflexos futuros”, avalia a analista.

Com mais de 400 lojas especializadas na Colômbia, o grupo Pat Primo - que reúne as marcas Pash, Pat Primo e Seven Seven - é um dos maiores do país. “A experiência foi bastante positiva, principalmente porque além de podermos ver toda a oferta de produtos, tendências e cores, visitamos algumas empresas para conhecer a estrutura produtiva do Brasil, que é muito boa. Estamos levando algumas amostras que vamos apresentar durante a semana para as gerências de todas as marcas do grupo”, conta Laura Gil, compradora do Pat Primo.

Já o grupo cazaque Intertop, que veio ao Brasil em uma parceria entre o Brazilian Footwear e o Escritório da ApexBrasil em Moscou, também levou amostras de empresas catarinenses, que devem gerar negócios para abastecer suas 25 lojas. “Nos chamou a atenção não somente a qualidade e design dos calçados brasileiros ofertados, mas também os aspectos de conforto e a flexibilidade na negociação, o que é muito importante no Cazaquistão”, avalia a compradora do grupo Natalya Ogay, ressaltando que o grupo ainda não trabalha com marcas verde-amarelas, mas que deve iniciar o trabalho já na próxima estação.

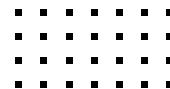
Oportunidade

O gerente de exportação da Calçados Ala, Aderbal Filho, resalta a oportunidade de participar do projeto com a Abicalçados. “Diante de um cenário um tanto conturbado no mercado interno, o projeto nos trouxe mais do que resultados positivos, nos trouxe esperança de bons negócios no futuro. Uma chance dessas de fazer negócios e poder dar uma atenção especial ao importador não ocorre em nenhum outro tipo de evento”, avalia o gerente, acrescentando que a visita do importador à fábrica agregou ainda mais valor à ação, permitindo conforto para negociações e conversas mais aprofundadas.

O coro é engrossado pelo representante comercial para Ásia Central e Cáucaso da Calçados Beira Rio, Cleber Acosta Melo. “Achei o projeto muito interessante, gerando uma conexão importante com o grupo Intertop, com o qual não trabalhávamos. Estamos otimistas de que o mercado se manterá aquecido e com mais oportunidades para os fabricantes e fornecedores brasileiros no próximo ano”, avalia.

SC Trade Show

Na sua 32ª edição, a SC Trade Show é uma promoção do Sindicato das Indústrias de Calçados de São João Batista (Sincasjb). No total, mais de 100 marcas do polo calçadista catarinense expuseram seus produtos e lançaram as tendências para o outono-inverno 2023 no Expocenter, em Balneário Camboriú, no litoral catarinense.



JORNALISTA COLOMBIANO CONHECE PROCESSOS E ESTRATÉGIAS DAS MARCAS BRASILEIRAS



A relação entre a indústria calçadista brasileira e o mercado latino-americano, em especial, o da Colômbia, está ainda mais próxima. Isso porque, o Brazilian Footwear, programa mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), trouxe ao Brasil o jornalista colombiano Andrés Rodriguez Barreto, da Revista Style America. Entre os dias 25 e 28 de outubro, o comunicador participou do Projeto Imagem, ação desenvolvida com o objetivo de divulgar as características e diferenciais da maior indústria de calçados do Ocidente, bem como de mostrar a variedade de produtos e o posicionamento das marcas nacionais.

A ação contou com agendas em quatro fábricas de diferentes segmentos no Rio Grande do Sul e visitas ao varejo local, além de um momento com designers e lideranças do setor em São Paulo. A analista de Promoção de Imagem da Abicalçados, Nicolle Frapiccini, destaca que a iniciativa foi muito positiva para a imagem da indústria nacional. “Todas as visitas programadas trouxeram uma riqueza de informações sobre o atual momento da indústria de calçados do Brasil. Conseguimos apresentar, nestes dias, como as marcas brasileiras estão trabalhando internamente, tanto o aprimoramento logístico, a pesquisa e desenvolvimento de materiais quanto o design, o investimento tecnológico e a sustentabilidade, para que o setor siga com passos sólidos aumentando sua presença no exterior e sendo visto como referência de moda para muitos países, como ocorre na América Latina.”

Com duas edições físicas por ano e com atualização frequente no site, a Revista Style America, que está disponível no endereço digital revistastyle.com, circula em 15 países e é um dos principais veículos de moda da Colômbia e da América Latina. Barreto contou que a participação na ação foi uma oportunidade para redescobrir a indústria de calçados do Brasil. “A viagem foi interessante porque reuniu, em uma mesma agenda, visitas às unidades produtivas, centro de distribuição e lojas, onde tive contato com marcas de diferentes nichos e segmentos e pude conhecer os métodos, processos e estratégias das marcas, além da sustentabilidade, que fazem com que os calçados do Brasil mantenham seus diferenciais de design e conforto.”

No Rio Grande do Sul, uma das fábricas visitadas foi a da Calçados Pegada, em Dois Irmãos. O gerente de Exportação da Pegada, Juliano Fontes, pontuou que para a empresa a participação é muito interessante. “Apresentar a marca, mostrar os produtos e o processo de produção para grandes veículos e que têm uma presença forte em vários países é sempre de muita valia. Sabemos o peso de sair em uma publicação como esta e a importância para o fortalecimento da marca tanto para o público B2B quanto B2C.”

Já em São Paulo, a fundadora e CEO da Linus, Isabela Chusid, participou do momento especial com designers. “Foi muito bacana poder estreitar laços com a Abicalçados e o Brazilian Footwear e, de quebra, conhecer outros afiliados que estão enfrentando desafios semelhantes aos nossos. Com certeza essa parceria vai nos ajudar a colher muitos frutos”, falou Isabela, ao salientar que a troca de informações tanto com o jornalista quanto com os associados foram muito importantes.



BRAZILIAN FOOTWEAR

ABICALÇADOS REÚNE EMBAIXADORES DO BRAZILIAN FOOTWEAR

A Abicalçados reuniu o grupo de embaixadores do Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações de calçados mantido pela entidade em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil). Ocorrido no último dia 18 de outubro, o encontro contou com a presença de representantes de 12 empresas associadas, da ApexBrasil e da Abicalçados na sede da entidade calçadista, em Novo Hamburgo/RS.

Ressaltando a importância do encontro, a gestora de Projetos da Abicalçados, Leticia Sperb Masselli, deu as boas-vindas ao grupo, agradecendo a participação dos presentes e salientando a importância de mais um encontro que vai ajudar a definir a condução do Brazilian Footwear para o biênio 2022/2024. “Ao longo de 2022, 14 empresas associadas que não exportavam começaram a exportar, o que ilustra não somente a importância das exportações, mas do apoio do programa Brazilian Footwear”, disse.

Momento positivo

Para destacar o momento positivo das exportações brasileiras de calçados, na sequência ocorreu a apresentação da coordenadora de Inteligência de Mercado da Abicalçados, Priscila Linck. Segundo ela, entre janeiro e setembro, as exportações do setor somaram 107,9 milhões de pares, que geraram US\$ 990,35 milhões, resultados superiores tanto em volume (+25%) quanto em receita (+60%) em relação ao mesmo período do ano passado, valor que supera todo o registro de 2021 (US\$ 900 milhões). Priscila destacou, também, que existe espaço para incremento nas exportações e que o volume e valor exportado nos nove primeiros meses do ano é o maior em mais de uma década. A gestora de projetos setoriais do complexo Moda na ApexBrasil, Mariele Christ, comentou sobre importância desses dados e que a agência, além de apoiar diretamente 50 setores da economia brasileira, conta também com o Mapa Estratégico de Mercados e Oportunidades Comerciais para as Exportações Brasileiras. “Lá as empresas podem pesquisar como os seus NCMs estão performando”, conta. A ferramenta da ApexBrasil pode ser acessada no <https://portal.apexbrasil.com.br/mapa-de-oportunidades/>.

Convênio

No encontro também foram detalhadas as ações realizadas pelo Brazilian Footwear no segundo semestre de 2022. “Foram mais de 20 iniciativas que proporcionaram impactos importantes nos mercados elencados pelo Programa e que nos ajudaram a direcionar nossos esforços de promoção comercial e de imagem”, destaca Leticia, que apresentou ainda o cronograma do Brazilian Footwear para 2023.

Finalizando o encontro, o gestor de Projetos da Abicalçados, Cristian Schlindwein apresentou o Origem Sustentável, programa de certificação da cadeia produtiva em ESG que atualmente está na sua terceira versão e já é considerado uma referência para a indústria calçadista mundial.



EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS DESACELERAM EM OUTUBRO

Depois de oito meses consecutivos de altas em relação a 2021, as exportações de calçados caíram, em pares, pelo segundo mês consecutivo. Dados elaborados pela Abicalçados apontam que, em outubro, foram embarcados ao exterior 11,23 milhões de pares, que geraram US\$ 114 milhões, queda de 12,7% em volume e incremento de 21,4% em receita em relação ao mesmo mês do ano passado. Em setembro, as exportações, em pares, já haviam caído 6%, o que aponta para uma desaceleração no mercado internacional. No acumulado dos dez meses o saldo ainda é positivo. Entre janeiro e outubro, os calçadistas somam o embarque de 119 milhões de pares por US\$ 1,1 bilhão, incrementos tanto em volume (+20,2%) quanto em receita (+55%) em relação ao mesmo período do ano passado. Em relação ao nível pré-pandemia, o setor acumula crescimentos de 35% e 24%, respectivamente, em valor e volume.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, explica que o revés em volume nos dois últimos meses é reflexo do desaquecimento da economia mundial. “Conforme o FMI, mais de um terço da economia global vai se contrair este ano ou no próximo, enquanto as três maiores economias - Estados Unidos, a União Europeia e a China - continuarão a desacelerar. Certamente teremos impacto no setor de calçados”, comenta. Segundo o dirigente, no mês de outubro os Estados Unidos importaram 44% menos calçados brasileiros no comparativo com o mesmo mês de 2021. Outro fator que explica a queda dos embarques é a Argentina, segundo principal destino do calçado brasileiro no exterior. Em crise e com inflação elevada, o país vizinho importou 36% menos calçados brasileiros no mês de outubro, em relação ao mesmo mês do ano passado.

BALANÇA COMERCIAL

Destinos

Entre janeiro e outubro, o principal destino do calçado brasileiro no exterior foi os Estados Unidos, para onde foram embarcados 16,24 milhões de pares que geraram US\$ 296 milhões, incrementos tanto em volume (+38,2%) quanto em receita (+66,6%) em relação ao mesmo período do ano passado.

O segundo principal destino do calçado verde-amarelo no exterior foi a Argentina. Entre janeiro e outubro, foram exportados para lá 14,34 milhões de pares, que geraram US\$ 157,64 milhões, altas tanto em volume (+33,2%) quanto em receita (+70,6%) em relação ao mesmo período de 2021.

A França aparece como o terceiro destino do calçado brasileiro no mercado internacional. Nos dez meses do ano, os franceses importaram 5,54 milhões de pares verde-amarelos por US\$ 54 milhões, queda de 10,2% em volume e alta de 7,3% em receita no comparativo com o mesmo período do ano passado.

Importações em elevação puxadas pelos asiáticos

Ao mesmo tempo em que as exportações de calçados apontam para uma desaceleração, as importações do setor estão em elevação. Puxadas pelos países asiáticos - Vietnã, Indonésia e China -, que respondem por quase 85% do total importado em calçados pelo Brasil, no mês de outubro as importações somaram 1,63 milhão de pares por US\$ 33 milhões, elevação de 54% em volume e de 95,3% em receita na relação com outubro de 2021. Principal origem do calçado importado, o Vietnã exportou 80% mais calçados para o Brasil no comparativo com outubro passado, enquanto a Indonésia exportou 83% mais e a China 34%.

Em partes para calçados - cabedais, saltos, solados, palmilhas etc -, as importações dos dez meses do ano somaram US\$ 24 milhões, 13% mais do que no mesmo intervalo do ano passado. As principais origens foram China, Vietnã e Paraguai.



EXPORTAÇÕES

PRINCIPAIS ORIGENS

Três primeiros estados do ranking e o total do período

RS

RIO GRANDE DO SUL

JAN - OUT 2021: 25,76 milhões de pares
JAN - OUT 2022: 36,57 milhões de pares

VARIAÇÃO: 41,9%

CE

CEARÁ

JAN - OUT 2021: 29,96 milhões de pares
JAN - OUT 2022: 34,78 milhões de pares

VARIAÇÃO: 16,1%

PB

PARAÍBA

JAN - OUT 2021: 19,14 milhões de pares
JAN - OUT 2022: 16,34 milhões de pares

VARIAÇÃO: -14,6%

TOTAL

JAN - OUT 2021: 99,09 milhões de pares

JAN - OUT 2022: 119,14 milhões de pares

VARIAÇÃO: 20,2%



IMPORTAÇÕES

PRINCIPAIS ORIGENS

Três primeiros países do ranking e o total do período

CHINA

JAN - OUT 2021: 6,03 milhões de pares
JAN - OUT 2022: 9,18 milhões de pares

VARIAÇÃO: 52,2%

VIETNÃ

JAN - OUT 2021: 7,10 milhões de pares
JAN - OUT 2022: 6,77 milhões de pares

VARIAÇÃO: -5,3%

INDONÉSIA

JAN - OUT 2021: 2,19 milhões de pares
JAN - OUT 2022: 2,56 milhões de pares

VARIAÇÃO: 17,0%

TOTAL

JAN - OUT 2021: 17,55 milhões de pares





JAN - OUT 2022: 21,91 milhões de pares

VARIAÇÃO: 24,8%

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

ABINFORMA

Novembro/Dezembro 2022 Nº 368 - Ano 32

 abicalcados
 abicalcadosoficial
 abicalcados
 company/abicalcados



ABICALÇADOS
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS
INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

www.abicalcados.com.br