

Relatório Anual 2017



FORÇA PARA SUA EMPRESA CRESCER.

A ABICALÇADOS É UMA ENTIDADE QUE BUSCA O DESENVOLVIMENTO DO SETOR CALÇADISTA, PROMOVEDO AÇÕES QUE FORTALECEM AS EMPRESAS E ESTIMULAM A PARCERIA ENTRE ELAS.

A Abicalçados tem planos diferentes para empresas de todos os portes. Saiba mais sobre os benefícios e ações para o seu negócio.

O QUE A ABICALÇADOS PODE FAZER PELO SEU NEGÓCIO



REPRESENTAÇÃO

Conte com a entidade como sua porta-voz perante questões governamentais.



VISÃO DE FUTURO

Esteja sempre à frente em inovação e oportunidades tecnológicas.



COMPETITIVIDADE

Tenha acesso a ações e projetos para se tornar competitivo no mercado.



CONHECIMENTO

Receba informações que darão segurança às suas tomadas de decisão.



PROMOÇÃO DE MARCA

Coloque seus produtos em evidência no Brasil e no mundo.



ATENÇÃO AO SEU NEGÓCIO

Receba atendimento personalizado para a sua empresa.

ENTRE
EM
CONTATO:

PAMELA@ABICALCADOS.COM.BR

51 3594.7011 ABICALCADOS.COM.BR



ABICALÇADOS

Sumário

06 A ABICALÇADOS

- 06 Quem somos
- 08 Norteadores estratégicos
- 10 Abicalçados em números
- 11 O setor em números
- 12 Palavra do presidente do Conselho Deliberativo
- 13 Mensagem do presidente-executivo
- 14 Retrospectiva 2017
- 16 Abicalçados na mídia
- 18 Mídias sociais

20 REPRESENTAÇÃO DO SETOR

- 22 Conselho Consultivo do Setor Privado
- 22 Fórum Nacional da Indústria
- 22 Coalizão Empresarial Brasileira
- 22 Projeto Norma ABNT - Etiqueta da composição
- 23 Pauta Legislativa
- 27 Conselho Consultivo - ABVTEX

28 DEFESA COMERCIAL

- 30 Monitoramento
- 31 Destaques 2017

32 ASSESSORIA JURÍDICA

- 34 Atendimento ao Associado
- 35 Destaques 2017

36 INTELIGÊNCIA DE MERCADO

- 38 Produtos
- 40 Relatório Setorial da Indústria de Calçados
- 41 Estudo Estratégico França



Sumário

42 NOSSOS PROJETOS

- 44 Brazilian Footwear
- 46 Embaixadores do Brazilian Footwear
- 48 Origem Sustentável
- 49 SOLA
- 50 Grupo Futuro
- 51 Future Footwear

52 DESENVOLVIMENTO

- 54 Talk Shoe
- 58 Conhecimento
- 59 Workshop Inovação na Prática
- 60 Seminário Nacional da Indústria de Calçados (SNIC)
- 62 Prêmio Direções
- 67 Estudo 15 Direções para o Futuro da Indústria Calçadista

68 PROMOÇÃO COMERCIAL

- 70 BrazilianFootwear.com
- 71 Secretarias de Comércio e Escritórios Apex-Brasil
- 72 Resultados
- 73 Eventos
- 76 Missões comerciais e de prospecção
- 78 Projeto Comprador Vip
- 80 Matchmaking internacional
- 81 Edital de ações personalizadas



82 PROMOÇÃO DE IMAGEM

- 84 Vogue Brazilian Footwear
- 86 Photocall Colômbia
- 88 Relações Públicas internacionais
- 89 Relações Públicas - China/Hong Kong
- 90 Relações Públicas - Colômbia
- 91 Relações Públicas - Estados Unidos
- 92 Projeto Imagem

94 RELACIONAMENTO

- 96 Apadrinhamento, AbiNews e Clube de Benefícios
- 97 Mensagem do Associado
- 98 Calendário de Ações

Quem somos

Fundada em 1983, sob o nome de ADICAL, associação que representava os calçadistas do Rio Grande do Sul, a entidade ganhou o nome atual sete anos depois, em 1990, passando também a representar o setor em nível nacional. A Abicalçados tem como premissa principal representar os anseios de um setor pujante da economia nacional, que gera cerca de 300 mil postos diretos e está presente, com força, em pelo menos dez estados da Federação.

Sempre buscando a união do setor calçadista, por meio da colaboratividade, a entidade trabalha sobre os pilares da Representação do Setor, Defesa Comercial, Informação de Mercado, Capacitação e Desenvolvimento, Promoção Comercial e Promoção de Imagem. São diversas ações que contemplam todos esses pilares e que poderão ser conhecidas por meio da leitura deste Relatório. Além de descrever cada uma das iniciativas, a Abicalçados, nesta publicação, faz uma prestação de contas do que ocorreu ao longo de 2017.

O destaque do relatório é o Future Footwear, que se junta ao Brazilian Footwear como mais um importante programa visando o desenvolvimento setorial. Lançado em agosto de 2016, o Future Footwear é fruto de uma união de todas as principais entidades da cadeia coureiro-calçadista nacional (Assintecal, de componentes; CICB, de couros; e Abrameq, de máquinas) e busca desenvolver, na indústria, novos modelos de negócios, processos produtivos e produtos inovadores, sempre de acordo com as mudanças do mundo contemporâneo, inserindo conceitos da Indústria 4.0, design avançado e os meios digitais de comercialização.

Boa leitura!





Norteadores Estratégicos

Negócio:

Representação institucional e política, defesa comercial, desenvolvimento da competitividade e promoção da excelência do setor calçadista brasileiro.

Missão:

Representar, defender, desenvolver e promover o setor calçadista nacional, com respeito, excelência e resultados.

Visão:

Ser reconhecida como referência na representação institucional, defesa comercial, desenvolvimento da competitividade e promoção da excelência do setor calçadista brasileiro.

Valores:

- **Respeito:** ao associado e aos interesses do setor calçadista verde-amarelo. A Abicalçados é agente legítima das indústrias de calçados.
- **Excelência:** competência na realização da representação institucional do setor e na prestação de serviços.
- **Inovação:** a Abicalçados deve liderar, com proatividade, a indústria calçadista em busca de competitividade, tanto interna (intramuros) quanto externa (por meio de pleitos que reduzam o chamado Custo Brasil).
- **Resultados:** a Abicalçados deve buscar, obter e comunicar o produto de suas atividades.
- **Responsabilidade Social e Sustentabilidade:** a Associação opta por uma postura responsável na defesa dos interesses do setor calçadista, mediando-os de maneira sustentável com relação a colaboradores, fornecedores, Poder Público e sociedade.



Abicalçados em números

A Abicalçados conta com associados dos mais variados portes e segmentos que, juntos, respondem por mais de 70% da produção nacional de calçados.

165

empresas associadas

27

novas associações em 2017

12

estados com empresas associadas

1,3 mil

interações com empresas

divisão por porte
das empresas associadas

17% micro

25% pequena

36% média

22% grande

O setor em números

Presente com força em dez estados brasileiros, a atividade de produção de calçados emprega cerca de 300 mil pessoas de forma direta, gerando desenvolvimento econômico e social para o Brasil.

909 milhões

de pares produzidos

mais de 160

países compraram do Brasil

127 milhões

de pares exportados

EUA

foi o maior importador de calçados brasileiros, seguido por Argentina, Paraguai e Bolívia

US\$ 1,09 bilhão

gerados com as exportações

7,7 mil

empresas fazem parte do parque calçadista brasileiro

Palavra do Presidente do Conselho

Competitividade passa por associativismo empresarial



Rosnei da Silva

O mundo contemporâneo já não comporta apenas a concorrência. Hoje, diante de situações que emperram o desenvolvimento da cadeia produtiva, especialmente em um país como o Brasil, é imperativo criar mecanismos que garantam a competitividade sem depender do Poder Público. Evidentemente, como entidade setorial, desde 1983 temos forte atuação junto aos governos para garantir melhorias nos sistemas tributário, trabalhista, de logística, entre outros, mas sabemos que sem uma união que renove as capacidades e habilidades das nossas empresas será muito difícil sobreviver em meio a tantos obstáculos.

Neste relatório, listamos uma série de iniciativas da Abicalçados e do Brazilian Footwear, braço internacional da entidade, que auxiliam de sobremaneira no desenvolvimento do setor calçadista. São ações de promoção comercial, como feiras e missões, que somente no ano passado – um ano difícil, diga-se – geraram cerca de US\$ 200 milhões, algo em torno de 20% do total exportado pelo Brasil; de promoção de imagem, que vem qualificando os embarques, cada vez mais realizados com o *Made in Brazil*; e de desenvolvimento e capacitação, para instigar empresários rumo às adaptações necessárias para uma nova forma de produzir e comercializar calçados.

O nosso objetivo é que, lendo essa publicação, o empresário se engaje nesta luta conosco, ciente de que, mais do que a concorrência, devemos zelar pelo associativismo para o desenvolvimento de uma das atividades mais importantes da economia nacional há mais de um século: a produção de calçados.

Mensagem do presidente-executivo

O futuro nos espera



Heitor Klein

A Abicalçados tem o prazer de apresentar a 3ª edição do seu Relatório Anual, um compilado das ações promovidas pela entidade, sempre de acordo com os quatro pilares fundamentais e que guiam a nossa atuação: representação institucional, defesa comercial, promoção comercial e de imagem.

O ano de 2017 foi complicado não somente para o setor calçadista, mas para a economia nacional. Com uma queda acumulada de 7% no PIB de 2016 e 2017, vimos a capacidade de consumo encolher a níveis históricos, com um endividamento cada vez maior das famílias brasileiras. A renda também caiu, assim como o nível de emprego. No mercado internacional, a situação foi menos complicada, mas sem impacto significativo na atividade, que encerrou o ano empregando menos de 280 mil pessoas, o menor índice de emprego da história do setor.

Por outro lado, foi um ano de ensinamentos importantes. Se sobrevivemos à crise, que agora começa a dar sinais de arrefecimento, foi porque começamos a fazer a “lição de casa”. Os reveses uniram ainda mais a cadeia produtiva, que, aos poucos, parece se dar conta da importância do trabalho conjunto em prol da competitividade, deixando um pouco de lado a concorrência comercial para lutar por bens comuns. Foi neste contexto que, em 2017, tivemos os primeiros resultados da histórica união do setor que deu origem ao programa Future Footwear (leia na página 51), que uniu as entidades representativas dos segmentos de máquinas, couros, componentes, serviços e montadoras de calçados.

Mais do que um programa, o Future Footwear é uma condição de sobrevivência para a cadeia coureiro-calçadista. Se não evoluirmos, acelerando adaptação às circunstâncias de um mercado cada vez mais exigente e de evolução exponencial, não somente em termos de produtos, mas ávido por novos modelos de negócios, teremos sérios problemas de competitividade. E essa adaptação necessariamente precisa ocorrer no sentido amplo, de forma integrada e atingindo a todos os segmentos harmoniosamente.

O futuro nos espera e a Abicalçados convida você, calçadista, a continuar – ou a iniciar – a sua história conosco, tornando o setor cada vez mais forte em nível nacional e internacional.

Retrospectiva 2017

Janeiro

A Couromoda, realizada entre 15 e 18, recebeu 35 mil visitantes, sendo 2,5 mil estrangeiros, especialmente da América Latina. A

Abicalçados participou com Projeto Comprador Vip, que gerou US\$ 2 milhões em negócios, e ciclo de palestras Talk Shoe.

Fevereiro

Abicalçados, em parceria com o Brazilian Leather - braço internacional do CICB - lançou o projeto Design na Pele.

Março

A Abicalçados apresentou o SOLA na Fimec, feira da indústria de base para o setor calçadista realizada entre 14 e 16, em Novo Hamburgo/RS. Além da apresentação do Sistema, entidade e parceiros realizaram mais uma edição da rodada de negócios FF Exchange, desta vez entre calçadistas e curtumes.

Abril

A Abicalçados esteve nos polos calçadistas de Farroupilha/RS (17) e de Franca/SP (24). Na pauta, as ações da entidade no âmbito do Brazilian Footwear.

Maior

No dia 5, entidades do setor calçadista promoveram evento com a senadora Ana Amélia Lemos, que trouxe assuntos pertinentes ao setor e também ouviu pleitos dos calçadistas. O encontro aconteceu, em Novo Hamburgo/RS.

Junho

A Abicalçados lançou o estudo "15 Direções para o Futuro da Indústria de Calçados", em parceria com o IEL/FIERGS.

Entre 5 e 7, aconteceu a 5ª Missão Comercial Rússia, com 34 marcas participantes apoiadas pelo Brazilian Footwear. Evento gerou US\$ 4 milhões.

A feira italiana Expo Riva Schuh, realizada entre 14 e 17, teve 42 marcas brasileiras participantes com o apoio do Brazilian Footwear.

Nos Estados Unidos, a feira FN Platform, ocorrida em Las Vegas entre 21 e 23, gerou US\$ 5,3 milhões para as 34 marcas brasileiras expositoras apoiadas pelo Brazilian Footwear.

Estreia no Abinforma a coluna Informe Jurídico, assinada pela Assessoria Jurídica da Abicalçados.

No dia 21, na Feevale, em Novo Hamburgo/RS, o presidente-executivo da Abicalçados, Heitor Klein, participou do evento Painel RBS Notícias.

No dia 18 aconteceu o Análise de Cenários, evento realizado em conjunto com o CICB e a Assintecal, em Novo Hamburgo/RS. O evento trouxe a economista Patrícia Palermo para traçar um panorama do mercado para o ano de 2017.

Entre os dias 22 e 24, em Gramado/RS, aconteceu o Salão Internacional do Couro e do Calçado (SICC). Com 1,5 mil marcas participantes, o evento recebeu o Projeto Comprador Vip do Brazilian Footwear, que nesta edição trouxe compradores da Colômbia e da Armênia.

No dia 13, a Abicalçados promoveu a 21ª edição do SNIC, em São Leopoldo/RS. Com grandes nomes, o tema do evento foi Marketing Digital e a força dos *influencers* no ambiente digital.

Julho

Lançada a Vogue Brazilian Footwear com tendências de Primavera-Verão de 61 marcas brasileiras.

Governo Federal sancionou a esperada Reforma Trabalhista, que entrou em vigor no dia 11 de novembro do mesmo ano.

Abicalçados lançou o Clube de Benefícios para associados.

Agosto

No dia 24, Abicalçados promoveu curso sobre o Sistema GS1 de automação logística. Evento aconteceu na sede da entidade.

Realizada entre os dias 14 e 16, a feira norte-americana FN Platform gerou US\$ 6 milhões para 31 marcas brasileiras participantes através do Brazilian Footwear.

Setembro

O presidente do Conselho Deliberativo da Abicalçados, Rosnei da Silva, foi convidado a participar do Fórum de Desenvolvimento Econômico, em Novo Hamburgo/RS. Evento aconteceu no Teatro Feevale, no dia 18, e trouxe nomes como o jornalista econômico Samy Dana e o prefeito de São Paulo, João Dória Júnior.

Outubro

No dia 3, Abicalçados e parceiros realizaram mais uma edição do Análise de Cenários, em Novo Hamburgo/RS. Patrícia Palermo foi a palestrante.

No dia 3, entidades do setor promoveram a quinta rodada de negócios FF Exchange durante a Semana do Calçado, em Novo Hamburgo/RS. Dela participaram calçadistas e empresas de marketing digital.

Novembro

Entre 9 e 11 aconteceu, em São Paulo/SP, o primeiro Preview Couromoda. Com 151 expositores, evento chamou a atenção para a digitalização do mercado e a necessidade de adaptação do setor para esse novo modelo de negócios e consumo.

No dia 11 entrou em vigor a Reforma Trabalhista, que entre outras questões, permite que o negociado entre patrão e empregado tenha força de lei.

Dezembro

Entre 25 de novembro e 3 de dezembro, a equipe da Abicalçados partiu para uma missão prospectiva na França.

Auditório da ACI, em Novo Hamburgo/RS, foi palco para o seminário de automação, realizado pela Abicalçados no dia 18. O tema foi Serialização na cadeia coureiro-calçadista

Brazilian Footwear realizou Projeto Comprador Vip entre os dias 21 e 23. Durante estes dias, compradores dos Emirados Árabes Unidos e da Rússia participaram de agendas no Rio Grande do Sul e em São Paulo.

No dia 11, a Abicalçados e o Sebrae promoveram o seminário Terceirização na Indústria de Calçados, na Feevale, em Novo Hamburgo/RS.

Nos dias 12 e 14, a Abicalçados promoveu, respectivamente, rodadas do FF Exchange em Jaú e Franca, em São Paulo.

Ainda durante a Semana do Calçado, no dia 4, Abicalçados e entidades parceiras promoveram encontro sobre a Indústria 4.0, no Instituto Senai de Inovação e Soluções Integradas em Metalmeccânica, em São Leopoldo/RS.

Nos dias 13 e 14, a Abicalçados participou, em estande coletivo com demais entidades representantes da cadeia coureiro-calçadista, do Encontro Econômico Brasil Alemanha (EBBA), na FIERGS, em Porto Alegre/RS.

Abicalçados na mídia

O ano foi difícil para quase todos os setores da economia nacional. Para minimizar os impactos de um período problemático, a mídia foi uma aliada importante da Abicalçados como meio de levar os pleitos mais importantes aos poderes públicos e também ao conhecimento da sociedade. Com um ótimo relacionamento com a mídia nacional, a Abicalçados gerou quase R\$ 17 milhões em mídia espontânea, uma média mensal de R\$ 1,4 milhão, números 34% superiores aos registros de 2016. Em 2017 foram 1.653 citações, média mensal de 137,7. O mês recorde de mídia espontânea foi março de 2017, quando o valor gerado chegou a R\$ 4 milhões.

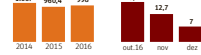
Indústria de calçados amplia exportações em 4% em 2016

A receita com exportações da indústria brasileira de calçados teve um crescimento, em dólares, de 4% no ano passado, na comparação com 2015, segundo a Abicalçados, associação do setor. “Tivemos um bom desempenho no último trimestre, o que impulsionou o resultado do ano”, afirma o presidente da entidade, Heitor Klein. O comércio com os Estados Unidos ajudou a avançar as vendas do setor, em dólares, e a expansão foi de 15,7% no ano passado. A mudança de governo no país – que, com uma fatia de cerca de 30% das vendas, é o maior comprador das companhias nacionais – tem gerado expectativa, diz Klein. “Vamos observar a política industrial do presidente

UM PÉ LÁ FORA

Exportações da Indústria de calçados brasileira

Em US\$ milhões



US\$ 221 mi foi a receita em 2016 com vendas para os EUA, que detêm 30% do mercado

*Comparação com mesmo mês de 2015. Fonte: Abicalçados

11% foi a fatia do mercado argentino nas vendas da indústria no ano

08/01/2017
Folha de SP



Negócios

A 44ª Cauxomoda reunirá entre 15 e 18 de janeiro importantes players, além de pequenas e médias empresas, para apresentar a coleção Outono-Inverno. O setor pode crescer 3,3% em 2017

Fabricantes de calçados e artigos de couro esperam guinada no 2º semestre

SETORES DE CONSUMO | **INDÚSTRIA** | **COMÉRCIO EXTERNO**

INDÚSTRIA | **COMÉRCIO EXTERNO**

Produção em milhões de unidades

Os fabricantes de calçados e artigos de couro esperam uma guinada no segundo semestre de 2016. Segundo a Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), o setor pode crescer 3,3% em 2017. A expectativa é baseada em uma recuperação da demanda doméstica e em uma melhoria das condições de comércio exterior. O setor também espera uma redução dos custos de produção, o que pode contribuir para o aumento da competitividade. No entanto, os desafios persistem, especialmente em relação à concorrência internacional e à volatilidade das taxas de câmbio. A indústria mantém um otimismo cauteloso para o futuro, com foco em inovação e qualidade para atrair consumidores e garantir a sustentabilidade do setor.

13/01/2017
DCI

08/01/2017
O Globo

China preocupa indústria brasileira

Capacitação é a meta do setor gráfico gaúcho

COMÉRCIO EXTERNO | **Empresas não querem condição de economia de mercado aos países asiáticos**

A indústria brasileira de calçados e artigos de couro está preocupada com a situação econômica da China. Segundo a Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), o país asiático representa um grande desafio para o setor devido à sua capacidade de produção em massa e aos baixos custos de produção. A indústria brasileira teme que a abertura de mercados para produtos chineses possa levar a uma perda de competitividade. Além disso, a volatilidade das taxas de câmbio e as barreiras comerciais também são fatores de preocupação. No entanto, há um reconhecimento de que a China também oferece oportunidades de crescimento e inovação. A indústria busca fortalecer sua presença no mercado doméstico e explorar novos mercados internacionais para manter sua relevância no setor global.

16/01/2017
Jornal do Comércio

Mídias sociais

Sempre conectada ao mercado, a Abicalçados investe forte em suas mídias sociais com o objetivo de compartilhar suas novidades com diferentes públicos nos quatro cantos do mundo. Em 2017, a entidade contabilizou novos seguidores e conseguiu movimentar de maneira significativa o número de pessoas engajadas em seus canais, sejam elas da Abicalçados ou do Brazilian Footwear. No mercado nacional, a Abicalçados mantém páginas no Facebook, LinkedIn e Youtube, além do site institucional, que registrou um total de visitas de 48,5 mil, com 141,4 mil visualizações de páginas.

A comunicação no exterior é feita através das diferentes redes sociais do Brazilian Footwear, que buscam alcançar o maior número de seguidores, levando em consideração os diferentes públicos e nacionalidades. Além das páginas globais de Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, entre outros, o Programa segue com uma página no Facebook específica para a Colômbia e com o Weibo na China.



18,6 mil fãs

Em 2017 foram 1.178 novos fãs

Perfil do Público – gênero

68% mulheres | 32% homens | 80% com idades entre 18 e 44 anos



913 seguidores

Novos seguidores obtidos em 2017: 354 (o trabalho de LinkedIn começou mais fortemente em 2017)

1,4 milhão

de pessoas alcançadas

312,3 mil

envolvimentos



20,6 mil visualizações

mais de

30 mil

pessoas impactadas

Brazilian Footwear



21,64 mil fãs

760 mil pessoas alcançadas



117 seguidores

(o trabalho com LinkedIn começou em 2017)



924 seguidores



26,22 mil visualizações



3,4 mil seguidores



225 seguidores



24,4 mil seguidores



Representação do Setor

A Abicalçados é a porta-voz do setor calçadista nacional, levando pleitos de interesse ao Poder Público e discutindo temas relevantes na imprensa nacional e internacional.

Representação do Setor

A Abicalçados tem forte atuação na representação política, na defesa dos interesses do setor junto ao Governo e no atendimento das demandas dos associados com respeito aos objetivos comuns. A entidade se mantém continuamente atenta às questões fiscais, tributárias, trabalhistas e do legislativo que possam ter impacto no setor.

CONEX: a Abicalçados é membro do Conselho Consultivo do Setor Privado (Conex), da Câmara de Comércio Exterior (Camex), que tem por objetivo apresentar estudos e propostas de aperfeiçoamento da política de comércio exterior. O Conex é composto por até 20 representantes do setor privado. Em 2015 foram formalizados os cinco pilares para o Plano Nacional de Exportações (PNE): acesso a mercados; promoção comercial; facilitação de comércio; financiamento de garantias às exportações; e aperfeiçoamento do sistema tributário. Também foram formados grupos temáticos para cada um deles e a Abicalçados ficou na coordenação do pilar de Promoção Comercial. Dentre as pautas discutidas em 2017 estavam as Negociações Mercosul – União Europeia, Exportação de Manufaturados para o Equador e Temas Tributários que afetam a competitividade e as exportações.

FÓRUM NACIONAL DA INDÚSTRIA: o Fórum Nacional da Indústria é um órgão colegiado de natureza consultiva da Diretoria da Confederação Nacional da Indústria (CNI), atuante na formulação de estratégias sobre matérias de interesse da indústria e da economia brasileira. O presidente-executivo da Abicalçados, Heitor Klein, é membro do Fórum que é composto por 50 presidentes de associações setoriais nacionais da Indústria ou líderes empresariais.

COALIZÃO EMPRESARIAL BRASILEIRA: mecanismo informal de coordenação do setor privado realizado pela CNI, que atua no

acompanhamento das negociações internacionais, sobretudo dos processos de integração comercial nos quais o Brasil está envolvido. A CEB reúne mais de 170 membros interessados em influenciar as estratégias brasileiras de integração internacional. A Abicalçados participa em consultas técnicas relacionadas às negociações internacionais e que contribuem para a definição dos interesses comuns do setor privado nos processos de integração internacional; formulação da posição do setor privado brasileiro frente às negociações internacionais; e interlocução entre setor privado e Governo para cooperar em processos de formulação e execução da posição do País nas negociações internacionais.

PROJETO NORMA ABNT – ETIQUETA DE COMPOSIÇÃO – CALÇADOS:

em 2017 foi formada a Comissão de Estudos de Calçados do Comitê Brasileiro de Couro, Calçados e Artefatos de Couro (ABNT/CB-011) para elaborar um Projeto de Norma ABNT, visando a normalização da etiqueta de composição em calçados para o mercado brasileiro. O propósito é aplicar regras para solucionar a ausência de regulamentação, que causa problemas no mercado de ordem de escala de produção e atendimento dos direitos do consumidor, assim como garantir a concorrência leal, já que a origem será devidamente identificada no produto. A Comissão, coordenada pela Abicalçados, realizou cinco encontros de trabalho durante o ano, dos quais participaram profissionais das empresas Adidas, Arteccla, Nike do Brasil e Converse, Oakley, Piccadilly, Renner, Via Marte, Under Armour e Grupo Dass, além das entidades Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro Calçados e Artefatos (Assintecal), Associação pela Indústria e Comércio Esportivo (Ápice) e Instituto Brasileiro de Tecnologia do Couro, Calçado e Artefato (IBTeC). O grupo de trabalho chegou a um consenso para o projeto que deve ser publicado em 2018. Até que seja publicado o projeto não tem valor normativo.

Pauta Legislativa

A Abicalçados tem, entre suas principais missões, a representação e a defesa da indústria calçadista brasileira. Para tanto, mantém um contínuo diálogo com os Poderes da República, com o objetivo de contribuir para a criação de um ambiente favorável ao desenvolvimento do setor. A Entidade acompanha, com atenção especial, o trabalho no Congresso Nacional e Supremo Tribunal Federal (STF), cujas decisões geram um impacto direto na competitividade das empresas calçadistas e nos rumos da economia brasileira.

Pensando nessas premissas, a Abicalçados trabalha continuamente a Pauta Legislativa da Indústria Calçadista, estudo compilado que elenca as principais proposições em tramitação na Câmara dos Deputados e no Senado Federal, e que faz menção, ainda, acerca de importantes ações em julgamento no STF.

Confira algumas das principais pautas tratadas durante o ano e que sofreram relevantes modificações:

TERCEIRIZAÇÃO

Constante à pauta prioritária da Abicalçados, o Projeto de Lei 4302/1998 foi monitorado de forma intensa no ano de 2017 visto que definia a inexistência de limites para a terceirização.

Com o engajamento do setor junto aos representantes do Governo, alcançamos a aprovação na Câmara dos Deputados, em 22/03/2017, do texto que permitia o uso da terceirização em todas as áreas das empresas, sem considerar atividade-fim ou atividade-meio. Sancionado em 31/03/2017, foi convertido na lei 13.429/2017, responsável por introduzir o instituto jurídico da terceirização, ou seja, de relações de trabalho na empresa de prestação de serviços a terceiros.



Pauta Legislativa

REFORMA TRABALHISTA

Dada a necessidade de um texto condizente com a dinâmica do mundo moderno, ensejamos esforços para que as leis trabalhistas sofressem alterações e se adequassem às realidades específicas.

Conquistamos a aprovação no Congresso do Projeto de Lei da Reforma Trabalhista, PL 6787/2016, e a sanção Presidencial sem vetos, convertida na Lei 13.467/2017, no dia 13/07/2017. Pontos como valorização da negociação coletiva, inexistência da contribuição sindical, ratificação da possibilidade de terceirização em qualquer atividade da empresa, tempo de deslocamento ao trabalho, acordos individuais, férias fracionadas, banco de horas, contrato de trabalho intermitente, contrato em tempo parcial, dentre outros, passaram a ingressar a legislação.



DESONERAÇÃO DA FOLHA DE SALÁRIOS

Durante o ano de 2017, face à edição da Medida Provisória 774/2017 e Projeto de Lei 8456/2017 prevendo a reoneração da folha de pagamentos, articulamos tratativas aptas a demonstrar a importância da permanência da contribuição previdenciária patronal sobre o faturamento nas vendas domésticas do setor.

Participamos de importantes audiências públicas, levando argumentos contrários às propostas, de forma a garantir a continuidade do sistema, a condição de competitividade, a geração de negócios e a manutenção dos empregos. Logramos resultados positivos no Congresso Nacional, com o encaminhamento, pela senadora Ana Amélia Lemos e pelo deputado federal Renato Molling, de emendas sugerindo modificação nos textos das medidas, incluindo o setor calçadista no grupo de contribuintes pela receita. Também tivemos uma grande repercussão na imprensa nacional, com 44 inserções sobre o tema no período, em diversos veículos de expressão.

Com a perda da validade da MPV 774/2017, e conseqüente tramitação do PL 8456/2017, a Abicalçados, enquanto representante do setor calçadista brasileiro, segue trabalhando com o propósito de defender a manutenção da desoneração da folha de pagamentos.

Pauta Legislativa

eSOCIAL

Trata-se do sistema em que os empregadores passarão a comunicar ao Governo Federal, de forma unificada, as informações relativas aos trabalhadores, como vínculos, contribuições previdenciárias, folha de pagamento, comunicações de acidente de trabalho, aviso prévio, escriturações fiscais e informações sobre o FGTS. O tema tem causado grande preocupação no meio empresarial e tem motivado um grande esforço conjunto das entidades representativas, entre elas a Abicalçados.

Apesar de a implementação ter iniciado janeiro de 2018, contudo, angariamos fases progressivas para a prestação das informações pelas empresas, conforme a Resolução de nº 1/2017 do Comitê Diretivo do eSocial, publicada no Diário Oficial da União de 30/11/2017.



NR-12

Em 2010, a Abicalçados e a Associação Brasileira das Indústrias de Máquinas e Equipamentos para Couro, Calçados e Afins (Abrameq) criaram a Cartilha de Segurança de Máquinas e Equipamentos para Calçados, como forma de estabelecer regramento dos requisitos mínimos de segurança nas fábricas de calçados. Em meados de 2014, a Confederação Nacional da Indústria (CNI), na qualidade de representante da Indústria na Comissão Tripartite que trata do tema no âmbito do Ministério do Trabalho, solicitou às mesmas entidades a atualização da Cartilha para que este texto fosse ofertado à Comissão Nacional Tripartite Temática (CNTT) para a criação de anexo à NR-12, específico para aplicação ao setor. Este trabalho, com a estreita colaboração de técnicos designados pelos sindicatos das indústrias de Birigui, Nova Serrana e Franca, foi concluído em março de 2015 e encaminhado à CNI. Em 2016, após novas e necessárias revisões realizadas pela CNI em conjunto com Abicalçados e Abrameq, o texto aguardou inclusão como próximo item de pauta da CNTT.

No dia 30 de novembro de 2017 os calçadistas deram um passo importante rumo à regulamentação da segurança em máquinas e equipamentos para a indústria calçadista. Neste dia, em Brasília/DF, foi aprovado o texto que propõe a inclusão de 29 normas no Anexo 10 da NR-12. A Abicalçados monitora a publicação da atualização do Anexo 10 no Diário Oficial da União, o que deve ocorrer no primeiro semestre de 2018.

Pauta Legislativa

FGTS, ADICIONAL À MULTA POR DEMISSÃO IMOTIVADA

A extinção de cobrança da contribuição é necessária porque o adicional onera ainda mais a carga tributária das empresas e o seu impacto reflete negativamente sobre a competitividade do setor produtivo, bem como inibe a formalização do emprego no País. A Abicalçados dirige-se contra a contribuição social instituída pela Lei Complementar nº 110/2001 devida pelos empregadores em caso de demissão de empregado sem justa causa, à alíquota de 10% sobre o montante de todos os depósitos devidos referentes ao FGTS durante a vigência do contrato de trabalho, acrescido das remunerações aplicáveis às contas vinculadas.

Ao encontro do acima exposto, durante o ano 2017 apoiamos e monitoramos fortemente a extinção desta contribuição social geral através da Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 5053, do Recurso Extraordinário nº 878313, do Projeto de Lei do Senado nº 550/2015 e do Projeto de Lei Complementar nº 340/2017, que pretende eliminar, mesmo que gradativamente, a multa adicional.

REGIME DE COTAS: PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

A legislação estabeleceu a obrigatoriedade de as empresas com 100 ou mais empregados preencherem uma parcela de seus cargos com pessoas portadoras de deficiência. A indústria calçadista, por demandar mão de obra especializada, tem tido dificuldades nesse recrutamento e é penalizada pela escassez de pessoas dispostas a trabalhar nessa área. Nesse sentido, ao encontro da problemática enfrentada, apoiamos durante o ano de 2017 projetos de lei que almejam a atenuação, mesmo que mínima, de tais disposições. Ainda, trabalhamos em conjunto com a senadora Ana Amélia Lemos, que tomou conhecimento das ações da fiscalização do Ministério do Trabalho com relação às cotas e entendeu que cabe apurar a dimensão da questão para encaminhamento no Congresso, com vistas à adequação da legislação à realidade do mercado.

Conselho Consultivo - ABVTEX

A Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX), representante das principais redes do varejo nacional que comercializam vestuário, bolsas e acessórios de moda, tem atuado nos últimos anos para desenvolver a Certificação de Fornecedores ABVTEX na indústria calçadista. A iniciativa trabalha a cadeia de fornecedores do varejo em vista do cumprimento de aspectos legais e responsabilidade social.

Com isso, a Abicalçados tem se inserido no diálogo para a evolução do regulamento aplicado e discute as particularidades da cadeia da indústria calçadista a serem consideradas para o desenvolvimento sustentável do programa.

Neste âmbito, também trabalha o Comitê de Produtores de Vestuário da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT). A Abicalçados participou do encontro entre o Comitê e a ABVTEX no último mês de dezembro.

Em 2017, foram duas reuniões do Conselho Consultivo, uma em maio e outra em outubro, ambas com participação de representantes da Abicalçados.





Defesa Comercial

A Abicalçados, enquanto representante do setor calçadista brasileiro, está atenta com vistas a garantir o comércio leal no Brasil e também além-fronteiras.

Monitoramento e atuação



A área de defesa comercial acompanha e monitora as movimentações no âmbito da Organização Mundial do Comércio (OMC) que envolvam acordos, barreiras comerciais e técnicas, processos de dumping e salvaguarda que possam impactar o setor calçadista.

A partir de constatações fundamentadas, a equipe da Abicalçados busca os meios cabíveis para atuar junto aos órgãos competentes em defesa dos interesses do setor com o fim de promover a competitividade e relações leais de comércio entre os países. As empresas associadas são imediatamente informadas sobre qualquer barreira identificada ou que possa impactar nos negócios, permitindo à indústria um planejamento diante da situação.

Em 2017 foram enviados 15 Informativos de Mercado em tempo real sobre decisões e publicações pertinentes à defesa comercial do setor, antecipando as informações às empresas associadas quanto à aplicação ou superação de barreiras comerciais, vigência e negociações de acordos comerciais, e medidas que impactem a atividade.

Destaques 2017

ARGENTINA

Licenças Não-Automáticas de Importação: em dezembro de 2015, a Argentina implementou as LNA's de importação, que repercutiu em atrasos e não liberações de licenças durante o ano de 2016 e início de 2017. Ainda no primeiro trimestre de 2017, após participação ativa da Abicalçados frente aos governos brasileiro e argentino, as liberações das licenças passaram a ocorrer dentro dos prazos.

COLÔMBIA

Decretos 1744 e 1745: em novembro de 2016 foram publicados os decretos colombianos mencionados, que impuseram uma tarifa de 35% aos calçados cujos preços FOB/par são iguais ou inferiores à faixa de US\$ 6 a US\$ 10, dependendo da NCM; e uma série de medidas de prevenção e controle contra fraudes aduaneiras nas importações de calçados exportados a um preço FOB abaixo ou igual aos limites propostos pelo decreto 1745. Em julho de 2017 o Decreto 1744, das sobretaxas, foi suspenso para os produtos brasileiros, tendo em vista que sua aplicação afeta o comércio amparado pelo Acordo de Complementação Econômica nº 59 (ACE-59), com o objetivo de proporcionar maior liberalização comercial.

Decreto 2218: em dezembro de 2017, o Decreto 2218 foi publicado, substituindo o Decreto 1745, sugerindo novos limites de preços abaixo dos quais são exigidas documentações adicionais. A Abicalçados continua trabalhando para que os efeitos do Decreto não sejam nocivos às exportações brasileiras.

EQUADOR

Dúvida sobre classificação de origem brasileira: em agosto de 2017, o Ministério de Comércio Exterior do Equador emitiu o Ofício nº MCE-DM-2017-0056-O ao Serviço Nacional de Aduana, informando o início do processo de dúvida sobre classificação de origem brasileira, suspendendo a preferência tarifária ancorada pelo ACE-59, resultando na exigência de complexas documentações e no pagamento de uma taxa de 10% + US\$ 6,00/par pelos importadores, como forma de garantia. Após forte mobilização da Abicalçados junto ao MDIC, MRE e Camex, em dezembro de 2017 a medida foi suspensa, normalizando as transações comerciais com o país.

LETEC

Em outubro de 2017 foi apresentado à Camex um pleito para inclusão dos calçados, principalmente esportivos (NCM's 6402.99.90, 6404.11.00 e 6404.19.00) na Lista de Exceções à Tarifa Externa Comum, que propõe a redução das tarifas de importação de calçados no Brasil de 35% para 20%. A Abicalçados posicionou-se contrariamente. A análise do processo foi prorrogada para 2018.

ACORDOS FIRMADOS:

ALC Mercosul-Egito (dezembro/2017)

Mercosul-Colômbia ACE-72 (dezembro/2017)

Acordos em negociação: Mercosul-União Europeia e Brasil-México - ACE-53.



Assessoria Jurídica

A Assessoria Jurídica da Abicalçados contempla o monitoramento contínuo de informações, defesa de pleitos, esclarecimento e auxílio às dúvidas de associados. Engloba, ainda, demandas jurídicas relacionadas a temas diversos do Direito, bem como a análise da Constitucionalidade de Leis que estejam afetando diretamente o setor e a ação necessária para coibi-las.

Assessoria Jurídica

ATENDIMENTO AO ASSOCIADO E MONITORAMENTO LEGISLATIVO

A Assessoria Jurídica possui, entre as suas atribuições, o auxílio personalizado e orientado aos associados através do esclarecimento de dúvidas e o direcionamento necessário para cada situação suscitada. Além disso, há o monitoramento legislativo que contempla o acompanhamento da atividade legislativa, executiva e regulamentar em todo o Território Nacional, por meio de suas respectivas publicações oficiais. Outro importante foco desse monitoramento é o controle da atividade do Congresso Nacional, com destaque para as suas funções de elaboração e aprovação de leis em suas duas casas: o Senado Federal e a Câmara dos Deputados. Com comprometimento, a área acompanha constantemente a atividade legislativa, defendendo e impugnando pleitos, de forma a conjecturar ao associado a informação antecipada para apoiar em tomadas de decisões.

INFORME LEGISLATIVO

Por meio do monitoramento legislativo realizado diariamente, busca-se antecipar as informações jurídicas relevantes em prol da redução de riscos futuros e garantia da segurança jurídica para a indústria calçadista, possibilitando, inclusive, a participação direta de representantes do setor. Por ocasião do Informe Legislativo enviado, a Abicalçados dispõe atendimento personalizado e orientado exclusivo ao seu associado. Para tal, a Abicalçados remete aos seus associados o comunicado Informe Legislativo sempre que uma medida relevante é publicada nos Órgãos Oficiais e suas imprensas, e a cada passo importante ocorrido no Congresso, seja ele de tomada de decisão ou de participação popular. O material destaca, ainda, mudanças ocorridas na legislação, com o intuito de repassar em primeira mão para os associados as informações normativas relevantes.

ANÁLISE DA CONSTITUCIONALIDADE DAS LEIS

Tendo como objeto institucional a luta pela defesa dos interesses de seus associados, e sendo parte legítima como associação representativa de classe, a Abicalçados possui legitimidade para pleitear, mediante Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADIN), a declaração de inconstitucionalidade de leis ou ato normativo federal ou estadual, sempre que ficar configurada afronta a direitos e obrigações.

PORTAL DA ACESSORIA JURÍDICA

Em setembro de 2017 apresentamos mais um benefício exclusivo para o associado da Abicalçados: o Portal da Assessoria Jurídica. No site é possível acessar todos os informes legislativos, pauta legislativa e pauta prioritária, bem como suas constantes atualizações. Na página o associado Abicalçados encontra tudo o que o precisa saber para se atualizar sobre as questões jurídicas e legislativas do setor calçadista brasileiro, com acesso irrestrito a informações que podem garantir mais segurança jurídica para o seu negócio. Acesse: abicalcados.com.br/assessoriajuridica

DROPS DO LEGISLATIVO

Na edição de 23 de fevereiro de 2017, estreou a nova seção do AbiNews, o Drops do Legislativo. A cada edição, alguns tópicos importantes são destacados para manter os associados por dentro das principais pautas do Legislativo da Abicalçados.

COLUNA NO ABINFORMA

A partir da edição de março de 2017, o Abinforma passou a contar com uma coluna desenvolvida pelo Jurídico da entidade, trazendo temas pertinentes ao setor.

Destaques 2017





25%

35%

25%

15%

Inteligência de Mercado

A área de Inteligência de Mercado se dedica ao monitoramento, coleta, organização, análise e disseminação de informações, estudos e pesquisas para apoiar as empresas na tomada de decisão e planejamento.

Produtos



PORTAL DA INTELIGÊNCIA DE MERCADO

O Portal da Inteligência de Mercado é um dos canais através do qual a Abicalçados dissemina informações aos associados. O acesso se dá mediante cadastro de usuário e senha únicos das empresas no link - www.abicalcados.com.br/inteligenciademercado/portal/. No ano de 2017 foram registrados 1,5 mil acessos à plataforma. As páginas mais consultadas foram dos conteúdos de Análise de Cenários e Boletim de Conjuntura. Os cadastrados têm acesso:

- **Relatório Setorial da Indústria de Calçados do Brasil:** publicação anual que apresenta todas as informações relevantes sobre a indústria calçadista brasileira;
- **Relatório de Comércio Exterior:** no documento, o leitor tem acesso às informações mais atualizadas da balança comercial de calçados, com detalhamentos das origens das exportações e importações de calçados, bem como as variações percentuais no comparativo acumulado e mês a mês;
- **Indicadores Econômicos:** acesso aos dados de inflação, emprego, produção e taxa de câmbio;
- **Perfis de Mercado:** estudo com informações sobre mercados-alvo, apresentando estruturas logísticas, cenários econômicos, ambientes de negócios e oportunidades para o setor;
- **Estudos Estratégicos:** o estudo compreende, além de uma série de informações coletivas por especialistas, uma pesquisa de campo com formadores de opinião, consumidores e compradores, a fim de entender claramente o ambiente de negócios e as oportunidades para ampliar mercado e inserir novas marcas brasileiras;
- **Materiais de Livre acesso:** estudos produzidos por terceiros que apresentam assuntos pertinentes aos associados para tomada de decisões: tendências de consumo, estatísticas econômicas, mercado da moda, *e-commerce*, entre outros;
- **Boletim de Conjuntura:** informativo mensal que fornece um panorama atual macroeconômico e setorial, com previsões trimestrais.

MERCADOS POTENCIAIS

O estudo de mercados potenciais compreende a aplicação de uma metodologia estatística para a seleção de mercados-alvo para o comércio exterior. O propósito é fazer um diagnóstico da atuação no mercado internacional e identificar os países potenciais para investir, sendo esta uma ferramenta estratégica para planejamento, tomada de decisão e negociação fundamentada em informações consistentes. O método pode ser aplicado para as empresas individualmente, identificando mercados para o perfil específico dos seus produtos e negócios. Empresas interessadas devem entrar em contato com a equipe de Inteligência de Mercado através do e-mail inteligencia@abicalcados.com.br.

BIG DATA SOCIAL

O estudo é uma ferramenta que permite a compreensão do perfil dos consumidores, orientando equipes de marketing e tomadores de decisões nas empresas, convertendo dados qualitativos de perfil de consumo de marcas específicas e comportamento em dados analíticos. O estudo é customizado de acordo com a necessidade e demanda de cada empresa. Caso queira conhecer mais sobre o estudo, contate a equipe da Abicalçados - inteligencia@abicalcados.com.br.

Assessoria e conteúdo disponível

Nossa equipe acompanha a estrutura e movimentações do cenário econômico e setorial, rastreando toda e qualquer informação importante para seus associados. A Unidade de Inteligência de Mercado está à disposição para atender às necessidades das empresas no que envolve desenvolvimento de pesquisas, geração de dados e informações macroeconômicas e setoriais, sobre mercados potenciais, perfis de consumo, tamanho de mercado, indicadores econômicos, de comércio exterior, entre outros. Em 2017 foram realizadas cerca de 200 interações exclusivamente com

associados, abastecendo o público com informações de mercado e esclarecendo dúvidas. Ademais, a equipe dissemina regularmente análises e interpretações pertinentes aos envolvidos no setor. A Abicalçados fornece, além de informações aos associados, os dados oficiais do setor ao Governo, entidades de classe, instituições de ensino, pesquisadores, entre outros. A Unidade também fornece apoio à equipe interna no desenvolvimento de projetos, atividades de relacionamento, promoção comercial e imagem, assim como presidência-executiva e conselho deliberativo.

200

interações (atendimentos a associados)

1,5 mil

acessos ao Portal da Inteligência de Mercado

4,3 mil

páginas visualizadas

500

Relatórios Setoriais distribuídos em formato impresso

185

presenças no Análise de Cenários

Relatório Setorial da Indústria de Calçados



Desde o ano de 2016, a Abicalçados, através da Unidade de Inteligência de Mercado e parceria com a Unisinos, produz de forma independente o Relatório Setorial da Indústria de Calçados do Brasil, que é referência de dados do setor no Brasil e para entidades de renome no exterior, como demais associações de classe, órgãos governamentais e centros de pesquisa. O material mescla a coleta, organização e análise de dados disponibilizados por órgãos oficiais com metodologia própria transparente e *expertise* do setor, trazendo confiabilidade às informações. O relatório conta ainda com previsões de curto prazo, sendo uma ferramenta para a tomada de decisões nas indústrias calçadistas, de componentes e curtumes, além de embasar a imprensa nacional, internacional, órgãos públicos e de ensino. No ano de 2017 o Relatório Setorial foi apresentado durante coletiva de imprensa na Francal, contou com 500 vias impressas e distribuição digital para mais de 5 mil contatos qualificados do mailing da Abicalçados, além da publicação de livre acesso no site da Entidade - www.abicalcados.com.br.

ANÁLISE DE CENÁRIOS

No ano de 2017, a Economista Chefe da Fecomércio-RS, Patrícia Palermo, apresentou à cadeia coureiro-calçadista os movimentos ocorridos e projetados no cenário internacional, econômico e político do ano. Apresentou os determinantes da crise econômica e o cenário das reformas. O evento ocorreu em Novo Hamburgo/RS com a parceria da Assintecal e CICB. O conteúdo foi gravado e está disponível para acesso no Portal da Inteligência de Mercado.



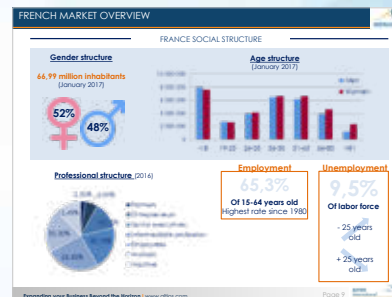
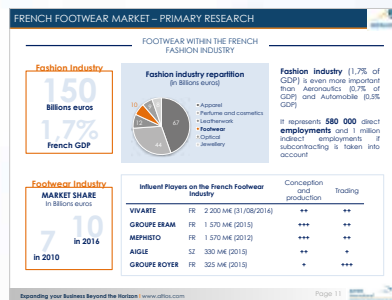
Estudos

FRANÇA

A França entrou como mercado prioritário do biênio no programa Brazilian Footwear. Como parte da metodologia de abertura de novos mercados, contratamos um estudo específico sobre as oportunidades para o setor calçadista brasileiro no país. Divulgado em dezembro de 2017, o estudo, disponível no Portal da Inteligência e as apresentações do mercado francês ocorreram em março de 2018, nas cidades de Nova Serrana/MG, Franca/SP, Birigui/SP, São João Batista/SC, Novo Hamburgo/RS e Três Coroas/RS.

Alguns dados:

- No setor calçadista, o país destaca-se por possuir o maior mercado do varejo europeu, com cerca de 700 mil pares vendidos diariamente;
- O couro é o material predominante das importações de calçados na França;
- Em Paris, os sapatos femininos e de maior valor agregado são destaque. Já nas outras regiões, existem também oportunidades para o mercado infantil e masculino, com calçados de mais texturas e cores.



BRASI



PICCADILLY

PICCADILLY
ENERGY



Nossos Projetos

A Abicalçados realiza diversos projetos com o intuito de promover o incremento – e qualificação – das exportações de calçados, bem como desenvolver no setor questões de marketing, design e sustentabilidade.

Brazilian Footwear

O Brazilian Footwear é um programa de incentivo às exportações desenvolvido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil). Este programa tem por objetivo aumentar as exportações de marcas brasileiras de calçados através de ações de desenvolvimento, promoção comercial e de imagem voltadas ao mercado internacional.

Atualmente, são 229 empresas associadas que representam mais de 80% do total gerado com exportações de calçados no País. Em 2017, ações comerciais – feiras e missões – geraram a expectativa de negócios de US\$ 195 milhões.

OBJETIVOS

- Aumentar – e qualificar – as exportações brasileiras, especialmente com marca própria;
- Promover a imagem do produto nacional além fronteiras;
- Capacitar empresas para o mercado internacional por meio de eventos específicos;
- Aproximar associados e compradores internacionais, tanto no ambiente físico como virtual.



Sobre a Apex-Brasil:

A Apex-Brasil atua para promover os produtos e serviços brasileiros no exterior e atrair investimentos estrangeiros para setores estratégicos da economia brasileira. Para alcançar esses objetivos, a Apex-Brasil realiza ações diversificadas de promoção comercial que visam promover as exportações e valorizar os produtos e serviços brasileiros no exterior, como missões prospectivas e comerciais, rodadas de negócios, apoio à participação de empresas brasileiras em grandes feiras internacionais, visitas de compradores estrangeiros e formadores de opinião para conhecer a estrutura produtiva brasileira, entre outras plataformas de negócios que também têm por objetivo fortalecer a marca Brasil. Conheça: www.apexbrasil.com.br

MERCADOS-ALVO

São considerados mercados-alvo do Programa a França, o Reino Unido, os Estados Unidos, a Colômbia, a China/Hong Kong e os Emirados Árabes Unidos. Com esses países, o Brazilian Footwear promove ações tanto in loco, com missões e participação em feiras comerciais, como no Brasil, com os projetos Comprador e de Imagem.

SEGMENTAÇÃO

Desde 2015, o Brazilian Footwear conta com um modelo de Segmentação de Empresas que tem por objetivo otimizar o funcionamento do mesmo, adequando estratégias e eventos de acordo com as necessidades de cada empresa, de acordo com o seu nível de internacionalização. A matriz foi dividida em três grupos de acordo com a maturidade exportadora de cada associada: Amarelo, Azul e Verde.

RENOVAÇÃO

Renovado a cada dois anos, atualmente o Brazilian Footwear para o biênio 2017/2018 tem um aporte total de R\$ 36,46 milhões para ações de promoção internacional do calçado brasileiro, que incluem participação em feiras, missões comerciais, estudos de prospecção, projetos de imagem, projetos compradores - que trazem importadores para o Brasil, entre outros.

R\$ 36,46 milhões

Aporte do biênio 2017/2018

R\$ 21,79 milhões

Apex-Brasil

R\$ 14,67 milhões

Abicalçados

Embaixadores do Brazilian Footwear

Criado em 2015 para pensar estratégias de exportação, o grupo dos Embaixadores do Brazilian Footwear é composto por gestores da área de empresas ligadas ao Programa. Ao longo de 2017, foram realizadas três reuniões, em março, junho e dezembro.

O primeiro encontro de 2017 dos Embaixadores do Brazilian Footwear foi pautado por duas importantes ações do Programa. A Vogue Brazilian Footwear e a plataforma digital BrazilianFootwear.com foram os assuntos debatidos entre os Embaixadores do Brazilian Footwear do biênio 2017/2018 e dos representantes do biênio 2015/2016, que se despediram de suas funções na reunião que ocorreu em março. O encontro foi encerrado com a palestra "Todo mundo precisa de um RP", ministrada por Guilherme Alf.

Já no dia 23 de junho, os Embaixadores do Brazilian Footwear se reuniram, também na sede da Abicalçados, para tratar sobre diferentes ações do programa de incentivo às exportações de calçados brasileiros. Na pauta do encontro estavam a apresentação dos resultados e sua situação frente às metas estabelecidas para o ano de 2017, o Projeto Comprador Vip e a Vogue Brazilian Footwear. Para encerrar os trabalhos, o grupo participou de uma palestra com Rafael Martins, fundador do Share, sobre o momento atual da publicidade e as novas formas de promoção na Internet.

A última reunião do ano aconteceu no dia 8 de dezembro, na Abicalçados. Na oportunidade, os Embaixadores debateram as metas do Programa, além de novas ações para 2018. Também foi realizado um *feedback* do Workshop de Exportação, realizado em outubro de 2017.



EMBAIXADORES DO BRAZILIAN FOOTWEAR DO BIÊNIO 2017/2018

Rafael da Cunha Narciso (Öus)
Bruno da Cunha Narciso (Öus)
Rodrigo Casas (Perky Shoes)
Bruno Ost (Perky Shoes)
Camila da Silva Alves (Milaa)
Tamires Barlette (Milaa)
Fernando Alano (Kildare)
Maurício Kanal Klein (Kildare)
Felipe Ramos Souto (Klin)
Luciana Girotto (Klin)
Suzana Santos (Suzana Santos)
Daniela Piazza (Suzana Santos)
Geison Eduardo Ferreira (Vicenza)
Lucas Eduardo Barbosa Campos (Arezzo)
Homero Marcos de Araújo (Ferracini)
Valessa Lourenço (Ferracini)
Lismeire da Silva Santos (Pampili)
Silvano Pereira de Souza (Pampili)



Origem Sustentável

Com o objetivo de incentivar práticas sustentáveis nos três pilares – ambiental, econômico e social –, a Abicalçados e a Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couros, Calçados e Artefatos (Assintecal) lançaram, em 2013, o Programa Origem Sustentável. Voltado para empresas da cadeia produtiva do calçado, a iniciativa conta com o apoio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), gestão do Instituto By Brasil (IBB) e coordenação da professora Tereza Cristina Carvalho, do Laboratório de Sustentabilidade da Universidade de São Paulo (Lassu/USP).



A certificação, que segue a escala Branco, Bronze, Prata, Ouro e Diamante, atualmente conta com três empresas na categoria Ouro, uma na Prata, 46 na Bronze e 92 na Branca, totalizando 142 indústrias de calçados e componentes.

Enquanto que os níveis Branco e Bronze são mediante auto-declaração da empresa, as auditorias para certificar os níveis subsequentes – Prata, Ouro e Diamante – estão sob a responsabilidade da System & Service Certification (SGS) e da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), que realiza as auditorias.

Além do ganho para a sociedade, através das ações ambientais, o programa tem uma missão de desenvolver na cadeia produtiva uma imagem positiva junto aos *players* nacionais e internacionais, inclusive com ganhos econômicos, especialmente na exportação. Outro benefício do selo é a garantia de alinhamento da indústria de componentes e de calçados brasileira com padrões de sustentabilidade do mercado internacional, como o Worldwide Responsible Accredited Production (WRAP); Higg Index, Global Reporting Initiative (GRI) e outros reconhecidos internacionalmente. Mais informações no site www.origemsustentavel.org.br.

3

empresas Selo Ouro

1

empresa Selo Prata

46

empresas Selo Bronze

92

empresas Selo Branco

142

empresas participantes

SOLA - Sistema de Operações Logísticas Automatizadas

O Sistema de Operações Logísticas Automatizadas (SOLA) é um projeto de iniciativa da Abicalçados para difundir as regras de negócio fundamentadas em padrões de codificação GS1. O seu propósito é automatizar processos logísticos e viabilizar a integração da cadeia produtiva, com rastreabilidade, dos suprimentos à indústria de bens de consumo e varejo, através do Intercâmbio Eletrônico de Dados (EDI – Electronic Data Interchange).

Com o uso de padrões GS1, seja para a leitura por código de barras ou radiofrequência (RFID - Radio-Frequency IDentification), é possível obter o pleno controle da movimentação de mercadorias para o gerenciamento dos negócios, tanto para o mercado interno quanto para o externo. Através dos processos logísticos automatizados é possível gerar registros de informações com exatidão e em tempo real. Na expedição e no almoxarifado, por exemplo, é possível controlar a entrada e saída de mercadorias, estoque e inventário, proporcionando agilidade e segurança na tomada de decisão. Isto porque já não são mais necessárias as contagens manuais que geram retrabalho, inconsistências e perdas.

O Comitê Gestor do SOLA é formado pelas empresas: Via Marte, Bibi, Grendene, West Coast, Beira Rio, Pegada, Piccadilly, Klin, Wirth, Bottero, Paquetá e Jorge Bischoff.



O QUE FOI FEITO EM 2017

No ano passado foram realizadas 116 reuniões com empresas fabricantes, entidades de classe, sindicatos, institutos, associações e provedores de tecnologia da informação; primeira edição do Seminário de Automação Logística; e um curso sobre o Sistema GS1; e a implementação e demonstração da automação logística na Fábrica Conceito da Fimec 2017. Estiveram envolvidas nas atividades as empresas Amazonas, Anatomic Gel, Ghetz, Arezzo, Asics, Bottero, Tip Toey Joey, Dakota, Grupo Dass, Estival, Ferracini, Jorge Bischoff, Klin, Pampili, Nike do Brasil, Pé com Pé, Plugt, Soft Works, Vale Têxtil Elásticos, Alpasso Solados, Pro P.U. Solados, Calcenter, Lojas Paludo, Netshoes, Renner e Lojas Marisa. Junto à Abicalçados, apoiam o projeto a Assintecal, ACI NH/EV/CB e IBTeC.

Grupo Futuro

Os desafios propostos para o futuro, que certamente não são poucos, motivaram a Abicalçados à criação do Grupo Futuro, em junho de 2015. Formado por jovens lideranças dispostas a compartilhar ideias e projetos em prol do desenvolvimento do setor calçadista nacional, o objetivo DO GRUPO é aproximar as lideranças da entidade, promovendo o engajamento em projetos comuns e o *networking* de alto nível.

No ano passado, o grupo realizou três encontros. O primeiro aconteceu na sede da Abicalçados, em Novo Hamburgo/RS, e contou com a palestra “Marcas: mais do mesmo”, de Artur Vasconcellos (ESPM-Sul).

O segundo encontro aconteceu no dia 11 de maio e foi uma visita ao Grupo InBeta, um case de sucesso na gestão de canais.

O terceiro evento aconteceu na Abicalçados no dia 18 de julho. Na oportunidade, foi promovida uma palestra sobre “Canais desgastados e desalinhados”, de Rubens Sant’Anna (ESPM-Sul).

Encerrando o ciclo de encontros de 2017, em outubro daquele ano, o grupo visitou a Renner, um case de sucesso do varejo no quesito administração de canais.



Participam do Grupo Futuro: Rafael Sachete (Arezzo), Vinicius Dapper (Vinicius Dapper), Eduardo Schefer (Grupo Priority), Fabiano Bladt (Usthemp), Natália Bischoff (Jorge Bischoff), Frederico Wirth (Wirth), Rodrigo Morsch (Vinci Shoes), Maurício Kanal Klein (Kildare), Cássio Romani (Mould), Humberto Henrich (Carrano), Laura Madalosso (Insecta Shoes), Gabriel Ranft (Pegada), Natália Miti (Miti Shoes), Rafaela Furlaneto (Vicenza), Giuliane Enzweiler (Malu) e Rafael Narciso (Öus).



Future Footwear

Criado pela Abicalçados e as entidades setoriais Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal), Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil (CICB) e Associação Brasileira das Indústrias de Máquinas e Equipamentos para Couros, Calçados e Afins (Abrameq) em agosto de 2016, o Future Footwear é um programa que busca estimular e desenvolver novos conceitos de processos produtivos, produtos com tecnologia embarcada e modelos de negócios.

Em 2017 foram realizados dois encontros entre entidades calçadistas e de tecnologias (FF Meeting) e três rodadas de negócios no modelo *speed dating* (FF Exchange).

Além disso, Abrameq e Abicalçados desenharam uma ação que visa entender o melhor método existente de produção de calçados no mundo e apresentar aos calçadistas de forma virtual. O desenvolvimento desta atividade deve acontecer este ano.





Capacitação e Desenvolvimento

A Abicalçados trabalha em prol do desenvolvimento do setor calçadista nacional. Para tanto, promove ações de capacitação nas áreas relevantes aos negócios, além de reconhecer as melhores práticas para que se tornem referências setoriais.

Talk Shoe

Com o objetivo de fornecer dicas preciosas para empresários, profissionais e pesquisadores do setor calçadista nacional, a Abicalçados promove, nas principais feiras calçadistas brasileiras, o ciclo de palestras rápidas Talk Shoe. As apresentações, que têm duração de 30 minutos, são ministradas por especialistas em assuntos variados, com experiência acadêmica e de mercado. O projeto é realizado pela Abicalçados com os patrocínios da Couromoda e Francal Feiras, e com apoio da ESPM-Sul, que cede renomados profissionais para as palestras.

COUROMODA

15 a 18 de janeiro de 2017

STORYTELLING E BRANDING:

O PODER DAS NARRATIVAS NAS MARCAS

ADRIANA GALLI VELHO

Oriunda do cinema, a ferramenta segue a estrutura utilizada para a criação de filmes, contudo, mirando na cultura organizacional e objetivando contar a narrativa de negócios e produtos. Segundo Adriana, é importante que o cliente conheça a história por trás da empresa, pois isso humaniza a marca. A especialista pontuou que o *storytelling* não se aplica apenas ao formato de vídeo, podendo ser utilizado também nas redes sociais, onde é possível contar, com um custo muito menor, histórias através de fotos que retratam o espírito e a identidade da marca.



O PONTO DE VENDA E A EXPERIÊNCIA SENSORIAL COMO FATORES ESTRATÉGICOS

ANA PAULA COSTA

A palestrante destacou dicas e resoluções sobre as novidades em *visual merchandising*. Segundo ela, conforme uma pesquisa divulgada pela revista Exame, nos últimos dez anos o mundo mudou mais que nos 50 anos anteriores. Ana Paula explicou que o PDV continua tendo uma importância fundamental, visto que, conforme a Nielsen Shoppen, é responsável por 70% das decisões de compra. A professora pontuou que é preciso se colocar no lugar do consumidor e avaliar a loja do ponto de vista dele, levando em consideração a música do ambiente, os cheiros, as texturas, as cores, entre outros fatores que trazem à tona sentimentos e a nostalgia das boas memórias.

COMO CONQUISTAR MERCADOS

LÚCIO DE CARLI

O especialista abordou que não basta dizer que o produto é bom, é preciso demonstrar e tangibilizar a experiência. Conforme Carli, é um bom momento para observar e aguardar, implementado nas empresas, cada vez mais, a cultura do teste, que permite verificar se o mercado aceita ou não o produto. Carli atentou para importância de explorar novas possibilidades e levantou dados relacionados à exportação de calçados, salientando que 50% das vendas brasileiras para o exterior estão concentradas em apenas cinco países (EUA, Argentina, França, Paraguai e Bolívia).

MARKETING TRENDS 2017

GENARO GALLI

A empresa que deseja sucesso, em qualquer ramo de atuação, deve pensar na atuação integrada entre o on-line e off-line, o chamado *omni channel*. Dentro deste contexto, o professor chamou atenção para a plataforma *mobile*, que tem crescido acima da média no comparativo com o ambiente digital em geral. Outra tendência de Marketing apontada por Galli são as ações nas ruas, que cada vez mais têm conquistado os consumidores.

PONTOS DE CONTATO

ARTHUR VASCONCELLOS

Sobre a importância de oferecer experiências positivas para o consumidor, desde a pré-venda até o pós-venda, sempre levando em consideração os pontos de contato da marca com o mesmo. Os consumidores estão indo aos pontos-de-venda com cada vez menos frequência e esse fato não é motivado apenas pela questão econômica, mas também pela falta de criatividade das marcas na geração de experiências de compra positivas. Segundo Vasconcellos, é preciso criar eventos que tornem a compra algo memorável. Para que isso aconteça com efetividade, o profissional ressaltou que o primeiro passo é mapear os pontos de contato que a marca tem com o cliente em todos os níveis do processo de compra. São pontos de contato tudo o que envolve a experiência entre marca e cliente, como site institucional, embalagem, provador, redes sociais, vendedores etc.

DESIGN ESTRATÉGICO APLICADO À ECONOMIA CRIATIVA

LUCIANE ZORZO

Existe uma saturação de produto e é preciso investir em diferenciais para garantir a competitividade neste mercado, onde a empatia com o consumidor é cada vez mais importante. Citando cases de sucesso, Luciane ressaltou que o Design é peça fundamental no processo de inovação, que dá origem à chamada Economia Criativa. Segundo a especialista, a criatividade é o combustível principal do sucesso empresarial.

Talk Shoe

FRANCAL

2 a 5 de julho de 2017

TENDÊNCIAS EM *BRANDING*: DO DNA À EXPERIÊNCIA DA MARCA

DIEGO COSTA PINTO

A palestra trouxe as mais relevantes tendências em *branding*, que apontam o caminho para as marcas trilhareem na construção de seu conceito, posicionamento de mercado e compreensão de seu público-alvo. Segundo Pinto, *branding* é “tudo aquilo que falam sobre a sua marca quando você sai da sala”, ou seja, o que o cliente efetivamente pensa sobre ela. Outro ponto enfatizado foi a moda agênero, que é cada vez mais procurada e valorizada pelo consumidor.

INTERNACIONALIZAÇÃO DE MARCA COM ALTO VALOR AGREGADO E DESIGN ORIGINAL: O CASO DA CIAO MAO

DANIEL T. HAYASHI

O gerente Comercial e de Marketing da Ciao Mao, Daniel Hayashi, contou a trajetória da marca e seu processo de internacionalização, que foi vencedor do Prêmio Direções 2017. Com dez anos de existência, a marca de sapatos foi criada com o intuito de desenvolver produtos customizáveis, com design original, qualidade, conforto, curadoria e cocriação, tudo isso embasado por uma rede extremamente preocupada com a sustentabilidade e com o característico *mood* brasileiro.



COCRIAÇÃO: ENVOLVENDO O CLIENTE NA ENTREGA DE VALOR DA MARCA

ARTUR VASCONCELLOS

O professor Artur Vasconcellos destacou que o êxito da empresa, independente do setor, está no grau de envolvimento com o cliente, inclusive na cocriação não somente de produtos, mas em todos os processos da marca. Segundo Vasconcellos, para gerar cocriação de valor para a marca, é preciso estar atento aos sinais do consumidor, o que só é possível por meio do diálogo contínuo – hoje mais fácil por meio das redes sociais na Internet, do estímulo a criações que estejam contextualizadas e da inovação em ambientes físicos – mais informais e despojados.

USTHEMP CO-CREATION: CLIENTE E MARCA JUNTOS NA CRIAÇÃO DE CALÇADOS ÚNICOS

FABIANO BLADT

O diretor da Usthemp, Fabiano Bladt, contou a história da marca vencedora do Prêmio Direções na categoria Design. Produzida 100% sob demanda, a Usthemp possui um forte vínculo com o consumidor. O nome da marca, por exemplo, partiu da expressão inglesa *Your Stamp* – sua marca, em português. A Usthemp é uma empresa de pequeno porte localizada em Lajeado, interior do Rio Grande do Sul, que vende exclusivamente por meio do site da empresa - www.usthemp.com.



10 palestras

mais de 500
participantes

mais de 7h
de conteúdo

Conhecimento

WORKSHOP DE EXPORTAÇÃO

A Abicalçados promoveu, no dia 28 de setembro, o Workshop de Exportação, uma iniciativa realizada por meio do programa Brazilian Footwear. O encontro aconteceu na sede da Abicalçados, em Novo Hamburgo/RS, e foi ministrado pelo professor e gestor de projetos de internacionalização da Inovee Consultoria, Gustavo Piardi, e pela economista da área de Inteligência da Abicalçados, Priscila Linck. Segundo Piardi, a globalização e o acesso às tecnologias facilitaram de sobremaneira o processo de exportação, mas isso não quer dizer que a burocracia tenha sido eliminada. Portanto, é preciso atenção redobrada com documentações como o Radar, sistema da Receita Federal que permite que empresas possam importar e exportar.

A Inteligência de Mercado é outra ferramenta fundamental para o sucesso no mercado internacional. A apresentação do tema foi realizada pela economista e responsável pela área de Inteligência da Abicalçados, Priscila Linck. Segundo ela, o mecanismo fornece elementos, por meio do cruzamento de dados e mais de 90 variáveis num histórico de cinco anos, para seleção de mercados. De acordo com a economista, as informações levantadas pela Inteligência da Abicalçados são essenciais para uma maior assertividade nos negócios internacionais (leia mais nas páginas 36 a 41).

Falaram ainda o gerente de vendas da UPS no Brasil, Fernando Peixeiro; Pedro Reisdorfer, do Grupo Exicon/South Service Trading; e Maurício Garcia, do Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX), programa da Apex-Brasil desenvolvido em parceria com entidades acadêmicas brasileiras. O mesmo *workshop* foi realizado em Franca/SP, no dia 14 de setembro. O patrocínio da ação foi da UPS.



Workshop Inovação na Prática

Promovido no dia 18 de outubro, na Abicalçados, o Workshop Inovação na Prática trouxe os especialistas Felipe Menezes e Alexandre Peteffi, e analistas da Financiadora de Estudos e Projetos (Finep) para fazer com que os mais de 20 empresários participantes colocassem "a mão na massa". O evento iniciou com a exposição do professor Felipe Menezes, que apresentou os conceitos de Inovação e as relações dos mesmos com a chamada Indústria 4.0, na qual a evolução

das tecnologias deixa de ser linear e passa a ter uma velocidade exponencial. Na sequência a apresentação ficou por conta dos analistas da Finep, Rafael Paganotti e Marco Polli, que explicaram o que são projetos realmente inovadores e passíveis de financiamento pelo órgão ligado ao Governo Federal. O consultor Alexandre Peteffi ressaltou as principais linhas de apoio para inovação, órgãos que fazem subvenção ou financiamento de projetos.



SNIC - Seminário Nacional da Indústria de Calçados

O Seminário Nacional da Indústria de Calçados (SNIC) é mais um produto da Abicalçados que tem o objetivo de impulsionar o desenvolvimento do setor calçadista nacional por meio de troca de informações sobre o mercado. O encontro é realizado anualmente há 21 anos e é voltado para profissionais do setor com o objetivo de debater temáticas contemporâneas. Em 2017, a 21ª edição do SNIC ocorreu no dia 13 de junho, na sede da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), em São Leopoldo/RS, e trouxe como tema “marcas na era da influência”. Confira os destaques:

INFLUENCIADOR: UMA NOVA PROFISSÃO?

CRISTIANO SANTOS

Citando cases, o primeiro palestrante foi o jornalista e professor Cristiano Santos, que falou sobre o poder das redes sociais e o papel das mesmas tanto no sucesso quanto no fracasso da marca. “Cerca de 60% das pessoas usam as redes sociais antes de comprar produtos”, frisou. Segundo ele, influenciadores digitais, anônimos ou não, são alternativas importantes e que devem fazer parte da estratégia comercial de qualquer marca que busque visibilidade e sucesso nas vendas.

INFLUENCIADOR: UM MAL OU BEM NECESSÁRIO?

TIAGO NIEDERAUER E PATRÍCIA ANGELETTI (W3haus)

Os palestrantes apresentaram dados do crescimento do mercado digital no Brasil e também o case de sucesso da TIC TAC. De acordo com os gestores, o marketing digital no País já movimentava mais de R\$ 200 milhões por ano, sendo que o crescimento estimado para 2017 era de 26%. Niederauer ressaltou que a empresa que contrata um influenciador não deve tentar mudar o discurso do mesmo, dando liberdade de criação para que a ação seja natural.



MENSURANDO RESULTADOS DE INFLUENCIADORES

GABRIEL ISHIDA

A terceira palestra foi realizada pelo especialista em Inteligência de Dados e co-fundador da Atlas Media Lab, Gabriel Ishida, que falou sobre seleção e mensuração de resultados das ações com influenciadores digitais. Segundo ele, mais importante do que *likes* é o engajamento proporcionado pelo influenciador. Existem três tipos de influenciadores: o *broadcaster* (celebridade), bom para ações de alto alcance e com escala; o *conector*, que tem baixo/médio alcance, mas um público mais qualificado e engajado; e o *legitimador*, que é também de baixo/médio alcance, mas com um público altamente interativo e engajado, ideal para *targets* específicos e exigentes de credibilidade. “O ideal é combinar os três tipos”, destacou.

MICRO-INFLUENCIADORES E ADVOGADOS DE MARCA, COMO UTILIZÁ-LOS EM SEU FAVOR?

FELIPE OLIVA

Dando sequência aos trabalhos, Felipe Oliva, CEO da plataforma líder de marketing com micro-influenciadores que atende mais de 100 marcas, a Squid, discorreu sobre a mudança da publicidade no ambiente digital. Oliva comentou sobre os chamados “advogados das marcas”, que podem ser criados por meio da ação dos influenciadores digitais.

BATE-PAPO COM NICK ELLIS, MAURÍCIO CID E ANDRESSA GRIFFANTE COM INTERMEDIÇÃO RAFAEL MARTINS

O bate-papo com influenciadores trouxe ao palco a jornalista e criadora da RSbloggers Andressa Griffante, considerada pelo youPIX uma das 30 personalidades mais relevantes do universo on-line no

País; o produtor de conteúdo do Meio Bit, Nick Ellis; e o criador do site Não Salvo, o publicitário Maurício Cid. Com muito bom humor, eles contaram casos de clientes que tiveram trabalhos negados por motivos diferentes e também de relações de sucesso, sempre com base na credibilidade que passam e o engajamento dos seguidores.

AS TENDÊNCIAS PARA MARCAS E MUDANÇAS DA PUBLICIDADE E DA MÍDIA

LUCIANO POTTER

A última palestra do dia foi proferida por Luciano Potter, comunicador com grande influência junto ao público jovem. Na apresentação, Potter falou sobre marcas que estão apostando no ambiente digital com grande sucesso – caso da Giphy – e também da velocidade das mudanças na comunicação e na publicidade proporcionadas pela tecnologia.

250

participantes

mais de

130 mil

pessoas impactadas

R\$ 200 mil

em mídia espontânea

Prêmio Direções

Criado em 2013, na ocasião o 30º aniversário da Abicalçados, o Prêmio Direções tem o objetivo de fortalecer o setor calçadista por meio de referências positivas nas áreas de Gestão Industrial, Design, Marketing, Sustentabilidade e Internacionalização. Podem concorrer todas as empresas, associadas ou não à Abicalçados, que tenham cases de sucesso nas áreas relacionadas. Em 2017, o Prêmio Direções reconheceu nove cases de sucesso nas cinco categorias que abrange, além do jornalista com a melhor matéria setorial escrita ao longo de 2016.



CATEGORIAS

Gestão Industrial

Ações Inovadoras que tenham gerado processos produtivos altamente eficientes.

Marketing

Ações estruturadas de marketing que tenham produzido incrementos significativos ao posicionamento da marca no mercado brasileiro.

Design

O Design pensado e aplicado em todas as fases de desenvolvimento do produto e na cultura da empresa.

Internacionalização

Ações estruturadas de posicionamento de marca no mercado internacional que tenham gerado incremento significativos nas vendas.

Sustentabilidade

Projeto de Sustentabilidade que tenha produzido resultados efetivos em responsabilidade social, ambiental e econômica.

Jornalista

Profissional formado que tenha publicado artigo ou reportagem relevante sobre o setor calçadista brasileiro.

Vencedores do Prêmio Direções

CATEGORIA MARKETING

Porte: micro/pequeno - Empresa: Ghetz Exportadora e Importadora Ltda. *Case: Inserção de marca no Reino Unido*



Depois de conquistar seu espaço no concorrido mercado internacional, a Ghetz, de Franca/SP, identificou que era o momento de realizar mudanças na sua identidade de marca, identificar seu público-alvo e recriar a nova visão e missão da empresa. A inspiração da Anatomic & Co (marca da empresa) nasceu da necessidade em aliar o conforto a uma tecnologia não vista no mercado europeu: a tecnologia Anatomic Gel®, desenvolvida para o movimento natural dos pés, com a exclusiva borracha gel. A empresa, que já se utilizava da imagem de um cachorro em seu logo, entendeu que o animal provocava uma relação emocional dos clientes com a marca. Mas o novo posicionamento pedia por mudanças, e assim, o mascote da empresa, um Jack Russell que vai trabalhar com seus donos todos os dias e foi carinhosamente apelidado de “gerente de motivação”, virou a inspiração para a nova identidade. O *slogan* também não poderia fazer melhor sentido: “*in good company*” (em boa companhia), está

alinhado a missão de fazer o sapato mais social do mundo. Para identificar sua audiência, a Ghetz realizou ainda um estudo e identificou dois grupos, apelidados de “*Comfort Charlie*” e “*Afluent Adam*”.

Porte: médio/grande - Empresa: Bischoff Creative Group Eireli. *Case: Reposicionamento da marca Loucos & Santos*



Com o objetivo de reposicionar a Loucos & Santos, criando um novo relacionamento com as consumidoras e entregando produtos que fossem verdadeiros objetos de desejo, o Bischoff Group apostou em um trabalho gradual e estratégico de fortalecimento e reinvenção da marca. Iniciado em 2015, o projeto promoveu uma ampla mudança nos principais pilares da marca: conceito, preço, produtos, distribuição, gestão e comunicação, aliando a percepção e a adaptação rápida ao dinamismo do mercado. Sediada em Igrejinha/RS, a Loucos & Santos nasceu em 2011, com um propósito jovem e questionador, ligada ao universo cultural. Até 2014, a marca tinha o universo *teen*, de 14 a 18 anos, como seu público-alvo. Naquele momento, entretanto, podiam ser observados alguns pontos em que a Loucos & Santos estava se aproximando do perfil dos produtos da grife Jorge Bischoff, o que provocou uma necessidade de redefinir a personalidade da marca. As pesquisas de mercado realizadas pela empresa indicaram que o trabalho deveria voltar-se, principalmente, para consumidoras entre 25 e 35 anos. Desde o início da estratégia de reposicionamento, em 2015, até o final de 2016, o

número de lojas exclusivas passou de 10 para 18, considerando o sistema de franquias e o *e-commerce*. As vendas na loja virtual Loucos & Santos cresceram 119% no faturamento entre 2015 e 2016. Nas lojas físicas, houve um avanço de 125% em quantidade de peças vendidas.

Vencedores do Prêmio Direções

CATEGORIA INTERNACIONALIZAÇÃO

Porte: micro/pequeno - Empresa: CIAO MAO Acessórios e Com Ltda ME. *Case: Internacionalização da marca*



Fundada em 2007 pela designer Priscila Callegari, a Ciao Mao é uma empresa de pequeno porte que tem como objetivo ser um sopro de inovação no design brasileiro de calçados. Produzindo calçados customizáveis, a empresa já fazia sucesso no mercado doméstico. Mesmo com uma estrutura enxuta e uma produção de forte caráter exclusivo de 7 mil pares anuais, a empresa decidiu, a partir de uma parceria com a Abicalçados no âmbito do Brazilian Footwear, partir para o competitivo mercado além-fronteiras. O projeto de internacionalização, vencedor do Prêmio Direções 2017, tinha o objetivo de marcar posição no mercado internacional com um produto de alta qualidade e valor agregado em design. Priscila conta que o primeiro passo rumo ao mundo foi dado a partir do convite da Abicalçados para que a empresa participasse do grupo Embaixadores do Brazilian Footwear. A partir da qualificação, a empresa partiu para a participação de feiras internacionais. A primeira participação, com o apoio do Brazilian Footwear, foi na

FN Platform (Las Vegas, Estados Unidos), em 2016. Depois a marca participou da Premiere Classe Porte de Versailles (Paris, França), no mesmo ano. A participação nas duas feiras concedeu um salto qualitativo para a empresa, que foi convidada para participar da Coterie, em Nova Iorque, e da Premiere Classe de Tuileries, em Paris.

Porte: médio/grande - Empresa: Calçados Bibi Ltda. *Case: Expansão da Bibi no Golfo Pérsico*



A Bibi recebeu o Prêmio Direções na categoria Internacionalização pela estratégia de inserção no Golfo Pérsico. De olho nas estatísticas, que mostram um mercado promissor, especialmente nos Emirados Árabes Unidos, a empresa buscou a parceria da Apparel Group, empresa de tendência e moda global com franquias das marcas Nine West, Tommy Hilfiger, Kenneth Cole, Aldo & Tim Hortons, entre outras, somando um total de mais de mil lojas. O objetivo da parceria foi utilizar a abertura deste cliente como fortalecimento de imagem de marca no mercado e crescimento de vendas, o qual não estava acontecendo nos últimos anos nos Emirados Árabes Unidos. Assim, em abril de 2016 a Bibi iniciou a implantação da iniciativa, com realização de projeto arquitetônico, cotações de produção, envio de pedidos e material de divulgação e instalação de *corners* o que se deu, inicialmente, em dez lojas do grupo árabe. Além dos *corners* nas lojas dos Emirados, também foram instalados os mesmos produtos em outras localidades, juntamente a este parceiro.

CATEGORIA GESTÃO INDUSTRIAL

Porte: médio/grande - Empresa: Kidy Birigui Calçados Ind e Com Ltda. *Case: Programação por eficiência*



A Kidy, indústria de calçados infantis de Birigui/SP, recebeu, pela quarta vez, o Prêmio Direções Abicalçados. Nesta feita, o case vencedor foi de programação por eficiência, na categoria Gestão Industrial. Com um *mix* de produtos variados, a empresa do interior paulista precisava de um método que garantisse uma produção com o mínimo de erros possíveis. Levando em consideração que a Kidy não opera com o sistema de produção antecipada, a fim de não gerar despesas com estoques, deve fazer uma avaliação permanente das adequações de *mix*, análises de volumes de vendas e das eficiências, tudo isso por conta da sua grade de produtos ser bastante extensa com processos diversificados dentro da mesma linha de produção. Visando melhorar essa performance, a empresa substituiu a programação manual pelo controle por meio de *software* adequado, que centralizasse todas as informações e fizesse rapidamente os cálculos e indicasse as variáveis para a melhor tomada de decisão na produção. Assim, todo o processo de aferição e informação de tempos e métodos foi informatizado e alinhado ao setor de engenharia técnica e de cadastro de roteiros produtivos e fichas técnicas. Conforme relatório gerado pela empresa, a programação sendo feita segundo o controle produtivo proporcionou uma redução de 75% nas perdas de produções. A programação por eficiência ainda solucionou a dificuldade que a Kidy tinha em programar e produzir conforme as necessidades da empresa, reduzindo as trocas de *layout*, diminuindo a perda de produção e melhorando a produtividade.

CATEGORIA DESIGN

Porte: micro/pequeno - Empresa: Usthemp Indústria e Comércio de Calçados e Confeccões Eireli. *Case: Usthemp Co-Creation*



O desejo de pertencimento, de viver uma experiência nova e realizar desejos através do consumo tem motivado mudanças na maneira com que as pessoas consomem. O novo cenário, também impulsionado pelo crescimento do mercado on-line, instigou a Usthemp, de Lajeado/RS, a criar o projeto Usthemp Co-creation, que oferece aos consumidores a possibilidade de personalizar seus produtos, criando suas próprias estampas. A proposta do projeto é dar aos clientes um calçado único, customizado por eles próprios. Para isso é possível escolher entre as modalidades DYI (Do It Yourself - faça você mesmo), na qual o consumidor cria a sua própria estampa e envia para a Usthemp produzir um calçado exclusivo; e o *Illustrate*, em que o cliente cocria a estampa junto com a equipe de ilustradores da empresa. Com a implementação dos novos DIY e *Illustrate*, em 2016, a comercialização do Usthemp Co-creation aumentou em mais de 300%.

Vencedores do Prêmio Direções

CATEGORIA DESIGN

Porte: médio/grande - Empresa: Kidy Birigui Calçados Ind e Com Ltda. *Case: Tênis Kidy Dragon's Game*



Referência em inovação no setor calçadista, a Kidy, de Birigui/SP, está sempre atenta às mudanças de comportamento dos pequenos consumidores e traz em seu DNA a tecnologia, com o objetivo de oferecer produtos que proporcionem saúde, conforto e segurança para as crianças. Oferecer momentos de diversão a seus consumidores também é uma prática da marca. Prova disso é o Kidy Dragon's Game, primeiro calçado infantil com game e realidade aumentada 3D. Lançado em novembro de 2016, após dez meses de desenvolvimento e testes, o calçado mescla inovação, design, conforto, ludicidade, qualidade e tecnologia.

CATEGORIA SUSTENTABILIDADE



Porte: micro/pequeno - Empresa: Insecta Shoes Artigos de Comercio Ltda. *Case: Polinizando o mundo com cor e consciência*

Em 2017, a empresa recebeu o seu segundo Prêmio Direções Abicalçados, desta vez na categoria Sustentabilidade. Com a proposta de unir o design a práticas que contribuem para um planeta mais limpo e mais verde, a marca não teve receio algum de marcar posição no setor, com calçados veganos e que utilizam materiais reciclados na sua composição, trazendo uma reflexão acerca da sustentabilidade ambiental e social. Na sua produção, de caráter exclusivo, a empresa não utiliza qualquer material de origem animal, praticando, além da reciclagem, o *upcycling*.



Porte: médio/grande - Empresa: Usaflex Indústria S/A. *Case: Diversidade, respeito e valorização humana*

O conceito de Sustentabilidade tem como premissa o atendimento de três pilares: o ambiental, o social e o econômico. Foi com o pilar social que a Usaflex, empresa calçadista sediada em Igrejinha/RS, levou para a casa a 5ª edição do Prêmio Direções Abicalçados. Com o nome Diversidade, Respeito e Valorização Humana, o case abordou a importância da gestão da diversidade, com base na dissolução das diferenças físicas, religiosas, filosóficas, de gênero etc.

CATEGORIA JORNALISTA

Nicolle Frapiccini com a matéria "Para acabar com o medo de exportar"

15 Direções para o Futuro da Indústria Calçadista

Com o intuito de fortalecer as melhores práticas e indicar caminho de sucesso para o setor, a Abicalçados preparou o Estudo 15 Direções para o Futuro da Indústria Calçadista. Realizada em parceria com o IEL/RS, a pesquisa aponta três macro-tendências (Marketing, Internacionalização e Design). Confira as tendências e saiba mais em 15direcoes.com.br.



1. Máquinas inteligentes como vantagem competitiva: sendo uma indústria intensiva em mão de obra, como nós poderíamos adotar tecnologias que podem trazer competitividade global?
2. Fabricação Distribuída: como poderíamos trazer rupturas para o modelo de distribuição vigente de fábrica-varejo?
3. Comunidades criativas: como as plataformas atuais de colaboração podem apoiar na criação e desenvolvimento de novos produtos, serviços e modelos de negócios?
4. Envelhecimento da população mundial: como poderíamos atender as necessidades específicas desse público em crescimento?
5. Humanos potencializados: como poderíamos trazer funcionalidades que aumentem as capacidades humanas, seja na sua rotina ou no desempenho de atividades específicas?
6. Genderless: observando a próxima população consumidora e o seu comportamento em relação à identidade de gênero, como devemos nos posicionar?
7. Economia global em transformação: como o esfriamento das economias maduras fortalecem ou dificultam as estratégias de internacionalização?
8. Cultura local em mercado global: como alinhar o discurso da marca com a mudança dos valores culturais?
9. O varejo em transformação: qual estratégia de inserção internacional se aplica ao meu negócio, e-commerce ou uma loja que permita contato pessoal?
10. A empresa na sociedade: qual a relevância das empresas do setor para a sociedade?
11. Virtualmente presente: estou bem posicionado no mercado on-line?
12. Todos os produtos se tornarão serviços: é possível construir um modelo de negócios na indústria calçadista baseado em acesso e não propriedade?
13. Sustentabilidade como estratégia: como posso transformar a sustentabilidade de um valor para uma estratégia da minha empresa?
14. Escassez de recursos tradicionais: é possível produzir mais com menos?
15. Economia circular: como posso transformar a minha produção linear em produção circular?



Promoção Comercial

A Abicalçados, por meio do programa Brazilian Footwear, mantido em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), promove ações que impulsionam negócios além-fronteiras, auxiliando de sobremaneira na qualificação das exportações de calçados.

BrazilianFootwear.com

O BrazilianFootwear.com é uma plataforma de prospecção de contatos internacionais interessados em marcas brasileiras de calçados. As marcas presentes no site possuem experiência e *expertise* em exportação e estão prontas para atender às mais diversas demandas surgidas a partir da página.

No site, as marcas brasileiras têm contato direto com compradores internacionais. As participantes ainda contam com uma promoção por meio de *newsletters* enviadas para um *mailing* especializado de compradores.

Como funciona?

A marca interessada disponibiliza uma vitrine completa, com fotos e informações para o visitante do site. O comprador se cadastra e solicita permissão para acessar os dados de determinadas marcas. Quanto mais completo o perfil da empresa, maior a chance de sucesso. O comprador, depois de cadastrado, pode navegar pelas diferentes marcas e realizar pré-pedidos. Tudo on-line! Acesse e cadastre-se www.brazilianfootwear.com.

77

marcas na
plataforma

mais de

1,9 mil

usuários cadastrados

150 mil

compradores impactados
através de *newsletters*

159

países impactados

EUA

aparece como principal
visitante do site

Secoms e Escritórios Apex-Brasil

A Abicalçados conta com fortes aliados quando se trata de promoção comercial e de imagem no mercado internacional. Escritórios Internacionais da própria Apex-Brasil e Setores de Promoção Comercial (Secom) dos Consulados e Embaixadas do Brasil no exterior atuam de forma estratégica a fim de potencializar negócios para as empresas calçadistas.

A cooperação com esses importantes agentes, além de endossar a indústria brasileira de calçados junto a compradores do mundo todo, tem se mostrado de extrema relevância quanto ao preparo das empresas calçadistas para negócios em determinados mercados.

Em 2017, durante a feira Couromoda, realizada entre 15 e 18 de janeiro, a Abicalçados contou com o apoio de Escritórios da Apex-Brasil espalhados pelo mundo para convidar e trazer compradores de redes internacionais para visitar a mostra e conhecer marcas brasileiras. Na ocasião, vieram as empresas Monoprix (França), Econika (Rússia), Lolly's (Equador), Walk & City (Emirados Árabes Unidos) e Shoe Centre (Emirados Árabes Unidos). Para este projeto, o apoio veio dos Escritórios de Bruxelas, Dubai, Moscou e Miami, além do Secom Paris.

O segundo auxílio veio durante o Salão Internacional do Couro e do Calçado (SICC), em maio de 2017, quando o Brazilian Footwear, em parceria com o Escritório da Apex-Brasil de Moscou, trouxe para o Brasil o grupo armeno Basic Group. O grupo já trabalhava com

algumas marcas brasileiras, porém tinha interesse de conhecer mais empresas e expandir o portfólio de produtos brasileiros em suas lojas.

Na Francal, feira calçadista que aconteceu entre 2 e 5 de julho, em São Paulo/SP, o Brazilian Footwear, em parceria com o Escritório da Apex-Brasil de Moscou, trouxe outros dois grandes grupos compradores da Rússia: Pazolini e Henderson.

Já em agosto de 2017, o Brazilian Footwear, ainda em parceria com o Escritório da Apex-Brasil de Moscou, trouxe para o Brasil o grupo Winny, grande rede de lojas de calçados infantis do segmento *premium* do mercado russo. Para este projeto, foi montada uma agenda exclusiva para o cliente, com reuniões em um hotel, visitas a *showrooms* e lojas conceito em São Paulo/SP e Birigui/SP.

Vídeo de calçados Rússia

Visando aumentar as oportunidades de negócios entre os calçadistas brasileiros e as empresas russas, o Escritório Apex de Moscou preparou um vídeo explicativo focando nas demandas e especificações necessárias para atender o segmento de calçados de inverno na Rússia. O vídeo contou com a opinião de *experts* do mercado com o objetivo de esclarecer as dúvidas na adequação do produto para esse mercado em específico. Assista em <http://bit.ly/2EzTZn0>.

Promoção Comercial

AÇÕES INTERNACIONAIS GERARAM QUASE US\$ 200 MILHÕES EM 2017

As exportações de calçados foram infladas em US\$ 195 milhões por conta de ações internacionais do programa Brazilian Footwear ao longo de 2017. O resultado, que consta nos relatórios, é fruto de dez eventos, nove feiras e uma missão internacional (veja os quadros nas páginas seguintes). De forma imediata, ou seja, de negócios realizados in loco, a soma foi de US\$ 41 milhões.



Eventos



FEIRA EXPO RIVA SCHUH - ITÁLIA

Janeiro

Negócios imediatos: US\$ 3,94 milhões

Alinhavados: US\$ 21,41 milhões



FEIRA THEMICAM - ITÁLIA

Fevereiro

Negócios imediatos: US\$ 8,75 milhões

Alinhavados: US\$ 22 milhões



FEIRA IFLS - COLÔMBIA

Fevereiro

Negócios imediatos: US\$ 2,88 milhões

Alinhavados: US\$ 18,47 milhões



FEIRA FN PLATFORM - ESTADOS UNIDOS

Fevereiro

Negócios imediatos: US\$ 1,6 milhão

Alinhavados: US\$ 5,3 milhões

Eventos



MISSÃO RÚSSIA

Junho

Alinhavados: US\$ 4,12 milhões



FEIRA COLOMBIAMODA - COLÔMBIA

Julho

Negócios imediatos: US\$ 802 mil

Alinhavados: US\$ 873 mil



FEIRA EXPO RIVA SCHUH - ITÁLIA

Junho

Negócios imediatos: US\$ 7,5 milhões

Alinhavados: US\$ 24,47 milhões



FEIRA IFLS - COLÔMBIA

Agosto

Negócios imediatos: US\$ 1,55 milhão

Alinhavados: US\$ 6,2 milhões



FEIRA FN PLATFORM - ESTADOS UNIDOS

Agosto

Negócios imediatos: US\$ 2 milhões

Alinhavados: US\$ 6,3 milhões



FEIRA THEMICAM - ITÁLIA

Setembro

Negócios imediatos: US\$ 12 milhões

Alinhavados: US\$ 45 milhões

TOTAL DE NEGÓCIOS IMEDIATOS

US\$ 41 milhões

381

marcas participantes

TOTAL DE NEGÓCIOS ALINHAVADOS

US\$ 154 milhões

159

mercados impactados

TOTAL GERADO EM 2017:

US\$ 195 milhões

Missões comerciais e de prospecção

Além de garantir a presença das marcas associadas nas principais feiras setoriais do mundo, o Brazilian Footwear também realiza missões comerciais e de prospecção em diferentes mercados.

MISSÃO COMERCIAL RÚSSIA

Apesar de a Rússia não ser mercado-alvo no convênio de 2017/2018 do Programa Brazilian Footwear, o Escritório Apex de Moscou, em parceria com o Programa, promoveu a Missão Comercial Rússia com o objetivo de dar continuidade no trabalho realizado no mercado desde 2012. O foco era na estratégia de inserção de marcas brasileiras após realização de um estudo de mercado e uma missão prospectiva. Durante a missão, que aconteceu em formato de *showroom* exclusivo de marcas brasileiras em um hotel no centro de Moscou, os empresários participaram de um seminário preparatório com *experts* do mercado, preparando as empresas com informações de macroeconomia, tendências de consumo, formatos de negócios e cases de sucesso de marcas brasileiras na Rússia. Além disso, a missão contou com um serviço de *matchmaking*, ou seja, reuniões pré-agendadas com compradores russos, de acordo com as necessidades específicas de cada marca participante.

Data: 5 a 7 de junho de 2017

Participações de marcas brasileiras: 35

Número de contatos comerciais: 292

Novos contatos: 203

Expectativa de negócios: US\$ 4.124.000,00



MISSÃO EXPLORATÓRIA CHINA

Com o objetivo de desenhar a nova estratégia do Brazilian Footwear para o mercado chinês, a equipe do Programa, junto com a gestora de projetos da Apex-Brasil, Isabel Fontoura, promoveu a missão exploratória China, a fim de entender e estruturar a estratégia de *e-commerce* internacional no mercado local, bem como identificar possíveis parceiros para o projeto. Na agenda, estavam reuniões com os principais *players* do mercado mundial do *e-commerce*, parceiros estratégicos e operacionais, como o Secom de Pequim e o Escritório da Apex-Brasil de Pequim e Xangai, e empresas de Relações Públicas.

No retorno ao Brasil, foram realizados *workshops* nos polos de São João Batista/SC, Birigui/SP, Jaú/SP, Nova Serrana/MG, Três Coroas/RS e Novo Hamburgo/RS, apresentando as percepções do mercado chinês para esses públicos.

MISSÃO PROSPECTIVA FRANÇA

De 27 de novembro a 2 de dezembro de 2017, foi realizada a missão prospectiva França, país que foi alvo do programa Brazilian Footwear até 2012 e retornou em 2017. Na agenda, estavam reuniões com compradores locais, empresas de Relações Públicas, organizadoras de eventos, além de visitas ao mercado local. Tanto o estudo quanto a missão identificaram características peculiares do mercado francês, assim como balizaram ações a serem realizadas no País.



Projeto Comprador Vip

O Projeto Comprador Vip tem como objetivo a identificação de compradores internacionais com potencial de compra no setor calçadista brasileiro. A ação, no formato Vip, possibilita um maior aproveitamento nas reuniões realizadas, gerando oportunidades reais de negócios aos associados do Brazilian Footwear.

Além disso, o formato Vip trabalha com agendas customizadas, entendendo as demandas e interesses dos compradores internacionais, conectando-as à oferta das empresas calçadistas.

Os convidados internacionais podem vir ao Brasil para agenda de negócios durante feiras setoriais ou no melhor período de compra e/ou disponibilidade do comprador.

Em 2017, foram convidados 19 compradores de 13 empresas distintas, sendo que alguns desses vieram ao Brasil com apoio dos Escritórios Internacionais da Apex (leia matéria na página 71).

Confira os eventos:

15 A 18 DE JANEIRO – COUROMODA

Número de grupos compradores: 5
 Monoprix (França), Econika (Rússia), Lolly's (Equador),
 Walk & City e Shoe Centre (Emirados Árabes Unidos)
 Participação de marcas: 80
 Expectativa de negócios: US\$ 3.882.500,00



8 A 11 DE MAIO - SC TRADE SHOW E BIRIGUI

Número de grupos compradores: 1
 Al Safeer Group (Emirados Árabes Unidos)
 Participação de marcas: 18
 Expectativa de negócios: US\$ 750.000,00

8 A 11 DE MAIO - SÃO PAULO E FRANCA

Número de grupos compradores: 1
 Winny (Rússia)
 Participação de marcas: 15
 Expectativa de negócios: US\$ 620.400,00

22 A 24 DE MAIO – SICC

Número de grupos compradores: 2
 Luz Mila Lopez (Colômbia) e Basic Group (Armênia)
 Participação de marcas: 47
 Expectativa de negócios: US\$ 200.000,00

2 A 5 DE JULHO – FRANCAL

Número de grupos compradores: 3
 Studio F (Colômbia), Henderson e Pazolini (Rússia)
 Participação de marcas: 45
 Expectativa de negócios: US\$ 230.000,00

21 A 23 DE AGOSTO - NOVO HAMBURGO E SÃO PAULO

Número de grupos compradores: 1
 Al Shamsi Holdings (Emirados Árabes Unidos)
 Participação de marcas: 17
 Expectativa de negócios: US\$ 76.000,00



13

empresas convidadas

19

compradores

222

participações de marcas

US\$ 5,7 milhões

em expectativa de negócios

Matchmaking

O serviço de *matchmaking* constitui na conexão entre oferta e demanda, entendendo as marcas brasileiras disponíveis na ocasião e encontrando compradores ideais para estes produtos. O Brazilian Footwear oferece esta oportunidade nos eventos realizados na Colômbia - IFLS e Colombiamoda -, além da Rússia, na missão comercial em Moscou. Desta maneira, a abertura de novos mercados por parte das marcas calçadistas é facilitada, permitindo que clientes conheçam o produto em uma primeira aparição da marca em eventos internacionais.

Na Colômbia, foram proporcionadas 780 reuniões de negócios para as 48 marcas presentes nos três eventos realizados no mercado em 2017. Já na Rússia, foram 159 reuniões para as 34 marcas.

Já nos Emirados Árabes Unidos, uma empresa de consultoria foi contratada para identificar empresas interessadas no calçado brasileiro e com possibilidade de prospecção e abertura de novas marcas. Em 2017, foi contratada uma empresa que trouxe ao Brasil as empresas Al Safeer e Al Shamsi. A participação de ambas envolveu 35 marcas calçadistas e gerou US\$ 826.000,00.

BF ALLY

O Brazilian Footwear oferece serviço personalizado aos compradores nacionais e internacionais interessados em calçados e fabricantes brasileiros, conectando-os com as empresas que melhor possam atender sua demanda. Este contato é feito por e-mail ou telefone pela

equipe da Abicalçados e vem tornando-se um benefício cada vez mais reconhecido pelos *players* do setor, os quais entram em contato direto com a Entidade para solicitar auxílio em sua busca. Embaixadas, Secoms e Escritórios Internacionais da Apex-Brasil utilizam e indicam esta possibilidade a empresas que os procuram com interesse no setor calçadista brasileiro.

Em 2017, foram mais de 250 contatos nacionais e internacionais, os mesmos foram direcionados a marcas/empresas que poderiam atender suas demandas específicas.

No primeiro semestre de 2017, o BF Ally promoveu uma iniciativa importante de relacionamento com compradores internacionais nos Estados Unidos. Em parceria com o Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil (CICB), foi realizada a segunda edição do *Cocktail Hour*, evento de relacionamento que reuniu compradores, expositores, jornalistas e formadores de opinião durante a FN Platform, evento setorial que acontece em Las Vegas. O *Cocktail Hour* marcou o lançamento do projeto Design na Pele, apresentando com exclusividade as coleções cápsulas com couros especiais desenvolvidas em parceria entre as marcas Guilhermina e Kildare e os designers Patricia Viera e Ronaldo Fraga, respectivamente. Além de apreciar as coleções, os convidados puderam experimentar comidas e bebidas típicas do Brasil, em um ambiente informal de relacionamento com os visitantes da feira. Participaram do evento cerca de 300 pessoas.

Edital de Ações Personalizadas

O Edital de ações personalizadas permite aos associados da Abicalçados e do Brazilian Footwear a participação em ações internacionais que não sejam tradicionalmente apoiadas pelo Programa. A participação deve acontecer em eventos de nicho (luxo, *lifestyle*, infantil, moda praia, entre outros) e estar de acordo com a estratégia e posicionamento da marca participante. Em 2017, foram apoiadas quatro iniciativas:

1. Feira Bubble London (Londres/Reino Unido)
16 a 17/07/2017 – Ghetz Exportadora e Importadora
2. Feira Project LV (Las Vegas/EUA)
14 a 16/08/2017 - Grendene S.A
3. Feira Coterie (Nova Iorque/EUA)
17 a 19/09/2017 – Ferri Indústria e Comércio de Artigos de Couro Ltda
4. Showroom Schutz (Milão/Itália)
17 a 20/09/2017 – Arezzo Indústria e Comercio S.A.

248

contatos comerciais

74

novos contatos

US\$ 2,2 milhões

em negócios

US\$ 1,7 milhão

em expectativa de negócios



Promoção de Imagem

A Abicalçados é uma entidade comprometida na promoção da imagem das marcas verde-amarelas de calçados no território nacional e além-fronteiras. Para tanto, desenvolve uma série de ações junto à imprensa e formadores de opinião.

Vogue Brazilian Footwear

A Vogue Brazilian Footwear é voltada a compradores internacionais, distribuidores e formadores de opinião. É o canal impresso mais importante da exportação brasileira de calçados.

A Edição Verão 2018 contou algumas novidades como as seções Fashion Tour (novidades do setor calçadista brasileiro), Tendência (moda) e Primeira Fila (entrevista com CEO de indústria calçadista).

Com versões em português, inglês e agora em espanhol, a Vogue Brazilian Footwear é distribuída no Brasil pela editora Globo Condé Nast com 85 mil exemplares a cada edição. Já as versões internacionais possuem tiragem de 3,5 mil e 1,5 mil, em inglês e espanhol, respectivamente, que são distribuídas pelo Brazilian Footwear nos eventos que contam com a presença das empresas nacionais.

Na edição de janeiro de 2017, que apresentou o Outono-Inverno do mesmo ano, participaram 63 marcas nacionais, enquanto na edição de julho de 2017, 61 marcas apresentaram suas coleções de Primavera-Verão 2018.



170 mil

exemplares em português

7 mil

exemplares em inglês

3 mil

exemplares em espanhol

74

marcas participaram

544

calçados em destaque

Photocall Colômbia

Direcionado à imprensa e formadores de opinião locais, o Photocall oportuniza que esse público conheça e interaja com os produtos e representantes das marcas participantes. A partir de uma sessão de fotos com produção de moda, para a qual são convidados jornalistas e formadores de opinião, as marcas ganham visibilidade em veículos de comunicação locais e despertam interesse de consumidores e compradores do mercado. Toda a organização do evento é feita pela equipe da Abicalçados em parceria com a agência de Relações Públicas do Brazilian Footwear na Colômbia. As marcas se inscrevem para participar da ação e enviam imagens dos produtos disponíveis para seleção, realizada por uma equipe especializada e de acordo com o perfil da ação.

Em 2017 foram realizadas três edições do Photocall, uma em fevereiro - na IFLS - e as outras duas no segundo semestre - na Colombiamoda e na IFLS, ambas em julho/agosto.

As marcas participantes do Photocall de fevereiro de 2017 foram: Piccadilly, Beira Rio Conforto, Moleca, Vizzano, Molekinha, Modare Ultraconforto, Molequinho, Itapuã, New Face, Itsandal, Schutz, Arezzo, Pegada, Adrun, West Coast, Cravo & Canela, Klin, Kidy, Bottero e Verofatto.



Já no Photocall da Colombiamoda, em julho, participaram Beira Rio Conforto, Moleca, Molekinha, Modare Ultraconforto, Vizzano, Pampili, Amazonas, Cristófoli, Itapuã, Itsandal e New Face. Além dessas, algumas marcas que viriam a participar da IFLS também enviaram seus produtos para Medellín, aproveitando ao máximo a exposição. Foram elas: Petite Jolie, Botteto, Verofatto e Pegada.



Na última parada, na IFLS, participaram a Beira Rio Conforto, Moleca, Vizzano, Molekinha, Modare Ultraconforto, Piccadilly, West Coast, Cravo & Canela, Bottero, Verofatto, Schutz, Arezzo, Pegada, Anatomic Gel, Kidy, Petite Jolie, Suzana Santos, Renata Mello, e Invoice.



Relações Públicas

O serviço de Relações Públicas, oferecido pelo Brazilian Footwear em todos os países-alvo do programa, contribui para a divulgação das marcas brasileiras no exterior por meio de um trabalho contínuo de relacionamento com meios de comunicação relevantes em cada mercado, incluindo divulgações em mídia especializada e veículos com foco no consumidor final, como revistas, sites e personalidades influentes no mundo da moda.

Disponível a todos os associados do Brazilian Footwear, o serviço é realizado em parceria com agências de Relações Públicas locais especializadas em cada um dos mercados. Dessa forma, torna-se possível realizar um trabalho customizado e efetivo, que observa as dinâmicas de trabalho e particularidades de cada um dos países. Em 2017, o trabalho das agências de Relações Públicas focado na promoção de imagem das marcas brasileiras gerou expressivos resultados nos mercados trabalhados.



Less is More

Refined reflections of minimal and
selective styles led the way at Miami.

BY ANN LOYD

UPPER A BREEZY AND affordable trend meant the day before today (this week) with a lot of people wearing it. It's not a trend, it's a lifestyle. The more you know about it, the more you'll love it. It's not a trend, it's a lifestyle. The more you know about it, the more you'll love it. It's not a trend, it's a lifestyle. The more you know about it, the more you'll love it.



How Eva gets her glow

If there were a Queen of Balance and Luminosity, Eva Mendes would be a shoe-in for the title.

Tough workouts, healthy meals, and loads of natural self-care put her glowing beauty formula. But she's not so simple.

We did her hair, makeup, and more over family life with her son, and Ryan Reynolds. Here's the full story.

By PAUL O'BRIEN

Photography by ARTHUR BELLEAU

SHUPE

Win at abs! The no-fail move

Surprise your body!

25

fun ways to get a killer workout

Fresh meal ideas for spring

April 2017 \$5.99 - shape.com

Los pasos de BRASIL

NUEVO Contact Center 445 5000 El País

Relações Públicas e Assessoria de Imprensa – China / Hong Kong

A 3rd Floor é a empresa contratada para realizar o serviço de relações públicas do Brazilian Footwear na China. Esta empresa divulga releases sobre o Programa e as marcas promovidas junto à imprensa chinesa e mantém um cadastro dos principais compradores do País, visando promover o relacionamento. A 3rd Floor está focada, principalmente nas redes sociais - página do Brazilian Footwear no Weibo (o Facebook chinês) e no WeChat .



Relações Públicas e Assessoria de Imprensa - Colômbia

As atividades de Relações Públicas na Colômbia seguem sendo realizadas pela empresa Marketing Y Comunicaciones, trabalhando com a divulgação das empresas, relacionamento, coordenação e criação de eventos com os públicos-alvo. A agência fornece também o apoio às marcas do programa Brazilian Footwear durante a participação nos eventos voltados à promoção comercial que acontecem no mercado, além de manter um cadastro dos principais compradores do País.

Um dos destaques do trabalho realizado na Colômbia é do envio de produtos para celebridades locais, especialmente apresentadoras de televisão. Durante as feiras Colombiamoda e IFLS, a MyC programou uma agenda de visitas aos principais veículos de comunicação da capital colombiana. Focada na construção de marca das empresas nacionais na Colômbia, a agência de Relações Públicas tira o máximo de proveito do Photocall (página 86), utilizando as imagens para trabalhar durante todo o semestre com veículos de moda, blogueiros, além das mídias tradicionais e setoriais.

TOTAL DE EQUIVALENTE EM MÍDIA (US\$)

422.742,68

2017/1

696.585,00

2017/2

TOTAL DE EQUIVALENTE 2017

US\$ 1.119.327,68



Relações Públicas e Assessoria de Imprensa - EUA

Em 2017, o Brazilian Footwear focou em uma nova estratégia de relacionamento com a imprensa norte-americana através de sua agência de relações públicas PAN Communication. Enquanto o trabalho de envio de produtos para as mídias e influenciadores de moda foi reduzido para um número específico de marcas - apenas para aquelas que contrataram o serviço de RP através do Brazilian Footwear -, a comunicação através das redes sociais foi ampliada, atendendo, assim, todas as marcas que participam de ações comerciais no mercado. Com relação à cobertura em publicações B2B e B2C, a agência obteve mais de 29 inserções, chegando a uma estimativa de 6,3 milhões de leitores.

A PAN Communication também tem forte atuação durante a FN Platform. Nas duas edições da feira - em fevereiro e agosto de 2017 -, a agência recebeu jornalistas e formadores de opinião norte-americanos, apresentando as marcas brasileiras que estavam participando da feira, realizou coberturas através das ferramentas Instagram Stories e Instagram Live, além prestar uma consultoria especializada para marcas interessadas em saber mais sobre o mercado dos Estados Unidos.

Além disso, foi mantido o trabalho com influenciadores. Foram identificados novos nomes, permitindo introduzir o Brazilian Footwear e suas marcas a esse novo grupo de influenciadores, e, ainda, foi mantido o relacionamento com influenciadores já estabelecidos.



Projeto Imagem

Projeto Imagem é uma iniciativa realizada no âmbito do programa Brazilian Footwear que traz jornalistas estrangeiros de alguns dos principais veículos segmentados do mundo para conhecer e divulgar os calçados brasileiros na imprensa de seus respectivos países. A iniciativa acontece durante as principais feiras nacionais do setor calçadista.

Foram realizados dois Projetos Imagem em 2017, um na Francaal (2 a 5 de julho, em São Paulo/SP) e outro na Zero Grau (20 a 22 de novembro, em Gramado/RS).

Para a feira paulista, o Projeto trouxe sete jornalistas: Maite Ruiz Atella (Global Fashion/Espanha), Jose Rivera (ModaPelle/Itália), Jean Pierre Bidegain (Chausser/França), Bárbara Solini (Edizioni AF/Itália), Andres Rodriguez (Style America/Colômbia) e Aida Maria Martinez Ipuz (ADN/Colômbia).

Já para a mostra gaúcha vieram os jornalistas Maurício Herzcovich (CueroAmerica/Argentina), Horacio Delfino (Serma/Argentina) e Natalia Timashova (Shoes Report/Rússia).





Relacionamento

A Abicalçados, sempre em busca do desenvolvimento dos associados e de seus colaboradores, possui uma rede de benefícios e está sempre atenta às demandas da razão maior de sua existência: seus associados.

Relacionamento

PROGRAMA DE APADRINHAMENTO

Criado em setembro de 2015, o Programa de Apadrinhamento tem o objetivo de aproximar ainda mais as empresas associadas à Abicalçados por meio de um atendimento personalizado. Cada membro da equipe da Abicalçados é responsável por uma ou mais empresas associadas, com o intuito de aproximá-las cada vez mais da Entidade e otimizar o processo de comunicação. O padrinho ou madrinha deve conhecer as necessidades da empresa afilhada e trazer suas demandas e questionamentos para serem resolvidas o mais breve possível, assim facilitando a comunicação da mesma com a Abicalçados. O padrinho ainda deve estar sempre alerta às oportunidades que surgirem e que se encaixam no perfil da empresa afilhada mantendo-a informada das ações e projetos desenvolvidos.

ABINEWS

Enviado pela Unidade de Relacionamento pela primeira vez em janeiro de 2016, o AbiNews é uma ferramenta de comunicação digital criada para informar as ações e benefícios da Abicalçados aos associados. Com notas e *links* para mais informações, a *newsletter* é quinzenal - enviada nas quintas-feiras - e tem tido uma ótima receptividade entre os associados, diminuindo também a necessidade de envios de e-mail marketing e otimizando a comunicação com objetividade e praticidade.

CLUBE DE BENEFÍCIOS

Pensando em trazer ainda mais benefícios para os associados, a Abicalçados lançou o Clube de Benefícios, que traz descontos exclusivos para os parceiros. Até o momento, os associados já podem contar com desconto de até 87% em transportes nacionais e internacionais



realizados pela UPS, 25% de desconto sobre serviços metrológicos realizados pelo Instituto de Tecnologia Senai, 15% de desconto em cursos e eventos da Share, 20% de desconto nos cursos realizados pelo Instituto Europeo di Design (IED/SP), 20% de desconto nas consultorias realizadas pelo Instituto By Brasil (IBB), 20% de desconto nos cursos da Wizard de Franca e Pinheiros, 20% nos cursos da Cultura Inglesa de Novo Hamburgo e 35% de desconto nos seguros de viagem da Travel Ace.

Para realizar o cadastro no site <https://abicalcados.affinibox.com.br/landing/> é necessário o CNPJ da empresa associada.

Mensagem do Associado



“Na Miti nós temos por objetivo e motivo da afirmação do design brasileiro e o desenvolvimento da cadeia produtiva nacional. Encontramos na Abicalçados um time que pensa como a gente e trabalha pela indústria calçadista de hoje e de amanhã, reunindo os diferentes entes do setor para que trabalhemos juntos por objetivos comuns”.

Natália Miti, diretora da Miti Shoes



“Para a Pampili, 2017 foi um ano de expansão significativa para as exportações. O programa Brazilian Footwear tem proporcionado à Pampili a oportunidade de levar a essência da marca para os principais mercados internacionais, nos posicionando como moda com qualidade e conforto. O apoio da Abicalçados tem sido de extrema importância para essas conquistas, essa atitude colaborativa tem gerado ótimos resultados”.

Silvana Silveira, consultora de Exportação da Pampili



“Para nós, a Abicalçados fomentou muito o crescimento das exportações, em todos os continentes. Antes éramos comprados, e hoje vamos ofertar nossos produtos para todos os mercados no mundo. Participamos das feiras em Vegas, Milão, Riva Del Garda e no Showroom da Rússia com ótimos resultados.”

Jonatha dos Santos, diretor comercial da Calçados Ala



“Respeitamos e acreditamos no trabalho desenvolvido pela Abicalçados no cenário nacional. Com esta parceria de sucesso, estamos otimistas na recuperação da economia ao longo de 2018, com um crescimento do PIB entre 3% e 4%. Trilhamos um caminho juntos em prol de um País melhor”.

Marlin Kohlrausch, presidente da Calçados Bibi

Calendário de ações 2018

JANEIRO

13-16

Expo Riva Schuh - Itália

15-18

Couromoda - Brasil (Projeto Comprador Vip e Projeto Imagem)

29

Photocall Colômbia - IFLS

30-1/fev

Export Thinking Bogotá IFLS - Colômbia

Até 31

Edital Ações Personalizadas

FEVEREIRO

06 - 28

Guest Designer Program - EUA

11-14

theMicam - Itália

12-14

FN Platform - EUA

MARÇO

4-9

Showroom Colômbia

6-8

FIMEC (SOLA)

6

FF Exchange Fimec

8

Edital de Formadores de Opinião (Prazo para envio das propostas por parte das empresas)

16-27

Apresentação estudo França nos polos

22-25

Fashion Bloggers

ABRIL

12

Análise de Cenários

26

6º Prêmio Direções e 35 anos de Abicalçados

MAIO

5

FF Enterprise - Kick off day

21-23

SICC - Brasil (Projeto Comprador Vip e Projeto Imagem)

A definir

Missão Prospectiva Reino Unido

A definir

Lançamento do Brazilian Footwear eStore na plataforma Little Red Book - China

A definir

Showroom Paris - França

JUNHO

6-8

Missão Comercial Rússia

16-19

Expo Riva Schuh - Itália

A definir

Seminário Nacional da Indústria Calçadista (SNIC)

JULHO

16

Photocall Bogotá IFLS - Colômbia

16-19

FrancaL - Brasil (Projeto Comprador Vip e Projeto Imagem)

17 - 19

Export Thinking Bogotá IFLS - Colômbia

23

Photocall Medellin - Colômbia

24-26

Export Thinking Medellín ColômbiaModa - Colômbia

AGOSTO

13-15

FN Platform - EUA

A definir

Guest Designer Program - EUA

A definir

Showroom Colômbia

SETEMBRO

16-19

theMicam - Itália

A definir

Análise de Cenários

OUTUBRO

A definir

Fashion Bloggers

A definir

Evento de relacionamento com imprensa - Emirados Árabes Unidos

NOVEMBRO

19-21

Zero Grau - Brasil

A definir

MMX

Expediente

Associação Brasileira das Indústrias de Calçados Abicalçados

(51) 3594-7011
www.abicalcados.com.br

PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO
Rosnei Alfredo da Silva

PRESIDENTE-EXECUTIVO
Heitor Klein

Créditos

EDIÇÃO
Alice Rodrigues (Mtb. 12.832)
Diego Rosinha (Mtb. 13.096)
Roberta Ramos (Mtb. 11.620)

TEXTOS
Diego Rosinha

FOTOS
Equipe Abicalçados e Divulgação

PRODUÇÃO GRÁFICA
Gabriel Dias

Relatório Anual 2017



**Associação Brasileira das
Indústrias de Calçados**

Rua Júlio de Castilhos, 561
Cep 93510-130
Novo Hamburgo
Rio Grande do Sul - Brasil
www.abicalcados.com.br