



RELATÓRIO ANUAL DE ATIVIDADES

2021



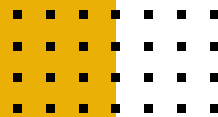
ABICALÇADOS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS
INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

RELATÓRIO ANUAL DE ATIVIDADES 2021

O QUE É?

O Relatório Anual de Atividades da Abicalçados é uma prestação de contas da entidade. Traz todas as ações, pautas e pleitos realizadas ao longo do ano anterior, tanto no mercado doméstico quanto internacional, estas últimas realizados por meio do Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações desenvolvido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil).



SUMÁRIO

4 PALAVRA DO PRESIDENTE DO CONSELHO

5 PALAVRA DO PRESIDENTE-EXECUTIVO

6 QUEM SOMOS

7 NORTEADORES ESTRATÉGICOS

8 RELACIONAMENTO

9 NOSSOS PROJETOS BRAZILIAN FOOTWEAR

10 NOSSOS PROJETOS ORIGEM SUSTENTÁVEL

11 PARCERIAS

12 RETROSPECTIVA

15 REPRESENTAR

16 SETOR EM NÚMEROS
17 ATUAÇÃO EM GRUPOS
18 PAUTA LEGISLATIVA

20 DEFENDER

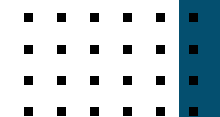
21 ASSESSORIA JURÍDICA
22 DESTAQUES JURÍDICOS
24 DEFESA COMERCIAL
25 DESTAQUES JURÍDICOS

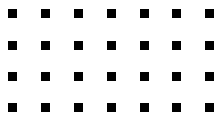
26 DESENVOLVER

27 INTELIGÊNCIA DE MERCADO
28 ESTUDOS DE MERCADO
29 PORTAL DA INTELIGÊNCIA
30 PUBLICAÇÕES
31 ANÁLISE DE CENÁRIOS

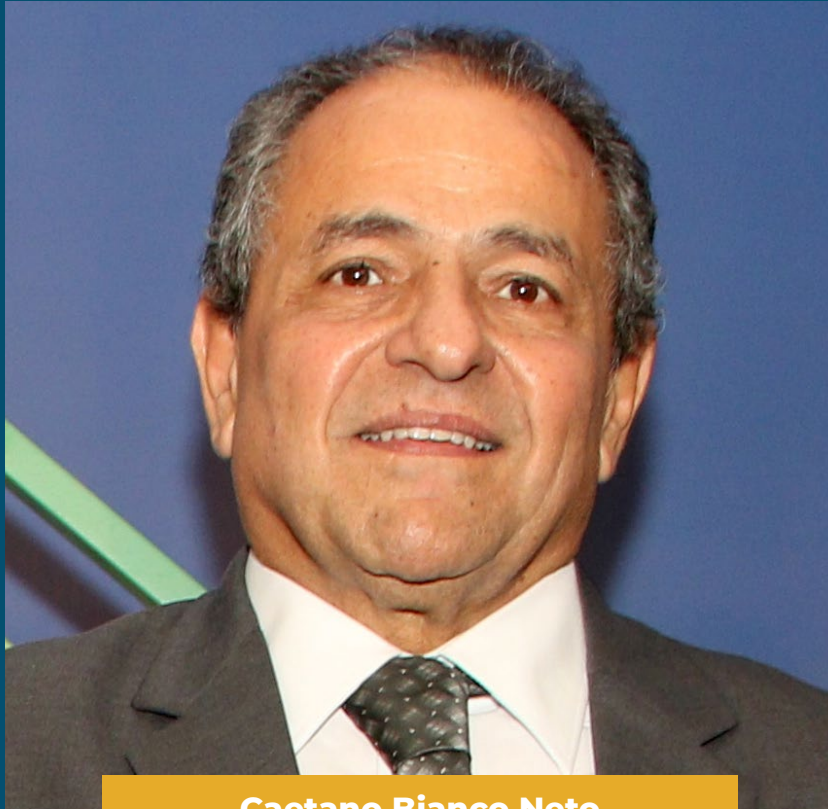
32 PROMOVER

33 AÇÕES DIGITAIS
35 PLATAFORMAS DIGITAIS
36 BRAZILIANFOOTWEAR.COM
37 FEIRAS PRESENCIAIS
29 EDITAL DE MARKETING DIGITAL INTERNACIONAL
39 EXPO 2020 DUBAI
40 CALÇADOS DO BRASIL
41 BRANDING BRAZILIAN FOOTWEAR
42 CAMPANHAS BRAZILIAN FOOTWEAR
43 VOGUE BRAZILIAN FOOTWEAR
44 RELAÇÕES PÚBLICAS EUA
45 RELAÇÕES PÚBLICAS PERU
46 ABIDIGITAL
48 MÍDIAS SOCIAIS
49 ABINFORMA
50 ABI NA MÍDIA





PALAVRA DO PRESIDENTE



Caetano Bianco Neto

Presidente do Conselho
Deliberativo da Abicalçados

O ANO DA SUSTENTABILIDADE E DO DIGITAL

Dois mil e vinte e um, além de ser o ano da retomada econômica, com o arrefecimento da Covid-19 diante do avanço da vacinação, foi o ano do fortalecimento da cultura da sustentabilidade e da digitalização na cadeia produtiva do calçado. Somente neste ano, foram certificadas para o nível máximo do Origem Sustentável, a única certificação do setor no mundo, gigantes como Beira Rio, Vulcabras, Usaflex e Bibi. Somadas, as produções dessas empresas chegamos ao número de mais de 130 milhões de pares por ano, 16% da produção nacional de calçados.

O Origem Sustentável é um programa recentemente reformulado, em 2020, e além das empresas supracitadas, tem mais de 50 em processo de certificação, tanto do setor calçadista quanto de fornecedores de componentes. Porque o nosso objetivo é fomentar a produção sustentável não somente em um elo, mas em todos os elos da cadeia.

Em 2021, também fortalecemos a sustentabilidade da cadeia produtiva do calçado em âmbito internacional, com a apresentação do Origem Sustentável na Expo Dubai, em outubro. Foi um sucesso que despertou o interesse de grandes *players* do mercado mundial, cientes de que a sustentabilidade é um caminho sem volta e que o consumidor está cada vez mais atento às questões sociais e ambientais.

No mundo dos negócios, fortalecemos a presença digital, uma necessidade impulsionada pelas restrições provocadas pela pandemia, mas que veio para ficar. Entre eventos digitais e físicos em âmbito internacional foram gerados mais de US\$ 22 milhões para participantes associados ao Brazilian Footwear, nosso braço internacional mantido em parceria com a ApexBrasil.

Neste Relatório você vai conferir todos os resultados conquistados, todas as pautas elencadas e pleitos alcançados ao longo do ano. Desejo a todos e todas uma ótima leitura.



Haroldo Ferreira

Presidente-executivo da Abicalçados

DESAFIOS PARA SEGUIR CRESCENDO

Depois de um 2020 bastante difícil, o setor calçadista teve um 2021 de recuperação gradual. Com crescimento estimado em cerca de 6% na produção, que teve sobretudo impacto da performance surpreendente no mercado internacional, os fabricantes de calçados voltaram a respirar aliviados. Para 2022, a perspectiva da Abicalçados é seguir no ritmo de crescimento, com cerca de 3% na produção e 5% nos embarques, ou seja, acima do projetado para o PIB brasileiro. Não subestimamos a importância da recuperação, que se dá especialmente a partir da retomada nas demandas do mercado doméstico e internacional, mas temos a responsabilidade, enquanto entidade representativa do setor, de alertar quanto aos desafios, que não são poucos.

Com um mercado cada vez mais exigente e concorrido, tanto no ambiente interno quanto internacional, é preciso que as empresas brasileiras se tornem cada vez mais ativas e protagonistas do seu papel social. Sustentabilidade, nas suas dimensões ambiental, social, econômica e cultural está na boca do consumidor, que hoje não quer mais consumir de empresas que não mantenham rigorosos padrões de responsabilidade social e ambiental.

O preço, aos poucos vai perdendo essa queda de braço diante da sustentabilidade. O desafio da ampliação ou mesmo implementação de processos produtivos e produtos sustentáveis vem acompanhado do desafio da comunicação. Afinal, em um mundo onde a concorrência é cada vez mais acirrada, e muitas vezes até desleal, é preciso mostrar o que se faz no intramuros, tendo como premissa a transparência.

Além da sustentabilidade, o que por si só traz vantagens competitivas, especialmente em mercados internacionais mais desenvolvidos, seguimos com os desafios que sempre fizeram parte da nossa história enquanto entidade representativa: desenvolver a atividade, lutar por melhores condições de competitividade e promover o nosso produto aqui e no exterior.

Neste Relatório, o leitor que ainda não conhece a Abicalçados será apresentado as nossas soluções para o desenvolvimento da atividade e o leitor que já conhece poderá acompanhar, pelo sétimo ano consecutivo, os resultados das nossas ações.

QUEM SOMOS

Fundada em 1983, em Novo Hamburgo/RS, a Abicalçados é a representante da indústria nacional de calçados. No seu quadro de associados compreende empresas que respondem por mais de 65% da produção nacional. Nos seus pilares de atuação, a entidade tem Representação, Defesa, Desenvolvimento e Promoção. Como representação, a Abicalçados possui forte atuação junto ao Poder Público, pleiteando medidas para melhoria da competitividade da indústria nacional, com forte presença também na imprensa. Na área de Defesa, destaque para ações que preservam a concorrência no mercado internacional, caso do antidumping aplicado contra o calçado chinês desde 2010. Em Desenvolvimento e Promoção, incluem-se ações que visam desenvolver a indústria nacional e a promover no cenário doméstico e internacional, neste segundo por meio do programa Brazilian Footwear.

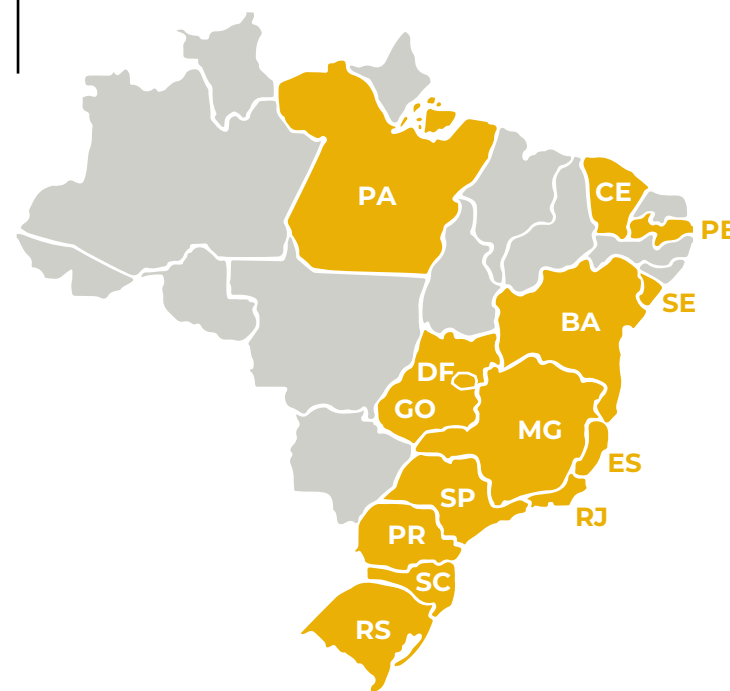
230 EMPRESAS ASSOCIADAS

65% REPRESENTAÇÃO NACIONAL

51 NOVOS ASSOCIADOS

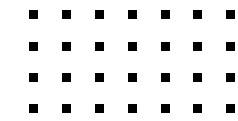
+500 ATENDIMENTOS REALIZADOS

ESTADOS BRASILEIROS ONDE TEMOS EMPRESAS ASSOCIADAS



ASSOCIADAS POR PORTE





ABICALÇADOS

NORTEADORES ESTRATÉGICOS

NEGÓCIO

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

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.

VALORES

Respeito: aos associados e aos interesses do setor calçadista brasileiro.

Excelência: competência na realização da representação institucional do setor e na prestação de serviços.

Inovação: liderar, com proatividade, a indústria calçadista em busca de melhores condições de competitividade, tanto interna quanto externa.

Resultados: obter e divulgar o produto e suas atividades.

Responsabilidade Social e Sustentável: postura responsável na defesa dos interesses do setor calçadista nacional, os mediando de maneira sustentável com relação a colaboradores, fornecedores, Poder Público e sociedade.

PILARES

REPRESENTAR

DEFENDER

DESENVOLVER

PROMOVER



RELACIONAMENTO

A razão da existência da Abicalçados é o seu associado. E é com essa consciência que a entidade planeja todos os seus passos há quase quatro décadas. As ações são todas pensadas no desenvolvimento das empresas parceiras, no mercado interno e externo. Visando estreitar ainda mais o relacionamento, desde 2015 a entidade mantém o Programa de Apadrinhamento. Pelo programa, cada empresa associada é atendida pela unidade de relacionamento ou por um “padrinho/madrinha” dentro da entidade, que será o elo de ligação entre a Abicalçados e a parceira. Desta forma, são possibilitados atendimentos mais personalizados de acordo com as necessidades das associadas.



BRAZILIAN FOOTWEAR

Criado no ano 2000, o Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), visa alavancar as oportunidades de negócios e aumentar as exportações das empresas de calçados. Ações de desenvolvimento, promoção comercial e de imagem são realizadas pelo projeto que promove o Brasil, a indústria brasileira e suas marcas no mercado internacional.

Em 2021, o convênio para o biênio 2019/2020 - que foi prorrogado até o início de dezembro de 2021 em função das restrições impostas nos últimos anos - foi finalizado. No biênio, com a extensão, foi investido R\$ 30,8 milhões em uma série de iniciativas que focaram nos mercados-alvo: Estados Unidos, Peru, França, Reino Unido e China. Desse valor, R\$ 16,6 milhões foram provenientes da ApexBrasil e R\$ 14,6 milhões oriundos de contrapartidas. Ainda no segundo semestre de 2021, a Abicalçados junto com a ApexBrasil estruturou o projeto que o programa Brazilian Footwear desenvolverá no biênio 2022/2023.

Embaixadores

Lideranças do setor calçadista nacional e gestores das áreas de Exportação e Marketing fazem parte do grupo Embaixadores do Brazilian Footwear, que é renovado a cada convênio do programa. No último biênio, 12 indústrias, sediadas nos principais polos produtivos da atividade no País, integraram o grupo que contribuiu na elaboração e na discussão de estratégias do projeto.



Brazilian Footwear

354 PARTICIPANTES

193 EMPRESAS EXPORTADORAS

US\$ 679,8 MILHÃO EXPORTADOS

o que corresponde a 76% das exportações brasileiras totais de calçados

144 PAÍSES DE DESTINO DE EXPORTAÇÕES

ORIGEM SUSTENTÁVEL

Embasado no que há de mais atualizado sobre ESG (Environmental, Social and Governance) e sustentabilidade, o Origem Sustentável é a única certificação no mundo voltada para as empresas produtoras de calçados e de insumos do setor calçadista. Baseado nas melhores práticas internacionais de sustentabilidade, segue indicadores de cinco dimensões: econômica, ambiental, social, cultural e gestão da sustentabilidade. Tem quatro níveis de certificação que acompanham a evolução e maturidade dos negócios. São eles: Bronze (atendimento mínimo de 20% dos indicadores para micro e pequenas empresas e de 30% para médias e grandes empresas); Prata (40%); Ouro (60%); e Diamante (80%).

Em 2021, o Origem Sustentável ampliou a base de participantes para mais de 50 empresas, e começou a tornar o programa mais conhecido por meio de ações iniciais de comunicação como os lançamentos do novo selo QR code e do novo portal. Além disso, o Programa foi apresentado internacionalmente durante a Expo Dubai.



EMPRESAS COM SELO DIAMANTE

bibi

VULCABRAS

Usaflex

CALÇADOS BEIRA RIO^{S.A.}
Produzindo valores

+50 EMPRESAS EM PROCESSO DE CERTIFICAÇÃO

CLUBE DE BENEFÍCIOS

Com a missão de desenvolver e promover o setor calçadista brasileiro, a Abicalçados está atenta a firmar parcerias relevantes para os negócios do setor. Desta forma, a entidade desenvolveu o Clube de Benefícios, serviço exclusivo para associados que conta, atualmente, com 23 parcerias em áreas estratégicas.

Com percentuais de desconto que chegam a 87% e dividido em sete categorias, a iniciativa é constantemente atualizada para oferecer descontos e, assim, proporcionar melhores condições para a competitividade das indústrias de calçados do País. Os benefícios exclusivos são voltados tanto para as empresas e suas marcas quanto para os empresários, colaboradores e até seus familiares. As parcerias englobam as seguintes áreas: Logística & Transportes, Ferramentas de Marketing, Consultorias & Serviços Técnicos, Educação, Finanças & Tributário, Tecnologia e Outros Serviços. Além disso, alguns dos parceiros também atuam no exterior.

CONHEÇA OS BENEFÍCIOS

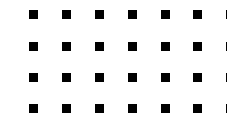


ATÉ **87%** DE DESCONTOS

23 PARCERIAS

BLU

A Abicalçados mantém, ainda, uma parceria com a BLU, empresa especializada em gestão financeira, que disponibiliza uma plataforma 100% digital para gestão de créditos e pagamentos. Um dos diferenciais do serviço, que possibilita a antecipação de recebíveis por parte do lojista para os fornecedores, é a solução de Inteligência de Crédito Positivo, exclusiva para associados da entidade. Ela traz mais segurança para a negociação, na medida em que as empresas podem consultar o crédito positivo futuro de potenciais clientes.



RETROSPECTIVA

2021

JANEIRO

Marcas calçadistas apoiadas pelo Brazilian Footwear fecham mais de US\$ 1,7 milhão em negócios nas feiras digitais Expo Riva Schuh Home Edition e Micam Americas.

Abicalçados é signatária de manifesto pela Competitividade da Indústria, desenvolvido pelo grupo Coalização Indústria.

FEVEREIRO

Retomada das feiras presenciais gera negócios na ordem de US\$ 1,6 milhão com a participação de marcas brasileiras apoiadas pelo Brazilian Footwear nos eventos norte-americanos Magic Pop Up e Atlanta Shoe Market.

Lançada para o mercado internacional parceria entre o BrazilianFootwear.com e a Joor, maior plataforma de negócios B2B do mundo.

MARÇO

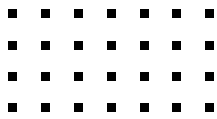
Plataformas digitais Sourcing at Magic e Micam Milano Digital Show resultam em negócios de US\$ 1,1 milhão para marcas brasileiras apoiadas pelo Brazilian Footwear.

Abertura do processo de revisão do direito antidumping contra a China, por considerar haver elementos suficientes que indicam que a extinção do direito antidumping levaria, muito provavelmente, à continuação ou retomada do dumping e do dano à indústria doméstica dele decorrente.

ABRIL

Abicalçados realiza a primeira edição do ano do Análise de Cenários. O evento tem como tópico central os impactos causados pelo agravamento da pandemia, apontando as perspectivas para o setor calçadista em 2021.

Abicalçados lança o Relatório Setorial da Indústria de Calçados 2021, publicação considerada a fonte oficial de pesquisas da atividade no Brasil.



RETROSPECTIVA

MAIO

Abicalçados e Assintecal promovem webinar sobre o programa Origem Sustentável, única certificação no mundo voltada para as empresas do setor calçadista.

Eventos digitais seguem gerando muitos negócios para as calçadistas apoiadas pelo Brazilian Footwear. As Rodadas de Negócios resultaram em US\$ 3,3 milhões de negócios com compradores da América Latina e da França, enquanto a Expo Riva Schuh gerou US\$ 630 mil.

JUNHO

Abicalçados participa de reunião com o titular da Secretaria Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade (Sepec), Carlos da Costa, e com o secretário de Desenvolvimento da Infraestrutura da Pasta, Gustavo Ene, para discutir medidas de melhoria para a competitividade do setor calçadista.

Brazilian Footwear promove rodadas digitais com compradores russos e britânicos, que geram mais de US\$ 3,1 milhões em negócios.

Calçadistas elegem mercados-alvo do Brazilian Footwear 2022-2023. Estados Unidos, Colômbia, Emirados Árabes Unidos, Reino Unido, França e Coreia do Sul são os escolhidos.

JULHO

Calçadistas levam pautas importantes para encontro com o Governo Federal, em Porto Alegre/RS. Destaque para o tema da possibilidade de acordo de livre comércio entre Mercosul e Vietnã/ Indonésia.

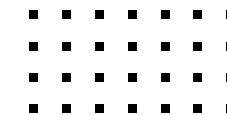
Após intensos trabalhos da entidade visando a retomada dos prazos para a adequação do setor à NR-12 - norma regulamentadora de segurança em máquinas e equipamentos - foi publicado no Diário Oficial da União (DOU) uma normativa sobre o tema.

AGOSTO

Circuito de feiras físicas nos EUA gera mais de US\$ 2,1 milhões de negócios para marcas apoiadas pelo Brazilian Footwear. No ambiente digital, rodadas com compradores da América Latina resultam em US\$ 1,9 milhão em negócios.

Abicalçados investe na adequação à logística reversa de embalagens em parceria com o Instituto Rever.

Abicalçados participa da Semana Exporta Franca, em Franca/SP.



RETROSPECTIVA

SETEMBRO

Origem Sustentável é destaque em eventos nacionais. O Programa foi apresentado no Seminário de Desenvolvimento Econômico, em Novo Hamburgo/RS, e na Semana da Indústria Calçadista Catarinense (Seincc), em São João Batista/SC.

Iniciam as capacitações para exportação de marcas do projeto VOA. A iniciativa do Brazilian Footwear contou com encontros digitais e mentorias, colocando em prática o potencial exportador de marcas nacionais.

Manutenção da Tarifa Externa Comum do Mercosul (TEC) e antidumping são temas de reunião entre calçadistas e Ministério das Relações Exteriores (MRE), em Brasília/DF. No pleito da TEC, a Abicalçados tem a parceria da Cámara de la Industria del Calzado da Argentina (CIC).

Feiras Micam Milano e Magic NY resultam em negócios de mais de US\$ 6 milhões para marcas apoiadas pelo Brazilian Footwear.

OUTUBRO

Beira Rio e Bibi são certificadas com nível máximo (Diamante) no programa Origem Sustentável.

Abicalçados realiza a segunda edição do ano do Análise de Cenários. Em formato digital, o encontro apresentou um panorama da economia nacional e internacional, bem como as projeções para o setor em 2022.

Abicalçados e Assintecal realizam Rodadas de Negócios da Sustentabilidade entre calçadistas e fornecedores.

NOVEMBRO

Origem Sustentável é lançado internacionalmente na Expo 2020 Dubai durante evento do Brazilian Footwear. Na ocasião, foram apresentados dez cases de sustentabilidade da indústria calçadista brasileira para compradores e milhares de pessoas que circularam pelo Pavilhão do Brasil.

Com objetivo de dar suporte à indústria calçadista, Abicalçados promove webinar sobre logística reversa de embalagens.

Abicalçados comemora a exclusão das NCMs de calçados da lista de 8.221 produtos que sofreram 10% de redução sobre o imposto de importação. Medida vigente até dezembro de 2022.

DEZEMBRO

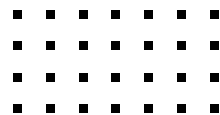
Usaflex e Vulcabras são certificadas no nível máximo (Diamante) do Origem Sustentável.

No final do ano, presidente Jair Bolsonaro sanciona projeto que prorroga a desoneração da folha de pagamentos até final de 2023.

REPRESENTAR

Com associados que respondem por mais de 65% da produção nacional de calçados, a Abicalçados possui forte representação da indústria calçadista junto ao Poder Público, levando e acompanhando pleitos em prol da competitividade do setor.

REPRESENTAR



SETOR EM NÚMEROS

5,4 MIL EMPRESAS DE CALÇADOS

+ 810 MILHÕES PARES PRODUZIDOS

123,4 MILHÕES DE PARES EXPORTADOS

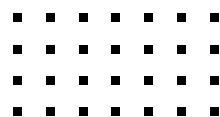
US\$ 900,3 MILHÕES EM EXPORTAÇÕES

RS MAIOR EXPORTADOR EM RECEITA
seguido por Ceará e São Paulo

266 MIL POSTOS DIRETOS DE TRABALHO

176 PAÍSES FORAM DESTINOS DE EXPORTAÇÃO

5° MAIOR PRODUTOR DE CALÇADOS
do mundo, maior fora da Ásia



ATUAÇÃO EM GRUPOS

A Abicalçados é uma entidade que preza pela união dos segmentos econômicos em prol do desenvolvimento do País. Portanto, participa ativamente de grupos que discutem estratégias e pleitos com vistas à competitividade da indústria. Confira os grupos:

CONCEX: o Conselho de Comércio Exterior identifica e acompanha as oportunidades e ameaças ao fortalecimento do comércio exterior, além de sugerir estratégias que estimulem a competitividade das indústrias. Em 2021, a Abicalçados participou de nove reuniões. Entre as pautas discutidas estiveram: Agenda prioritária do Comércio Exterior; Financiamentos para o Comércio Exterior e Tendências; Processo de abertura comercial: redução da TEC; Agenda Internacional da Indústria; EUA: Política Econômica do Governo Biden e o Brasil; A indústria brasileira e os desafios para a inserção internacional pós Covid; Desempenho das exportações do RS e do Brasil; Facilitação do Comércio: Fretes Marítimos; O mercado árabe: oportunidades e a sua relevância para o comércio exterior brasileiro; Relação comercial entre Brasil e Argentina; A retomada das feiras internacionais; Expectativas e Oportunidades a partir do Acordo Brasil e Chile.

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, Haroldo Ferreira, é membro do Fórum, que é composto por 50 presidentes de associações setoriais nacionais da indústria e líderes empresariais das principais cadeias produtivas, 12 presidentes de Conselhos Temáticos Permanentes da CNI e sete membros escolhidos pelo presidente da CNI entre presidentes de Federações da Indústria, membros do Conselho de Representantes ou da diretoria da CNI.

COALIZÃO EMPRESARIAL BRASILEIRA (CEB): 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; interlocução entre setor privado e Governo para cooperar em processos de formulação e execução da posição do País nas negociações internacionais.

CONSELHO: formado por 22 membros e presidido pelo empresário Caetano Bianco Neto, o Conselho da Abicalçados é dividido em conselhos Deliberativo, Fiscal e Sindical. O grupo esteve reunido em quatro oportunidades ao longo de 2021, nas quais foram abordados os temas: Renovação do Antidumping da China e abertura do direito de antidumping para o Vietnã e a Indonésia; Plano de Proteção ao Mercado Nacional; Impactos do Covid e Desoneração da Folha de Pagamento.

COALIZÃO INDÚSTRIA: Com o objetivo de debater pautas para a melhoria das condições de competitividade dos setores representados junto ao Governo Federal, foi criada, em 2018, a Coalizão Indústria. Grupo formado por associações de classe que representam quinze setores produtivos, a Coalizão congrega segmentos que somam 45% do Produto Interno Bruto da indústria brasileira; 65% das exportações manufatureiras; e geram 30 milhões de empregos diretos e indiretos. Integram a Coalizão a Abicalçados, a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea), a Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos (Abrinq), a Associação da Indústria Farmacêutica de Pesquisa Interfarma, a Associação de Comércio Exterior do Brasil (AEB), a Associação Brasileira Indústria Elétrica Eletrônica (ABINEE), a Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (Abimaq), a Associação Brasileira da Indústria do Plástico (Abiplast), a Associação Brasileira da Indústria Química (Abiquim), a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit), a Associação Brasileira de Cimento Portland (ABCP), a Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos (Eletr), a Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC), o Instituto Aço Brasil e o Grupo FarmaBrasil (FarmaBrasil).

PAUTA LEGISLATIVA

SETOR CALÇADISTA MANTÉM PARTICIPAÇÃO NO PROJETO DE REDUÇÃO DO CUSTO BRASIL

O ano de 2021 foi marcado por intensa atividade na governança do Projeto de Redução do Custo Brasil, em que a Abicalçados e demais entidades integrantes auxiliaram a Secretaria Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade do Ministério da Economia (Sepec-ME) a aprimorar o processo de análise, priorização, encaminhamento e acompanhamento de propostas para melhoria do ambiente de negócios e da competitividade brasileira. O escopo de trabalho reuniu, inclusive, dentre todas as tratativas, uma agenda prioritária dos núcleos temáticos, viabilizando o avanço e aprovação de seus projetos setoriais e ganhos de curto prazo:

Núcleo trabalhista: Cotas (PCD e menor aprendiz); Qualificação da mão de obra; e Revisão NRs.

Crédito: Regulamentação do Sistema Nacional de Garantias; e Política de linhas de crédito visando atender as MPes.

Tributário: Simplificação de obrigações acessórias; e Reformas tributárias.

Inovação: Lei do bem; Qualificação da mão de obra; e Ambiente de inovação – dedutibilidade de *royalties*.

Infraestrutura: Licenciamento ambiental; e Diversificação de modais de logística – PNL.

PAUTA LEGISLATIVA

Com o objetivo de criar um canal de comunicação efetivo com o Poder Público Federal, o Movimento Brasil Competitivo (MBC), do qual a Abicalçados é parceira, lançou a Frente Parlamentar pelo Brasil Competitivo (FPBC). A iniciativa soma esforços à Frente Parlamentar Mista em Defesa do Setor Coureiro-Calçadista, existente desde 2019 e que leva pleitos específicos da atividade para o Congresso Nacional. O evento de lançamento ocorreu em 30 de junho e contou com o lançamento da Agenda Legislativa, com 40 pleitos distribuídos entre os 12 eixos da mandala do Custo Brasil, orientando o trabalho dos parlamentares em prol da competitividade do País. Desses 40 pleitos, 13 já foram aprovados/implementados integralmente, dez foram aprovados em ao menos uma das Casas do Congresso Nacional, 16 seguem tramitando e apenas um não foi aprovado.

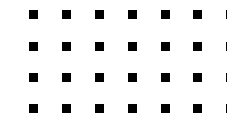
A partir de reuniões técnicas com os Núcleos Temáticos do MBC, CNI, entidades setoriais e especialistas, foram construídos e publicados sete posicionamentos e notas técnicas sobre: Novo Marco Legal do Setor Elétrico; Marco Legal das Ferrovias; Marco Legal para a Inteligência Artificial; Reforma Administrativa; Pleitos Trabalhistas; Reforma do Imposto de Renda; e Obrigações Acessórias Tributárias.

A Abicalçados participou, também, da criação de um [manifesto](#) da indústria brasileira.



DEFENDER

Dois mil e vinte e um foi o ano do início da retomada da economia mundial após graves problemas ocasionados pela pandemia de Covid-19. Com uma recuperação mais rápida do que os concorrentes internacionais, a Ásia demandou atenção redobrada por parte da Abicalçados. Desta forma, a Abicalçados protocolou e foi iniciado processo para revisão do direito antidumping contra os calçados originários da China. Além disso, esforços da Abicalçados impediram a redução das tarifas de importação (TEC) para calçados, o que ocorreu para um universo de mais de 8 mil produtos importados pelo Brasil.



DEFENDER

ASSESSORIA JURÍDICA

O associado da Abicalçados conta com a Unidade de Assessoria Jurídica, que realiza o monitoramento de informações referentes aos pleitos do setor e esclarecimentos.

ATENDIMENTOS

A Abicalçados presta atendimento personalizado aos associados, além de realizar o contínuo monitoramento legislativo, que contempla o acompanhamento de atividades regulamentares no âmbito nacional e também no âmbito dos Estados e municípios, por meio de suas respectivas publicações oficiais.

100 ATENDIMENTOS

COLUNA NO ABINFORMA

Coluna desenvolvida pela Assessoria Jurídica no informativo mensal da Abicalçados.

10 COLUNAS

INFORME LEGISLATIVO

Sempre que alguma medida de impacto no setor calçadista é publicada nos órgãos oficiais e suas imprensas, o departamento envia um Informe Legislativo aos associados. O objetivo é antecipar informações jurídicas relevantes em prol da redução de riscos, auxiliando a indústria no que diz respeito à segurança jurídica da atividade.

30 INFORMES
enviados para os associados

AÇÕES JUDICIAIS COLETIVAS

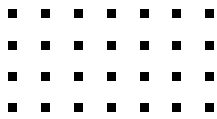
Com o objetivo de defender o setor calçadista, a Abicalçados possui legitimidade legal para pleitear, mediante Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADIN), a declaração de inconstitucionalidade de leis ou ato normativo federal ou estadual, sempre que ficar configurada afronta aos direitos da indústria calçadista. Na mesma linha, defende o interesse dos associados por meio de Mandados de Segurança Coletivos.

3 MANDADOS

DROPS DO LEGISLATIVO

Tópicos referentes ao mundo jurídico são abordados nas edições do informe quinzenal enviado para associados, o Abinews. Chamado de Drops do Legislativo, o texto traz informações relevantes e que têm impacto na atividade calçadista.

10 EDIÇÕES



DESTAQUES JURÍDICOS

MARÇO

Abertura de revisão do antidumping contra a China

Por decisão da Assembleia Geral Extraordinária da Abicalçados, o pedido de renovação de período do antidumping contra a China, juntamente com a abertura de novas investigações contra calçados originários do Vietnã e Indonésia foram protocolados dentro do prazo. No caso da China, a decisão de iniciar a revisão, ou não, deveria ser publicada pela Secex antes do término da vigência do direito antidumping (2 de março de 2021). Tal decisão ocorreu em 1º de março de 2021, no Diário Oficial da União, por meio da Circular SECEX nº 17 de 26/02/2021. A partir do início da revisão a Camex deverá concluir o processo em até dez meses, podendo esse prazo ser prorrogado por até dois meses, período no qual a medida segue vigente.

ABRIL

Abicalçados defende a reedição de medidas emergenciais

Em reunião na Receita Federal realizada no final de março, a Abicalçados posicionou-se a favor da reedição de medidas emergenciais por parte do Governo Federal, em função do contexto de nova onda da pandemia do coronavírus no País. A entidade entendeu que algumas das importantes medidas publicadas em 2020 seriam cruciais para a minimização dos efeitos da Covid-19 sobre a cadeia. Entre as medidas defendidas pela entidade, destaque para: a prorrogação do prazo para pagamento dos tributos federais no âmbito do Simples Nacional; do Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda, que permitiu a redução do trabalho e salário bem como a suspensão do contrato de trabalho, garantindo o pagamento aos trabalhadores do Benefício Emergencial. [Confira a lista completa aqui](#).

Novo programa emergencial de manutenção do emprego – Coronavírus

Após pleito de reedição de medidas emergenciais, obtivemos a publicação no Diário Oficial da União de 28 de abril, das Medidas Provisórias (MPVs) 1.045 e 1.046, sobre o Novo Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda e sobre as medidas trabalhistas para enfrentamento da emergência de saúde pública, respectivamente. A Abicalçados contou, mais uma vez, com o importante auxílio da Frente Parlamentar em Defesa do Setor Coureiro-Calçadista, presidida pelo deputado Lucas Redecker, que intermediou pleitos junto ao Governo para que essas medidas fossem publicadas. [Saiba mais](#).

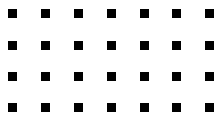
Recolhimento FGTS

Em continuidade ao Novo Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda, conquistamos também, por meio da [Circular nº 945/2021](#) publicada no DOU de 29/04/21, a suspensão da exigibilidade do recolhimento do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço — FGTS referente às competências abril, maio, junho e julho de 2021, e diferimento dos respectivos valores sem incidência de multa e encargos, regularidade do empregador junto ao FGTS.

JULHO

Prorrogação de prazos do e-Social

A Abicalçados enviou pleito, no mês de maio, à Frente Parlamentar em Defesa do Setor Coureiro-Calçadista, para que a mesma intercedesse, perante à Receita Federal, ao pedido de prorrogação de prazos de cumprimento do e-Social - Sistema de Escrituração Digital das Obrigações Fiscais, Previdenciárias e Trabalhistas. No dia 17 de junho, em reunião solicitada pelo deputado Lucas Redecker, presidente da Frente Parlamentar, a Abicalçados expôs ao Secretário Especial da Receita Federal do Brasil, José Barroso Tostes Neto, a necessidade de prorrogação dos prazos de implementação do e-Social, com atenção especial aos eventos de SST. O pleito foi atendido por meio da publicação ocorrida no DOU de 2 de julho.



DESTAQUES JURÍDICOS

JULHO

Prazos do anexo X da NR-12

A Abicalçados solicitou ao Ministério da Economia a reedição da Portaria nº 916, que tratava da Norma Regulamentadora nº 12 - Segurança no Trabalho em Máquinas e Equipamentos. A entidade reivindicou o acréscimo do cronograma de prazo para que o maquinário usado fosse readequado à nova legislação do anexo X da NR-12, e que havia sido retirado da redação. Após o pleito e tratativas com o Governo, com o apoio especial do senador Luiz Carlos Heinze, foi conquistado o retorno da vigência do cronograma de prazos para que o maquinário usado da indústria fosse readequado à nova legislação do anexo X da NR-12, que trata dos requisitos de segurança no trabalho em máquinas e equipamentos do setor calçadista. [Saiba mais.](#)

AGOSTO

Abicalçados investiu na adequação à logística reversa de embalagens em parceria com Instituto Rever

Visando dar um passo além para a logística reversa de embalagens, com o intuito de continuar ofertando auxílio e proteção aos seus associados, a Abicalçados aderiu ao Instituto Rever, que assumiu as ações institucionais e operacionais que a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) vinha exercendo enquanto coordenava o Sistema de Logística Reversa de Embalagens em Geral em São Paulo. O objetivo foi o de oferecer melhoria continuada aos associados da entidade calçadista, com soluções que visam menor custo de operação, agilidade e maior segurança jurídica, já que o Instituto Rever busca a assinatura de um Termo de

Compromisso nacional e já conta com acordos firmados nos estados de São Paulo, Rio Grande do Sul, Mato Grosso do Sul e Amazonas. A certificação continuará a cargo da eureciclo, empresa que possui parceria com a Abicalçados desde 2018 e concede descontos que vão de 30% a 60% aos associados da Entidade. A Abicalçados vem investindo recursos no apoio aos calçadistas, que por lei devem pagar o mínimo de 22% do total da pegada gerada de embalagens. A parceria com o Instituto Rever vai permitir que empresas associadas à Abicalçados utilizem os serviços do mesmo, visto que só é possível por intermédio de uma entidade que esteja vinculada ao Instituto, trazendo maior redução de custos e segurança jurídica para as operações.

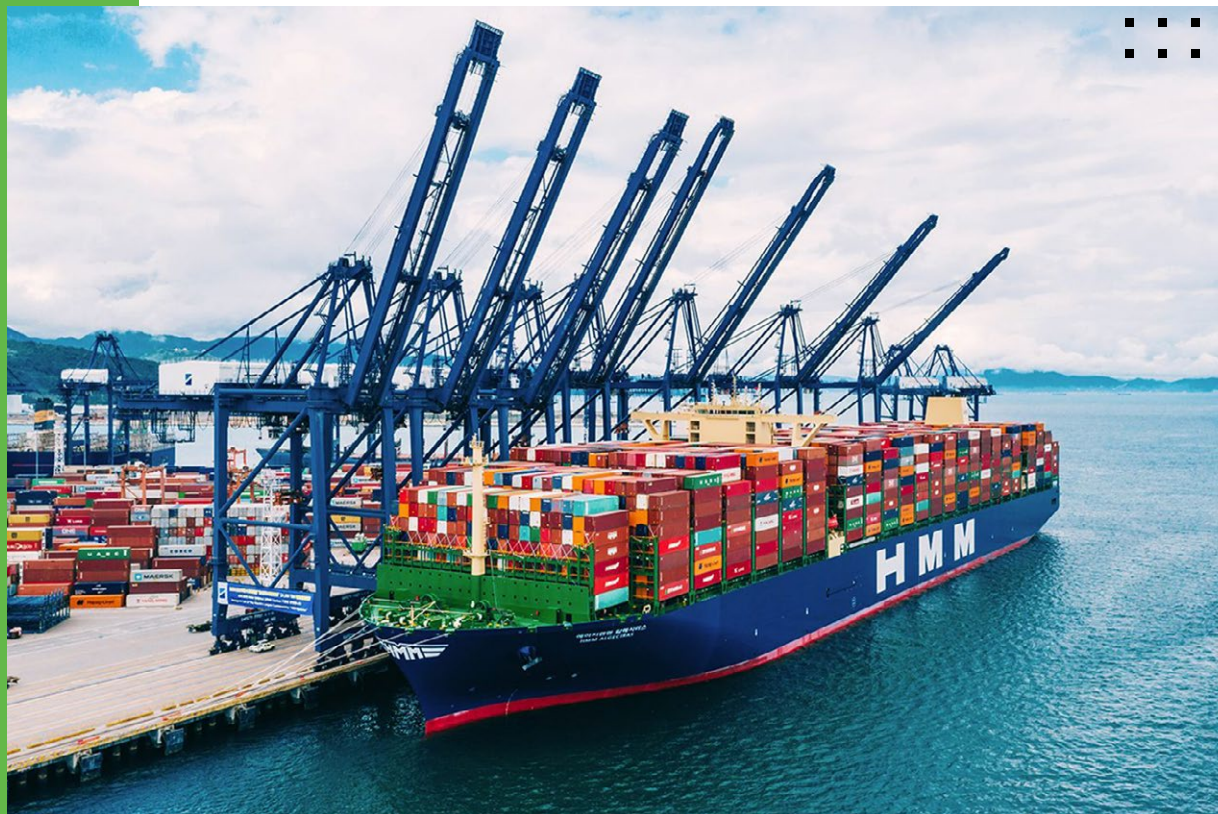
DEZEMBRO

Prorrogada a desoneração da folha de pagamentos

Após trabalho contínuo da Abicalçados em prol da prorrogação da desoneração, pudemos comemorar, mais uma conquista do setor. Com a conversão do PL 2541/2021 na Lei nº 14.288 publicada na noite de 31/12/2021, em edição extra do DOU, as indústrias calçadistas poderão optar pela utilização, por mais dois anos, da desoneração da folha de pagamentos. A medida, criada em 2011 e que venceria em 31 de dezembro de 2021, permite ao setor recolher o INSS por meio do percentual de 1,5% sobre a receita bruta interna, em vez dos 20% sobre a folha de pagamentos de seus funcionários.

Atos de Drawback e Recof/Recof-Sped a vencer em 2021

Tendo em vista a prorrogação dos atos concessórios de *Drawback* e prazos do *Recof* e *Recof/Sped* ocorrido em 2020, buscamos defender uma nova prorrogação para 2021. Nesse sentido, compartilhamos consulta a fim de identificar a situação dos atos que venceriam e estimar o impacto econômico para as empresas, no intuito de defender a prorrogação dos atos. Após intenso trabalho de reuniões e pleitos, foi publicada, em 15 de dezembro, a prorrogação excepcional, por mais um ano, de prazos de isenção, de redução a zero de alíquotas ou de suspensão de tributos em regimes especiais de *drawback*.



DEFESA COMERCIAL

A Defesa Comercial é um pilar importante de atuação da Abicalçados. É por meio de uma unidade específica, a Inteligência de Mercado, que a entidade monitora as movimentações das relações comerciais no âmbito da Organização Mundial do Comércio (OMC), elencando as pautas e agindo junto ao Poder Público para sanar obstáculos para a competitividade do setor além-fronteiras. O objetivo é acompanhar acordos, barreiras comerciais e técnicas, dumping, salvaguardas e mudanças tarifárias que tenham impacto na atividade. A unidade gera informações relevantes para associados, os auxiliando na adoção de estratégias acertadas no mercado internacional.

DESTAQUES DEFESA COMERCIAL

Foi publicado a Circular N°17, de 26 fevereiro de 2021, iniciando o processo de revisão do direito antidumping aplicado aos calçados originários da China, com previsão de conclusão para fevereiro de 2022.

A Subsecretaria de Defesa Comercial e Interesse Público (SDCOM) indeferiu, em 2 de junho de 2021, a petição relativa à investigação da prática de dumping nas importações de calçados, classificadas nas posições 6402 a 6405 da NCM, originárias da Indonésia e do Vietnã, apresentada pela Abicalçados. A entidade apresentou pedido de reconsideração, por meio de recurso administrativo, em 16 de junho de 2021, indicando os fundamentos que justificariam a alteração do parecer da SDCOM. Paralelamente, foram realizadas reuniões com a Secretaria de Comércio Exterior, Ministério da Economia, Ministério das Relações Exteriores, e outros órgãos do Poder Executivo, a fim de apresentar a importância da investigação.

Em 15 de junho de 2021 foi apresentada manifestação à consulta pública acerca dos acordos de livre comércio (ALC) entre o Mercosul e o Vietnã, e o Mercosul e a Indonésia. A Abicalçados posicionou-se contrária às negociações por diversas razões. Dentre elas, citamos o prejudicial fato de que o acordo comercial proposto, ao reduzir as tarifas de importação, oferecerá elevados riscos à manutenção dos empregos na indústria calçadista brasileira.

Em novembro foi indeferido o pedido de reconsideração da decisão acerca da investigação antidumping relativa aos calçados originários do Vietnã e Indonésia, apresentado pela Abicalçados, em 16 de junho de 2021. Conforme parecer da SDCOM, não se observou no período analisado a existência de causalidade entre as importações dessas origens, a preços com indícios de dumping, e o respectivo dano observado nos indicadores da indústria doméstica.

Foi publicada a Resolução Gecex N° 269, de 4 de novembro de 2021, que reduziu em 10% a alíquota da Tarifa Externa Comum (TEC), até dezembro de 2022, aplicada a 8,2 mil produtos importados no Brasil. Em concordância com a defesa da Abicalçados, foram excluídas as NCMs (Nomenclatura Comum do Mercosul) de calçados da medida, mantendo a TEC em 35%.

Em 15 de novembro de 2021 entrou em vigor o Regulamento Técnico de Etiquetagem de Calçados da Comunidade Andina (Bolívia, Colômbia, Equador e Peru), conforme Resolução N° 2107, de 12 de novembro de 2019. Os requisitos se aplicam aos calçados fabricados, importados e comercializados dentro da Comunidade Andina. A etiqueta deve ser apresentada no idioma espanhol e conter informações de (a) materiais predominantes que compõem o produto, (b) identificação do fabricante ou importador, (c) numeração e (d) país de origem, sendo que as informações (a) e (d) devem ser afixadas em rótulos permanentes, que impeçam a fácil remoção. Concomitantemente, para dar cumprimento aos requisitos, a Bolívia publicou o Decreto N° 4615 estabelecendo a exigência da emissão da "Declaración Jurada de Etiquetado" previamente ao despacho aduaneiro das importações de calçados no País.

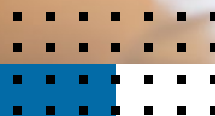
Entre novembro e dezembro de 2021 foi aberta, pelo Ministério da Economia, a consulta pública sobre os atributos propostos para o "Catálogo de Produtos do Portal Único de Comércio Exterior". A Abicalçados participou ativamente do projeto de mapeamento e definição dos atributos para o capítulo 64 da NCM, que engloba calçados, enviando sugestões prévias à abertura da consulta pública. A consulta pública teve como objetivo apresentar os atributos selecionados pela Receita Federal para cada NCM e colher sugestões de eventuais alterações, inclusões ou exclusões. Conforme sugestões prévias à consulta pública, os atributos pré-selecionados para os calçados importados, que deverão constar nos módulos Catálogo de Produtos, Duimp e LPCO, no Novo Processo de Importação, são as informações de marca, modelo do calçado, composição do cabedal e composição do solado.

DESENVOLVER

Com o objetivo de desenvolver a indústria calçadista nacional, a Abicalçados realiza ações e publicações para auxiliar na expansão dos negócios do setor.

INTELIGÊNCIA DE MERCADO

A Inteligência de Mercado da Abicalçados 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, canais de distribuição, indicadores econômicos e de comércio exterior, entre outros.



140 ATENDIMENTOS A ASSOCIADOS,

os abastecendo com informações qualificadas de mercados relevantes



ESTUDOS DE MERCADO

ESTUDO DE SELEÇÃO DE MERCADOS POTENCIAIS PARA A EMPRESA

O estudo 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 mercados 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.

DESENVOLVER

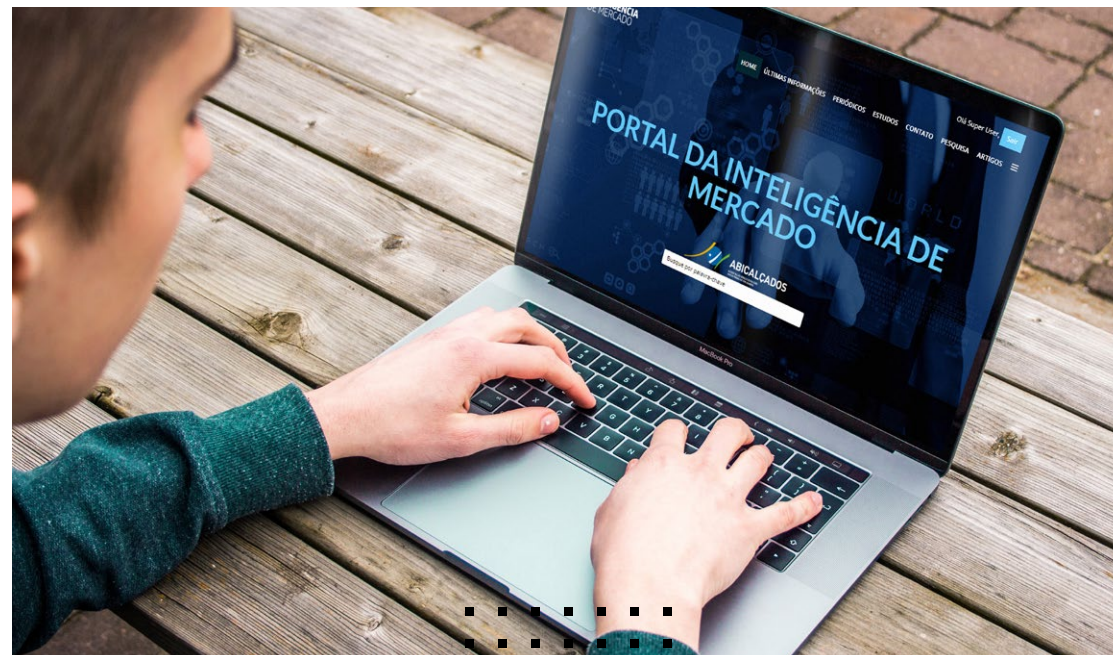
PORTAL DA INTELIGÊNCIA

O Portal da Inteligência de Mercado reúne informações qualificadas e fidedignas de mercado para o rápido acesso dos associados, favorecendo, sobretudo, a tomada de decisões. Na plataforma, estão disponíveis: Boletins de Conjuntura (mensal), Relatórios de Comércio Exterior (mensal), Indicadores setoriais (mensal), Informes de Mercado, conteúdos do evento Análise de Cenários, Perfis de Mercado, Estudos Estratégicos e materiais de livre acesso.

CONHEÇA O PORTAL

470 ACESSOS ÚNICOS

1,8 MIL PÁGINAS ACESSADAS



PUBLICAÇÕES

Desde 2016 a Abicalçados produz, de forma independente, o Relatório Setorial da Indústria de Calçados, no qual traz dados do setor em nível nacional e internacional, auxiliando empresas nas estratégias comerciais. Atualmente, o material é fonte oficial de consulta para relatórios internacionais, como o World Shoe Review e o World Footwear Yearbook. O Relatório, cuja sua mais recente edição foi lançada em abril de 2021, é de livre acesso, possui formato digital e impresso.

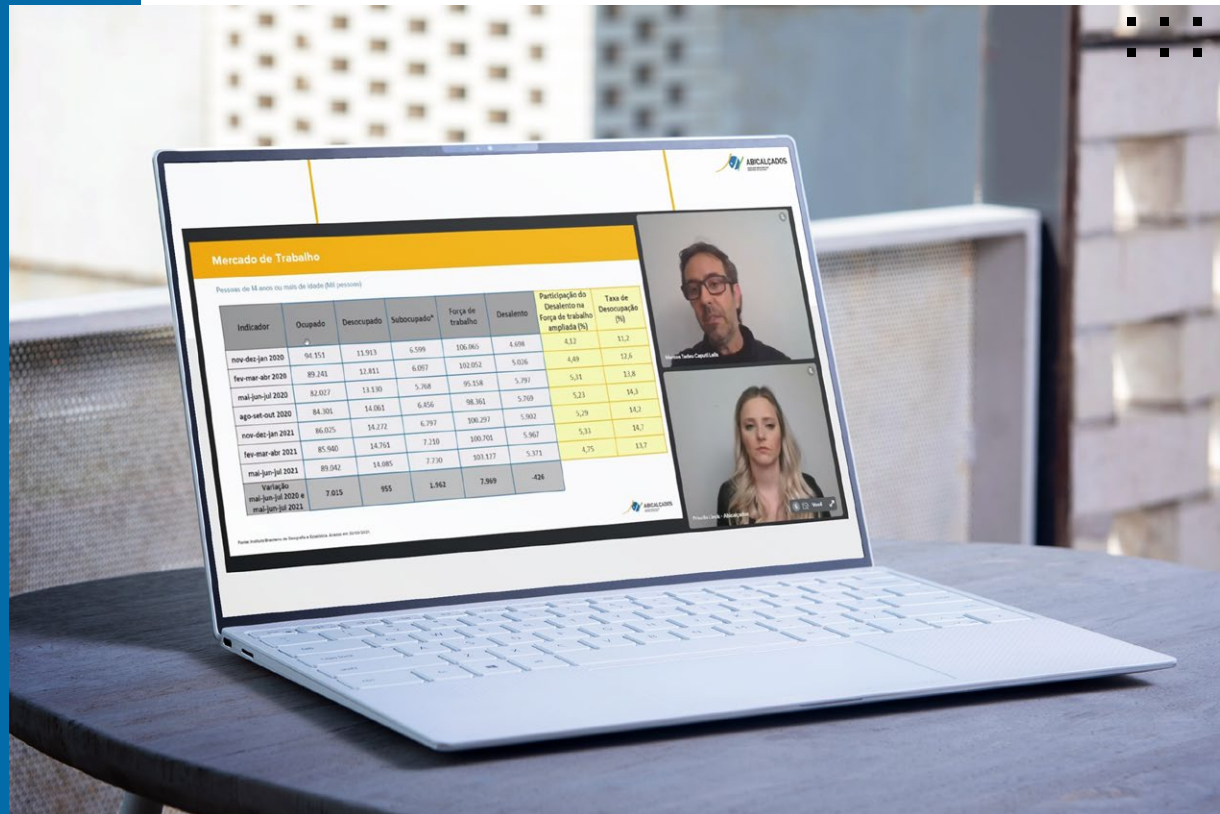
[ACESSE O RELATÓRIO](#)



600 RELATÓRIOS IMPRESSOS

1,8 MIL DOWNLOADS





ANÁLISE DE CENÁRIOS

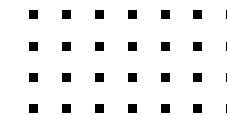
Em 2021, ocorreram dois eventos digitais e abertos ao público, em abril e outubro. O objetivo do Análise de Cenários, já tradicional para o setor calçadista, seja varejo ou indústria, é fornecer subsídios com informações e análises, bem como perspectivas para curto prazo. As edições de 2021 foram apresentadas pela coordenadora de Inteligência de Mercado da Abicalçados, Priscila Linck, e pelo doutor em Economia e professor Marcos Lélis. O conteúdo segue disponível para acesso exclusivo dos associados no Portal da Inteligência de Mercado.

CONFIRA O CONTEÚDO

+ DE 1MIL VISUALIZAÇÕES

PROMOVER

Visando o incremento dos negócios para as empresas associadas, a Abicalçados realiza uma série de iniciativas de promoção comercial e de imagem, tanto no Brasil quanto no exterior.



AÇÕES DIGITAIS

O ano de 2021 foi marcado por uma grande quantidade de iniciativas digitais em função das restrições impostas para os eventos físicos. Ao todo, a Abicalçados, por meio do programa de apoio às exportações do setor mantido em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), participou e/ou promoveu 14 ações digitais internacionais, o dobro em relação ao ano de 2020. Juntas, elas geraram US\$ 13.723.013,00 em negócios.

14 AÇÕES DIGITAIS INTERNACIONAIS

2,1 MIL CONTATOS COMERCIAIS

US\$ 13,7 MILHÃO EM NEGÓCIOS

in loco e expectativas

Expo Riva Schuh Home Edition (Digital) - 16 de janeiro a 30 de abril de 2021

Número de marcas: 16

Número de empresas: 11

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 630 mil

Contatos comerciais: 49

Mícam Americas Digital - 19 de janeiro a 16 de março de 2021

Número de marcas: 22

Número de empresas: 14

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 1,1 milhão

Contatos comerciais: 525

Playtime Marketplace - Fevereiro a dezembro de 2021

Número de marcas: 7

Número de empresas: 7

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 203,3 milhões

Contatos comerciais: 222

Mícam Milano Digital - 8 de março a 8 de maio de 2021

Número de marcas: 17

Número de empresas: 13

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 1,5 milhão

Contatos comerciais: 239

Rodadas de Negócios On-line na América Latina - 17 de maio a 11 de junho de 2021

Número de marcas: 36

Número de empresas: 26

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 2,3 milhões

Contatos comerciais: 279

Rodadas de Negócios On-line na França - 31 de maio a 11 de junho de 2021

Número de marcas: 17

Número de empresas: 17

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 1 milhão

Contatos comerciais: 89

PROMOVER

Rodadas de Negócios On-line na Rússia - 21 de junho a 2 de julho de 2021

Número de marcas: 33

Número de empresas: 20

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 2,18 milhões

Contatos comerciais: 128

Sourcing @ Magic - 1º de março a 1º de maio de 2021

Número de marcas: 9

Número de empresas: 9

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 445 mil

Contatos comerciais: 125

Expo Riva Schuh Digital - 18 a 20 de julho de 2021

Número de marcas: 2

Número de empresas: 2

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 15 mil

Contatos comerciais: 3

Mícam Milano Digital - 15 de setembro a 15 de novembro de 2021

Número de marcas: 20

Número de empresas: 16

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 655 mil

Contatos comerciais: 88

Rodadas de Negócios On-line na América Latina - 9 a 27 de agosto de 2021

Número de marcas: 19

Número de empresas: 17

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 1,9 milhão

Contatos comerciais: 148

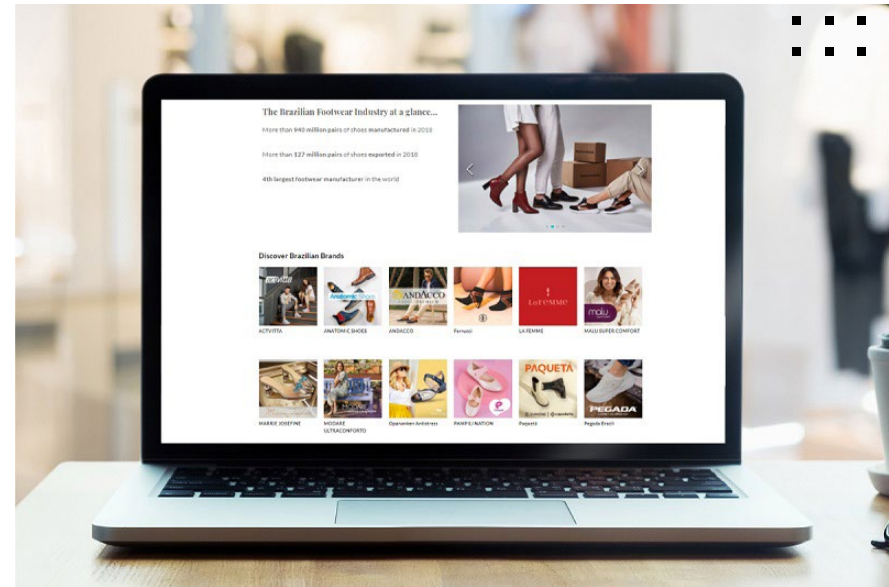
Rodadas de Negócios On-line no Reino Unido - 5 a 14 de julho de 2021

Número de marcas: 17

Número de empresas: 17

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 876,5 mil

Contatos comerciais: 61



Rodadas de Negócios On-line na França - 11 a 29 de outubro de 2021

Número de marcas: 10

Número de empresas: 10

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 116 mil

Contatos comerciais: 46

Rodadas de Negócios On-line na América Latina - 8 a 26 de novembro de 2021

Número de marcas: 19

Número de empresas: 11

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 723 mil

Contatos comerciais: 104

PLATAFORMAS DIGITAIS

A digitalização dos negócios acontece tanto por feiras e rodadas em formato on-line como por plataformas digitais. E com o objetivo de aumentar as exportações de calçados brasileiros, o Brazilian Footwear firmou parcerias com duas importantes plataformas internacionais: a Blanc Fashion e a Joor.

3 AÇÕES COM PLATAFORMAS DIGITAIS

2,5 MIL CONTATOS COMERCIAIS

US\$ 1,2 MILHÃO EM NEGÓCIOS

BRAZILIANFOOTWEAR.COM POWERED BY JOOR

Em janeiro de 2021, o BrazilianFootwear.com uniu esforços com a Joor para lançar o BrazilianFootwear.com powered by Joor. O grande diferencial desta ação é a funcionalidade “Buy now” dentro do BrazilianFootwear.com para as marcas participantes. Assim, compradores internacionais podem fechar pedidos dentro da plataforma. Além disso, um evento especial e exclusivo do Brazilian Footwear também ficou no ar por tempo limitado na Joor Passport. Foram realizadas duas edições, sendo que a segunda teve vagas limitadas. Juntas, as duas edições em 2021 geraram mais de US\$ 1 milhão em negócios.

1ª edição - 11 de janeiro a 11 de julho de 2021

Número de empresas: 17

Número de marcas: 17

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 499,2 mil

Contatos comerciais: 1,5 mil

2ª edição - 1º de julho a 1º de dezembro

Número de empresas: 8

Número de marcas: 8

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 570 mil

Contatos comerciais: 961

BRASIL FASHION NOW

Desenvolvida pelos programas setoriais Brazilian Footwear, da Abicalçados; Fashion Label Brasil, da Associação Brasileira de Estilistas (Abest); e o Texbrasil, da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit) - projetos mantidos pelas entidades em parceria com a ApexBrasil -, a segunda edição do Brasil Fashion Now teve como foco principal a divulgação de marcas autorais brasileiras para compradores internacionais. O projeto contou com páginas exclusivas de cada marca participante, além de um grupo de representantes nos Estados Unidos e Europa, unindo esforços presenciais e digitais para melhores resultados. Nesta segunda edição, nove marcas calçadistas integraram a ação e geraram em US\$ 194,4 mil em negócios.

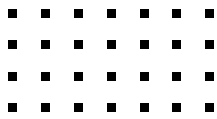
2ª edição - março a setembro de 2021

Número de empresas: 9

Número de marcas: 9

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 194,4 mil

Contatos comerciais: 44



BRAZILIANFOOTWEAR.COM

O BrazilianFootwear.com é a plataforma on-line de conexões entre a indústria calçadista brasileira e compradores internacionais. Por meio do site, compradores ou gestores de marcas podem encontrar fornecedores para seus negócios e contatá-los diretamente para iniciar uma negociação.

No segundo semestre de 2021, uma nova versão foi desenvolvida. Com novas funcionalidades e ferramentas, o BrazilianFootwear.com, além de proporcionar negócios, apresenta filtros temáticos de busca que facilitam a pesquisa, categorizando as marcas participantes. Ainda entre as novidades, estão conteúdos *business* e *fashions* ligados à indústria calçadista brasileira e página com os eventos apoiados pelo Programa Brazilian Footwear, com destaque para as marcas participantes de cada ação.

Na plataforma, com versões em inglês e espanhol, cada fornecedor e marca de calçado participante tem um perfil. Nesta página, o comprador tem acesso a diversas informações sobre a empresa e seus produtos, tais como materiais utilizados, produtos fabricados, faixa de preço, entre outras.

[ACESSE O SITE](#)

200 MARCAS CADASTRADAS

228 MIL VISUALIZAÇÕES DE PÁGINA

95 MIL ACESSOS

193 PAÍSES IMPACTADOS

Principais países: Estados Unidos, Reino Unido, África do Sul, Índia, Austrália, Canadá, Equador, Peru, Emirados Árabes Unidos e Colômbia

FEIRAS PRESENCIAIS

Em 2021, os eventos presenciais foram retomados na medida em que as restrições diminuíram. Diferentes e com novos protocolos, feiras já consolidadas no calendário da indústria calçadista seguiram sendo apoiadas pelo Brazilian Footwear, que também estreou em algumas ações. Ao longo do ano, nove feiras ocorreram em formato presencial, responsáveis por gerar US\$ 10.371.800,00 em negócios.

9 AÇÕES INTERNACIONAIS

1,1 MIL CONTATOS COMERCIAIS

US\$ 10,3 MILHÕES EM NEGÓCIOS
in loco + expectativas

Magic Pop Up - 9 a 11 de fevereiro de 2021

Número de marcas: 4

Número de empresas: 3

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 615 mil

Contatos comerciais: 111

Atlanta Shoe Market - 20 a 22 de fevereiro de 2021

Número de marcas: 6

Número de empresas: 5

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 1,28 milhão

Contatos comerciais: 56

Expo Riva Schuh - 18 a 20 de julho de 2021

Número de marcas: 2

Número de empresas: 2

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 25 mil

Contatos comerciais: 3

Magic Las Vegas - 9 a 11 de agosto de 2021

Número de marcas: 12

Número de empresas: 5

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 432,8 mil

Contatos comerciais: 200

Magic New York - 19 a 21 de fevereiro de 2021

Número de marcas: 3

Número de empresas: 3

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 620 mil

Contatos comerciais: 188

Playtime New York - 1º a 3 de agosto de 2021

Número de marcas: 2

Número de empresas: 2

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 167 mil

Contatos comerciais: 82

Atlanta Shoe Market - 14 a 16 de agosto de 2021

Número de marcas: 6

Número de empresas: 5

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 1 milhão

Contatos comerciais: 117

Dallas Apparel & Accessories Market - 26 a 29 de outubro de 2021

Número de marcas: 3

Número de empresas: 3

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 760 mil

Contatos comerciais: 115

Micam Milano - 19 a 21 de setembro de 2021

Número de marcas: 18

Número de empresas: 8

Total de negócios (in loco + expectativas): US\$ 5,44 milhões

Contatos comerciais: 245



EDITAL DE MARKETING DIGITAL INTERNACIONAL

Aumentar o volume de negócios internacionais por meio de ações de promoção de imagem é o objetivo do Edital de Marketing Digital Internacional. As empresas podem participar com projetos de criação de conteúdo digital para prospecção de negócios ou com projetos que tenham foco em marketing digital junto a parceiros internacionais que possuam e-commerce. Em 2021, 12 empresas foram contempladas com o apoio individualizado. A ação, que possibilita a fidelização do cliente e tem impacto no consumidor final, gerou US\$ 705,7 em negócios.

12 MARCAS PARTICIPANTES

US\$2,6 MILHÕES EM NEGÓCIOS

6 PAÍSES IMPACTADOS

Filipinas, Estados Unidos, Colômbia, Canadá, Reino Unido e Israel

PROMOVER

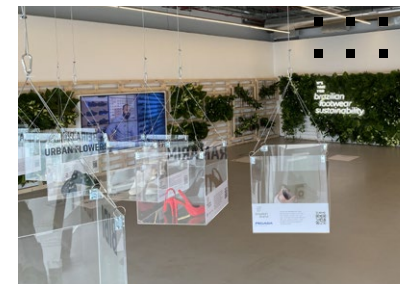
EXPO 2020 DUBAI

A indústria calçadista brasileira foi destaque na Expo 2020 Dubai. Entre os dias 1º e 6 de novembro, o Pavilhão do Brasil contou com um espaço exclusivo para o calçado verde-amarelo, apresentando o reposicionamento do Brasil não somente como o maior produtor de calçados do Ocidente, mas como uma indústria na vanguarda mundial no quesito sustentabilidade. Na ocasião, o Brazilian Footwear promoveu um evento de relacionamento com compradores árabes, que puderam conferir de perto uma exposição de produtos de empresas brasileiras que vêm incorporando a sustentabilidade como estratégia em seu negócio, e que tiveram seus cases de sucesso apresentados pela primeira vez na série It's time for Brazilian Footwear Sustainability. A Expo 2020 Dubai também serviu de palco para o lançamento internacional do programa Origem Sustentável, única certificação no mundo em sustentabilidade e ESG voltada para para empresas de calçados e insumos para calçados. Mais de 20 mil pessoas visitaram a exposição da indústria calçadista brasileira.

10 EMPRESAS PARTICIPANTES

30 COMPRADORES INTERNACIONAIS

20 MIL VISITANTES



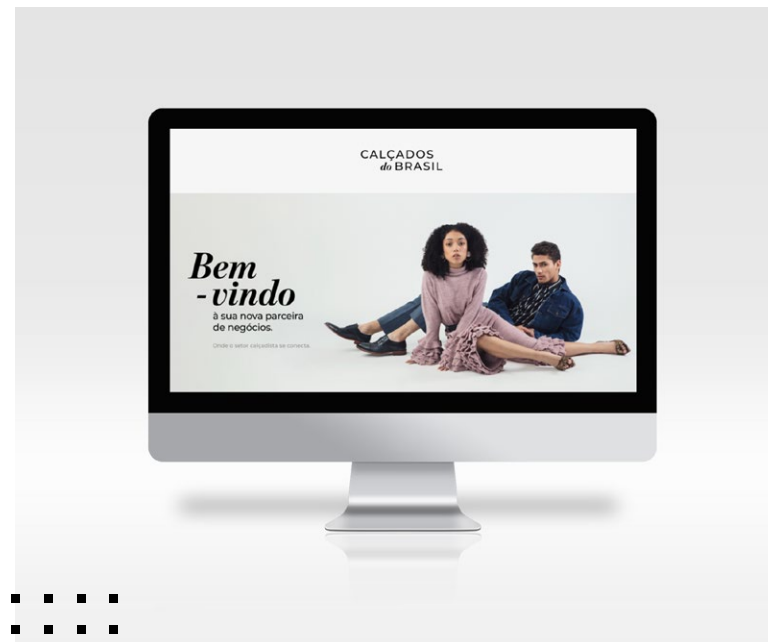
CALÇADOS DO BRASIL

Criada em 2020 com o objetivo de aproximar fornecedores de calçados e lojistas brasileiros, diante da tendência crescente de digitalização do mercado, a plataforma Calçados do Brasil é uma parceria com 25 sindicatos industriais dos principais polos calçadistas do País. Pelo site, lojistas de todas as regiões do Brasil podem buscar produtos por filtros específicos, como gênero, material, tipo de uso, preços, local de produção, se oferece pronta-entrega, entre outros.

180 MARCAS CADASTRADAS

80,4 MIL VISUALIZAÇÕES

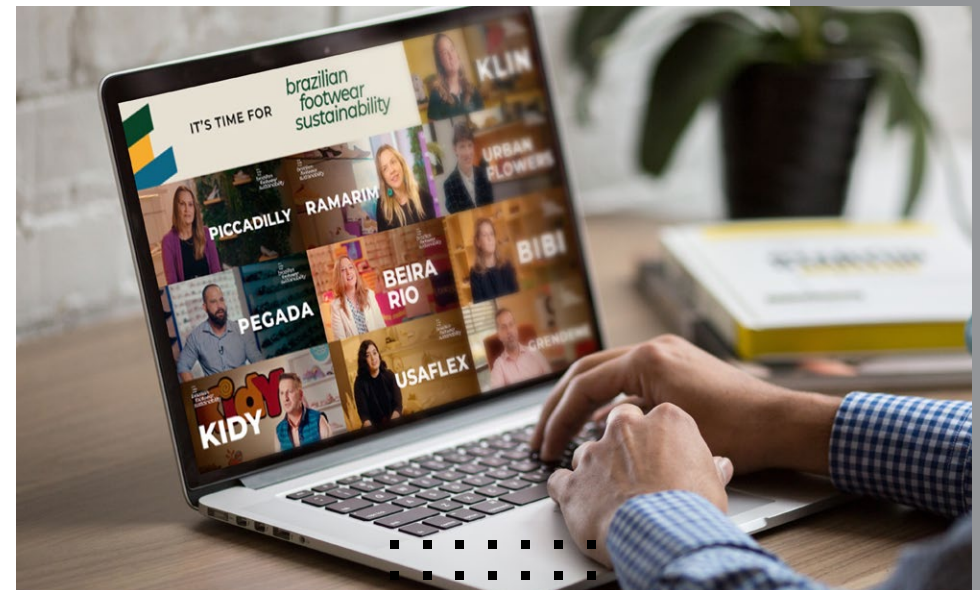
24,5 MIL ACESSOS

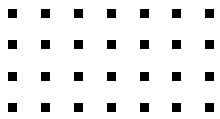


BRANDING BRAZILIAN FOOTWEAR

Em 2021, a estratégia de comunicação do Programa Brazilian Footwear contou com um trabalho de branding para fortalecer a imagem e o posicionamento da indústria calçadista brasileira no exterior. A iniciativa consiste em um conjunto de atividades e ações estratégicas de gestão para estabelecer a marca "calçado brasileiro" no mercado internacional. Esse trabalho resultou, entre outras entregas, na construção de dez tópicos centrais de marca, que evidenciam as características e os diferenciais da indústria brasileira no setor calçadista mundial.

Nesse trabalho de revitalização da identidade e conceito, foi desenvolvida uma nova campanha institucional do Brazilian Footwear, com um novo direcionamento visual e de linguagem. Com propostas diferentes para o público interno e externo, a campanha *It's time for Brazilian Footwear* foi construída contemplando os diferenciais competitivos da indústria calçadista brasileira. Entre eles, está a sustentabilidade, que foi representada na série *It's time for Brazilian Footwear Sustainability*, lançada na Expo 2020 Dubai, contando os casos de práticas sustentáveis de dez empresas verde-amarelas.





PROMOVER

CAMPANHAS BRAZILIAN FOOTWEAR

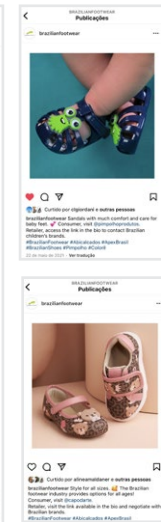
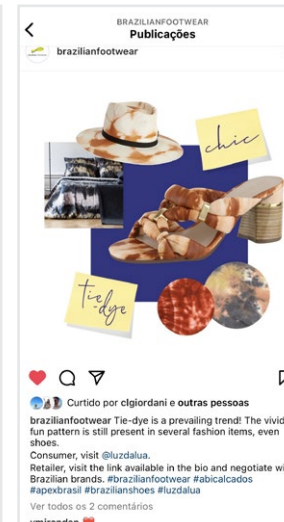
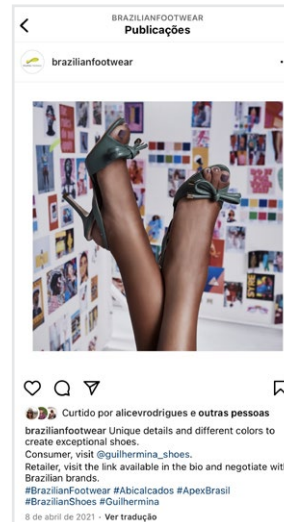
Com o objetivo de produzir conteúdo de qualidade para as mídias sociais do Brazilian Footwear foram publicadas três campanhas de moda ao longo de 2021. As produções, que destacaram a diversidade da indústria calçadista brasileira, seguiram a temática do *It's time for Brazilian Footwear* e tiveram a participação de 73 empresas e 94 marcas. O primeiro editorial começou a ser realizado no segundo semestre de 2020 e seguiu até o final de março de 2021. Os conteúdos foram gerados a partir do envio de imagens das próprias empresas participantes e também da produção de um editorial de moda fotografado por uma equipe contratada pelo Brazilian Footwear.

3 CAMPANHAS DE MODA

507 PUBLICAÇÕES NAS REDES SOCIAIS

97 MARCAS PARTICIPANTES

6,7 MILHÕES DE IMPRESSÕES



PROMOVER

VOGUE BRAZILIAN FOOTWEAR

A parceria entre o Brazilian Footwear e a Vogue Brasil foi reformulada em 2021. A publicação, voltada para os compradores internacionais, migrou totalmente para o ambiente digital e foi hospedada no BrazilianFootwear.com. O novo formato possibilitou que as ferramentas e oportunidades proporcionadas pela plataforma fossem exploradas na produção dos conteúdos *Business* e *Fashion*. Uma das novidades foi o “*Discover the brands*”, presente em todos os materiais, funcionalidade que redirecionou o visitante para as páginas das marcas participantes dentro do BrazilianFootwear.com. A edição Verão 2022 foi lançada em julho de 2021 e teve a participação de 46 marcas de calçados, geridas por 44 empresas. Com versões em inglês e espanhol, além do português, a ação alcançou mais de 13 mil usuários até o final de 2021, sendo acessada por 94 países. Ao todo, a plataforma teve mais de 34 mil visualizações. E os principais países que acessaram os conteúdos foram: Estados Unidos, Peru, Colômbia, China e Canadá. Todo o conteúdo foi ativado internacionalmente pelas redes sociais do Programa, e-mails marketings e campanhas.

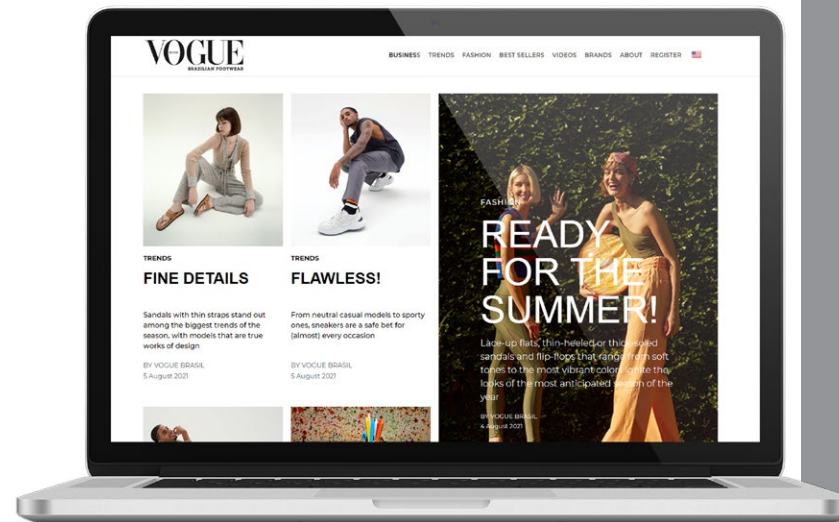
NÚMEROS DO SITE

13,4 MIL VISITANTES ÚNICOS

34,1 MIL VISUALIZAÇÕES DE PÁGINA

94 PAÍSES ACESSARAM O SITE

principais acessos nos EUA (26,7%), Peru (21,9%) e Colômbia (15,9%)



ENVIO DE E-MAIL MARKETING PARA COMPRADORES INTERNACIONAIS

10 ENVIOS DE E-MAIL

PUBLICAÇÕES EM REDES SOCIAIS

108 PUBLICAÇÕES

46 Facebook | 48 Instagram | 14 LinkedIn

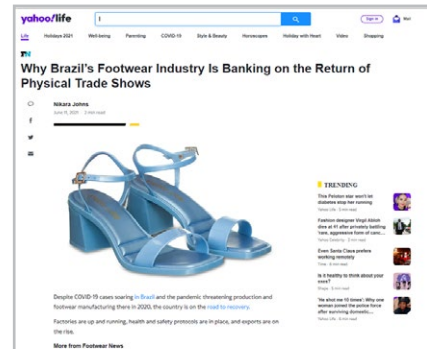
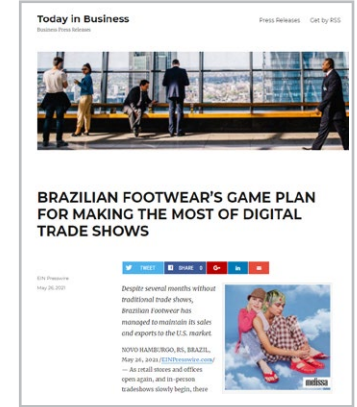
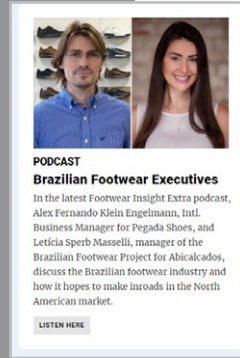
6,6 MILHÕES USUÁRIOS ALCANÇADOS

PROMOVER

RELAÇÕES PÚBLICAS ESTADOS UNIDOS

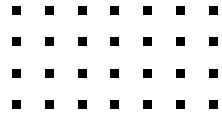
Ao longo de 2021, o Brazilian Footwear manteve uma empresa de Relações Públicas nos Estados Unidos. O trabalho teve como objetivo a promoção da indústria calçadista brasileira, suas marcas e o próprio Programa neste mercado, que é o principal destino das exportações do segmento. A atuação foi realizada a partir de dois pilares de comunicação: um voltado para o público B2B (*business to business*) e outro voltado para o público B2C (*business to consumer*).

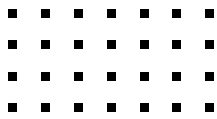
Neste período, conteúdos sobre a indústria brasileira de calçados foram publicados em 327 meios de comunicação on-line e off-line, que geraram o equivalente a USD 5,8 milhões em mídia espontânea. Além disso, foram realizadas ações com influenciadores norte-americanos, que resultaram em milhares de visualizações, sendo que apenas os reels foram vistos por mais de 70 mil usuários.



RELAÇÕES PÚBLICAS PÚBLICAS PERU

O Programa Brazilian Footwear manteve durante o ano de 2021 a atuação no mercado latino-americano por meio de uma empresa de Relações Públicas brasileira e suas marcas foi realizada por meio de conteúdos de moda, business e institucional, colocando o Brasil como referência mundial em calçado. Conforme relatório, 223 publicações on-line e off-line foram realizadas no período, gerando o equivalente a USD 500,3 mil em mídia espontânea. Confira alguns destaques:





PROMOVER

ABIDIGITAL

Em 2021, a Abicalçados seguiu apostando nas ações digitais e fortalecendo esse braço de atuação. Ao longo do ano, foram realizados seis webinars. Além disso, duas publicações da entidade foram lançadas exclusivamente em formato digital: o Abinforma e o Relatório Anual de Atividades da Abicalçados. Já o Relatório Setorial Indústria de Calçados está disponível nas versões on-line e impressa, sendo que o formato impresso foi enviado para todos os associados da Abicalçados.

WEBINAR

6 EDIÇÕES

+2 MIL VISUALIZAÇÕES

TEMAS

- 07/01 - Webinar BrazilianFootwear.com powered by Joor - **150 visualizações**
- 15/04 - 1ª Edição do Análise de Cenários - **672 visualizações**
- 12/05 - Webinar Origem Sustentável - **591 visualizações**
- 10/06 - Webinar Brazilian Footwear Oportunidades internacionais 2021/2 - **135 visualizações**
- 06/10 - 2ª Edição do Análise de Cenários - **373 visualizações**
- 23/11 - Webinar sobre Logística Reversa - **153 visualizações**

ABINFORMA

+6 MIL ACESSOS

RELATÓRIO SETORIAL INDÚSTRIA DE CALÇADOS

+7 MIL ACESSOS

RELATÓRIO ANUAL DE ATIVIDADES DA ABICALÇADOS

+1,96 MIL ACESSOS

TOTAL DE ACESSOS

+15 MIL ACESSOS

MÍDIAS SOCIAIS ABICALÇADOS

Com perfis institucionais e do programa Brazilian Footwear, a Abicalçados está presente nas principais mídias sociais. Confira abaixo nossos resultados quantitativos no último ano.

FACEBOOK

20,1 MIL FÃS

772 NOVOS FÃS

1,7 MILHÃO PESSOAS ALCANÇADAS

INSTAGRAM

4,2 MIL SEGUIDORES

714 NOVOS SEGUIDORES

5,3 MIL CURTIDAS E COMENTÁRIOS

LINKEDIN

6,1 MIL SEGUIDORES

1,1 MIL NOVOS SEGUIDORES

4,9 MIL CURTIDAS E COMENTÁRIOS

84,5 MIL PESSOAS ALCANÇADAS

NÚMEROS DO SITE DA ABICALÇADOS

54,6 MIL VISITANTES ÚNICOS

75 MIL ACESSOS

139,8 MIL VISUALIZAÇÕES

MÍDIAS SOCIAIS BRAZILIAN FOOTWEAR

 FACEBOOK

6,4MIL FÃS

227 NOVOS FÃS

7,2MILHÕES PESSOAS ALCANÇADAS

 INSTAGRAM

4,4MIL SEGUIDORES

468 NOVOS SEGUIDORES

2MIL CURTIDAS E COMENTÁRIOS

 LINKEDIN

886 SEGUIDORES

268 NOVOS SEGUIDORES

655 CURTIDAS E COMENTÁRIOS

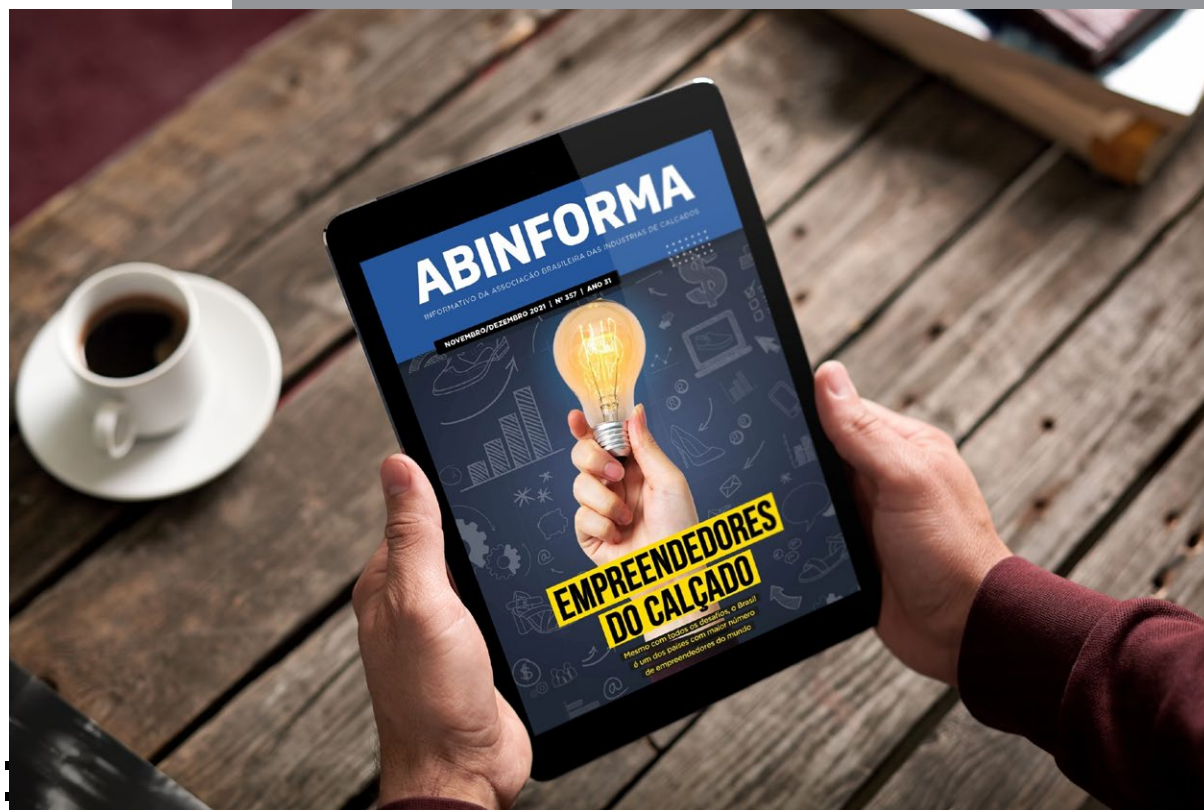
10,1MIL PESSOAS ALCANÇADAS

PROMOVER

ABINFORMA

Há mais de 30 anos, a Abicalçados edita mensalmente o Abinforma, informativo digital oficial da indústria calçadista brasileira. Na publicação, que é enviada para um *mailing* composto de industriais, lojistas, autoridades, imprensa, profissionais liberais, entre outros interessados, são listadas notícias da atividade, reportagens especiais sobre temas pertinentes para o setor calçadista, entrevistas, artigos, balança comercial, entre outros materiais. O material também fica disponível no site da entidade e é trabalhado nas redes sociais.

11 EDIÇÕES



PROMOVER

ABI NA MÍDIA

A Abicalçados, enquanto representante do setor calçadista brasileiro, tem uma presença bastante relevante na imprensa nacional. Conforme relatório da Unidade de Promoção de Imagem, em 2021 foram 1,92 mil citações em veículos impressos, on-line, de televisão e rádio. A média mensal foi de 160 citações.

Já o valor de mídia espontânea, calculado por centimetragem (equivalente publicitário) foi de R\$ 44 milhões, uma média de R\$ 3,6 milhões por mês.



R\$ 44 MILHÕES EM MÍDIA ESPONTÂNEA

1,92 MIL MENÇÕES




AGORA QUE VOCÊ JÁ
CONHECEU AS AÇÕES, SERVIÇOS E OPORTUNIDADES
QUE A ABICALÇADOS TEM A OFERECER PARA O SEU
NEGÓCIO CRESCEM NO MERCADO INTERNO E NO MUNDO,
FAÇA CONTATO CONOSCO E ASSOCIE A SUA EMPRESA!

ASSOCIE-SE

**Temos entre nossos associados empresas de todos os portes,
fabricantes de calçados e gestores de marca!**

SERÁ UM PRAZER ATENDÊ-LO!

 relacionamento@abicalcados.com.br

 51 98195.0232

 **ABICALÇADOS**
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS
INDÚSTRIAS DE CALÇADOS



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CALÇADOS - ABICALÇADOS

51. 3594 7011 | www.abicalcados.com.br

PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO

Caetano Bianco Neto

PRESIDENTE-EXECUTIVO

Haroldo Ferreira

CRÉDITOS

EDIÇÃO E TEXTOS

Alice Rodrigues (Mtb. 12.832)

Diego Rosinha (Mtb. 13.096)

Nicolle Frapiccini (Mtb. 20.143)

FOTOS

Equipe Abicalçados e Divulgação

PRODUÇÃO GRÁFICA

Gabriel Dias





RELATÓRIO ANUAL
DE ATIVIDADES
2021



ABICALÇADOS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS
INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

