

ABINFORMA

INFORMATIVO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

FEVEREIRO 2023 | Nº 370 | ANO 33



ESPECIAL

BRAZILIAN FOOTWEAR SHOW: A FEIRA DO CALÇADO BRASILEIRO

LER MATÉRIA | PÁGINAS 6, 7, 8, 9 E 10



A FEIRA DE EMPRESÁRIOS PARA EMPRESÁRIOS

Haroldo Ferreira

Presidente-executivo da Abicalçados

O mundo contemporâneo exige mudanças nos modelos de negócios. A informação já está por toda parte, principalmente na Internet. Os negócios, no entanto, devem seguir ocorrendo com efetividade, pois, afinal de contas, são eles que determinam o sucesso de uma empresa e o conseqüente desenvolvimento econômico e social do Brasil. E, se a pandemia nos apresentou com mais força o mundo digital, também mostrou o quanto somos carentes do olho no olho e do aperto de mão.

Foi pensando em criar um ambiente propício aos negócios, com olho no olho e conexões que somente um ponto de encontro do setor pode criar, que a Abicalçados, já há alguns anos, vem amadurecendo a ideia de realizar uma feira calçadista. Não será “mais uma” feira, como pode parecer para os mais distraídos. Será uma mostra realizada pela associação que representa as mais de 4 mil indústrias brasileiras e que ouve, diariamente, os anseios do mercado. Afinal, as empresas são a razão de existir da Abicalçados.

A Brazilian Footwear Show (BFSHOW) será realizada em parceria com uma das maiores promotoras de feiras do mundo, a NürnbergMesse, por meio do seu escritório no Brasil - NürnbergMesse Brasil. Entre as vantagens da feira, que terá sua primeira edição no Centro de Eventos da Fiergs, em Porto Alegre/RS, temos o já citado foco em negócios, otimização de custos, a transparência e processos decisórios democráticos, pois os empresários serão responsáveis pela gestão do evento por meio da sua associação representativa, a Abicalçados.

Nesta edição do Abinforma, o(a) leitor(a) poderá conferir as informações mais atuais da BFSHOW em uma matéria especial nas páginas 6 a 10.

Boa leitura!



CONHEÇA A ABICALÇADOS

CONSELHO DELIBERATIVO

Presidente: Caetano Bianco Neto

Conselheiros: Almir Santos, Analdo Slovinski Moraes, Astor R. Ranft, Carlos Alberto Mestriner, Claudio Chies, Daniel Marcelino Gewehr, Darcio Klaus, Diego Colli, Eduardo Jacob, Giuliano Spinelli Gera, Irivan José Soares, João Henrique Hoppe, Jorge Bischoff, José Paulo Boelter, Junior César Silva, Luiz Barcelos, Marcelo Henrique Lehnen, Marcelo Paludetto, Marco Lourenço Müller, Paulo Vicente Bender, Pedro Arcara Neto, Pedro Bartelle, Renato Klein, Ricardo José Wirth, Ronaldo Lacerda, Samir Nakad, Sergio Bocayuva e Sergio Gracia

CONSELHEIROS HONORÁRIOS

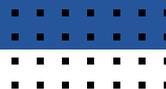
Rosnei Alfredo da Silva e Paulo Roberto Schefel

CONSELHO FISCAL

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

PRESIDENTE-EXECUTIVO

Haroldo Ferreira



ABI NA MÍDIA

4 CONFIRA NOTÍCIAS SOBRE O SETOR QUE FORAM DESTAQUE NA IMPRENSA

ESPECIAL

6 BRAZILIAN FOOTWEAR SHOW: A FEIRA DO CALÇADO BRASILEIRO

OLHAR DE ESPECIALISTA

12 EVENTOS DE NEGÓCIOS ESTIMULAM O AVANÇO DO SETOR

ABINOTÍCIAS

13 ABICALÇADOS AVALIA MISSÃO À ARGENTINA

ABINOTÍCIAS

14 ABICALÇADOS PARTICIPA DE ENCONTRO COM O MINISTRO DA FAZENDA

ABINOTÍCIAS

16 SETOR CALÇADISTA CRIOU 24,6 MIL VAGAS EM 2022

ABINOTÍCIAS

17 ABICALÇADOS PRESENTE NA FENOVA, EM NOVA SERRANA/MG

ABI ENTREVISTA

18 DI VALENTINI DEVE CRESCER 20% EM 2023

ABINOTÍCIAS

20 ORIGEM SUSTENTÁVEL REALIZA ENCONTRO NA ABICALÇADOS

ACONTECE NOS POLOS

21 INSPIRAMAIS ASSUMIU INTERVENÇÃO PELA SUSTENTABILIDADE

BRAZILIAN FOOTWEAR

22 EXPO RIVA SCHUH DEVE GERAR MAIS DE US\$ 32 MILHÕES PARA CALÇADISTAS BRASILEIROS

BRAZILIAN FOOTWEAR

24 BRASILEIROS RETORNAM DA COLÔMBIA COM EXPECTATIVA DE US\$ 1,5 MILHÃO EM NEGÓCIOS

BRAZILIAN FOOTWEAR

26 FEIRA ITALIANA TERÁ 64 MARCAS CALÇADISTAS BRASILEIRAS

BRAZILIAN FOOTWEAR

27 VINTE E NOVE MARCAS BRASILEIRAS PARTICIPAM DE CIRCUITO DE FEIRAS NOS EUA

BRAZILIAN FOOTWEAR

28 BRAZILIAN FOOTWEAR BY JOOR DEVE GERAR US\$ 637 MIL EM NEGÓCIOS

BALANÇA COMERCIAL

29 EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS INICIAM O ANO EM ALTA

ABINFORMA

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

Fevereiro 2023 Nº 370 - Ano 33

EDIÇÃO

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

TEXTOS

Diego Rosinha (Mtb. 13.096)
Nicolle Frapiccini (Mtb 20.143)

FOTOS

Equipe Abicalçados e Divulgação

PRODUÇÃO GRÁFICA

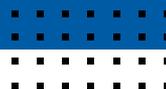
Gabriel Dias | @gabrieldias.ppg

CONTATO

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

REDES SOCIAIS

abicalcados
 abicalcadosoficial
 abicalcados
 company/abicalcados
 abicast
 abicalcados



EMPRESÁRIOS ESTÃO OTIMISTAS COM ALCKMIN NA PASTA DA INDÚSTRIA



05 DE JANEIRO DE 2023
JORNAL DO COMÉRCIO | GERAL

Os setores da indústria, do comércio e de serviços do Rio Grande Sul estão otimistas com a presença do vice-presidente da República, Geraldo Alckmin, como ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC). No entanto, as entidades esperam que o novo ministro tenha apoio e força para colocar em prática os seus projetos no comando do ministério. A pasta era uma antiga reivindicação dos empresários brasileiros. Durante a posse, Alckmin afirmou que a “recriação do MDIC é uma medida fundamental para o Brasil retomar o caminho do desenvolvimento”. O presidente-executivo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), Haroldo Ferreira, destacou a importância da recriação do MDIC e a nomeação de Alckmin para titular da pasta. “O MDIC sempre teve grande importância para o atendimento de pleitos das indústrias de calçados. A recriação deste espaço de interlocução com o governo Federal é de extrema importância para o setor”, comentou. [Leia a matéria completa aqui](#)

CALÇADISTAS TÊM RECEITA DE US\$ 116,5 MILHÕES COM APOIO ÀS EXPORTAÇÕES



05 DE JANEIRO DE 2023
ZERO HORA | GERAL

Indústrias calçadistas obtiveram US\$ 116,5 milhões (R\$ 600 milhões pelo câmbio atual) com ações de promoção do comércio exterior apoiadas pelo Brazilian Footwear, programa coordenado pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil). Segundo a Abicalçados, para cada R\$ 1 investido no projeto, houve retorno R\$ 66, com base no investimento de R\$ 9 milhões feito ao longo de 2022 pelas empresas participantes. A receita resultando de 14 feiras internacionais, incluindo eventos realizados na Itália e nos Estados Unidos, em uma missão comercial para a Colômbia e em dois projetos com clientes estrangeiros no Brasil. [Leia a matéria completa aqui](#)

CRESCIMENTO NA EXPORTAÇÃO DE CALÇADOS NO RS (VÍDEO)



11 DE JANEIRO DE 2023
RBS TV | RBS NOTÍCIAS

Entrevista com o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira. [Assista aqui](#)

MISSÃO COMERCIAL LEVARÁ À COLÔMBIA 25 MARCAS BRASILEIRAS DO SETOR CALÇADISTA



16 DE JANEIRO DE 2023
COMEX DO BRASIL | GERAL

A Missão Comercial Colômbia, que será realizada pelo Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações de calçados mantido pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) em parceria com a Agência Brasileira de Promoção das Exportações e Investimentos (ApexBrasil), reunirá 25 marcas brasileiras. A iniciativa contempla showrooms e ações de imagem em hotéis nas cidades de Cali (30 e 31 de janeiro) e Bogotá (2 e 3 de fevereiro) e gera boas expectativas para as empresas participantes. A analista de Promoção Comercial da Abicalçados, Carla Giordani, destaca que a Missão se concretiza como uma boa opção de promoção dos calçados brasileiros na Colômbia, pois além do aspecto comercial, promove a imagem das marcas participantes. [Leia a matéria completa aqui](#)

GRUPO DE EMPRESÁRIOS CALÇADISTAS BRASILEIROS E ARGENTINOS SE REÚNEM EM BUENOS AIRES PARA IMPULSIONAR EXPORTAÇÕES



30 DE JANEIRO DE 2023
FASHION NETWORK | GERAL

Abicalçados levou uma delegação de empresários brasileiros a Buenos Aires, para se reunir com colegas argentinos para avaliar a situação das exportações do setor. Reunião realizada na capital argentina. - Abicalçados Também estiveram presentes os presidentes dos dois países, Luiz Inácio Lula da Silva e Alberto Fernández, que receberam um documento assinado em conjunto pelas associações industriais brasileira e argentina com diretrizes prioritárias para o desenvolvimento da competitividade por meio de uma maior e efetiva integração comercial. Por sua vez, a Abicalçados abordou a medida do Banco Central da República Argentina (BCRA) que modificou as condições de acesso ao Mercado Único de Câmbio para pagamento de importações, o que está gerando atrasos nos pagamentos de suas importações em 180 dias. [Leia a matéria completa aqui](#)

ABICALÇADOS DEBATE INTERESSES DA INDÚSTRIA COM O MINISTÉRIO DA FAZENDA



31 DE JANEIRO DE 2023
EXPANSÃO | GERAL

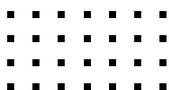
O presidente-executivo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), Haroldo Ferreira, participou, na segunda-feira (30), de uma reunião com o ministro da Fazenda, Fernando Haddad. O encontro ocorreu na sede da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) e reuniu as principais federações e associações representativas da Indústria de Transformação brasileira. O objetivo foi discutir os interesses do setor e suas perspectivas. De acordo com o dirigente da Abicalçados, o encontro foi positivo e mostrou boa vontade por parte do ministro da Fazenda em ouvir os pleitos da indústria. “A reindustrialização do Brasil é urgente, pois sem ela não existe desenvolvimento econômico e social”, destaca. Segundo Ferreira, soa bem para o setor o entendimento do Governo Federal no que diz respeito a criar bases para o desenvolvimento da Indústria de Transformação, que há mais de três décadas vem perdendo participação no PIB nacional. [Leia a matéria completa aqui](#)

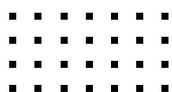


BRAZILIAN FOOTWEAR SHOW: A FEIRA DO CALÇADO BRASILEIRO



Quinta maior produtora de calçados do mundo, a maior fora da Ásia, com um parque fabril que reúne mais de 4 mil fábricas de todos os portes e que tem força econômica preponderante em pelo menos 10 estados brasileiros. É esta a indústria que, a partir de novembro, realizará um outro marco histórico. Isso porque, entre os dias 21 e 23 daquele mês, a Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), em parceria com a NürnbergMesse Brasil, realizará a edição de estreia da Brazilian Footwear Show (BFSHOW), na Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul (Fiergs), em Porto Alegre/RS.





A BFSHOW promete ser um marco para a indústria calçadista, que a partir de agora, a exemplo de outros países, como a Itália - que abriga a Micam Milano, referência internacional do setor e que é promovida pela associação de calçadistas italianos, a Assocalzaturifici - terá uma feira própria. “Será um evento feito pela indústria para o varejo, abrangendo todas as demandas e anseios do mercado, que busca uma mostra com otimização de custos, transparente e focada em negócios”, destaca o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira.



“SERÁ UM EVENTO FEITO PELA INDÚSTRIA PARA O VAREJO, ABRANGENDO TODAS AS DEMANDAS E ANSEIOS DO MERCADO, QUE BUSCA UMA MOSTRA COM OTIMIZAÇÃO DE CUSTOS, TRANSPARENTE E FOCADA EM NEGÓCIOS”

Haroldo Ferreira
Presidente-executivo Abicalçados

Ferreira conta que a nova feira foi uma demanda dos próprios empresários, que ganhou força a partir de 2020. “Antes de lançarmos oficialmente a BFSHOW, ouvimos, além das indústrias, os lojistas brasileiros sobre a percepção das feiras físicas em um cenário pós-pandemia. Foi a partir dos resultados dessa pesquisa que colocamos em prática a feira”, recorda o dirigente.

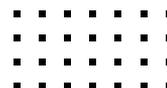
O executivo ressalta que, com a comercialização de espaços iniciada em agosto passado e há nove meses do evento, a BFSHOW já tem mais de 85% dos espaços ocupados. “O setor aderiu à ideia de ter uma feira democrática, realizada e gerida pelas indústrias de calçados. Além de otimizar recursos, será um evento focado em negócios e extremamente transparente, inclusive com auditorias em relação aos números apresentados”, comenta.

O CEO da NürnbergMesse Brasil, João Paulo Picolo, projeta uma feira pujante e com efetivação de negócios. “Estamos animados! A chancela da Abicalçados, por si só, aponta para a força da feira, otimizando recursos e gerando retornos mais expressivos para os expositores. A expectativa para a primeira edição da BFSHOW é muito boa, principalmente pelo que podemos sentir nos polos calçadistas que visitamos ao longo do ano passado”, avalia.



“A EXPECTATIVA PARA A PRIMEIRA EDIÇÃO DA BFSHOW É MUITO BOA, PRINCIPALMENTE PELO QUE PODEMOS SENTIR NOS POLOS CALÇADISTAS QUE VISITAMOS AO LONGO DO ANO PASSADO”

João Paulo Picolo
CEO da NürnbergMesse Brasil



Representatividade

Com expositores confirmados em todos os polos calçadistas brasileiros, a BFSHOW se notabiliza por unir grandes, médias e pequenas empresas, de diferentes nichos e estratégias de atuações.

A Democrata (Franca/SP) é uma das expositoras confirmadas. O diretor comercial da empresa, Marcelo Paludetto, ressalta que, após um ano bom, de crescimento de 25% e recorde histórico de vendas no mercado doméstico, a expectativa para 2023 é de manutenção dos índices, principalmente no Brasil. “Como o nosso principal destino são os Estados Unidos, mercado em que o varejo está com altos estoques e sofre com a inflação, devemos ter uma queda nas exportações. Já no mercado doméstico a expectativa é de repetir os bons índices do ano passado”, avalia.

Para a BFSHOW, Paludetto destaca que a expectativa é bastante positiva, especialmente pela recuperação da representatividade e pujança de uma feira “do tamanho que o setor merece”. “Sabemos que a BFSHOW será uma construção, mas temos a expectativa de que se torne a principal feira nacional de calçados, para o mercado brasileiro e mundial”. Segundo o diretor, o fato de ter à frente uma entidade representativa, como a Abicalçados, facilita na interlocução com os players do mercado, tanto expositores quanto varejistas. “O mercado deve ter o comando. O fato de ter a Abicalçados na promoção garante uma maior flexibilidade para atender às demandas do setor”, acrescenta, ressaltando, ainda, que são diferenciais desta primeira edição, em Porto Alegre/RS, a infraestrutura e as facilidades logísticas, já que a Fiergs fica localizada muito próxima ao aeroporto da capital gaúcha.



“O MERCADO DEVE TER O COMANDO. O FATO DE TER A ABICALÇADOS NA PROMOÇÃO GARANTE UMA MAIOR FLEXIBILIDADE PARA ATENDER ÀS DEMANDAS DO SETOR”

Marcelo Paludetto
Diretor comercial da Democrata

Experiência

Há 40 anos atuando no setor calçadista, o empresário Pedro Gomes da Silva, diretor da Randall (Nova Serrana/MG) e vice-presidente do Sindicato Intermunicipal das Indústrias de Calçados de Nova Serrana (Sindinova), está entusiasmado com a ideia de repetir uma experiência positiva em nível regional no cenário nacional. “Desde 2007 mantemos a Fenova, uma feira de calçados das indústrias daqui de Nova Serrana e região com o objetivo de atender o mercado. A feira é realizada pelo Sindinova e tem intensa participação das empresas, que ajudam a escolher desde a data de realização até os compradores convidados”, conta Silva, ressaltando a importância de ter uma associação de classe à frente das mostras.

Segundo ele, o fato de a mostra ser organizada pelos próprios empresários faz com que exista um diálogo constante com os anseios do mercado, tanto de expositores quanto de lojistas. Com relação aos negócios, o empresário está otimista, diz que empresas locais já estão com pedidos até março de 2023. “O mercado ainda está nebuloso, mas pelo que temos conversado com as indústrias está comprador. Certamente, isso vai se refletir na BFSHOW, em Porto Alegre/RS, onde estaremos presentes”, conclui Silva.



“O MERCADO AINDA ESTÁ NEBULOSO, MAS PELO QUE TEMOS CONVERSADO COM AS INDÚSTRIAS ESTÁ COMPRADOR. CERTAMENTE, ISSO VAI SE REFLETIR NA BFSHOW, EM PORTO ALEGRE/RS, ONDE ESTAREMOS PRESENTES”

Pedro Gomes da Silva
Diretor da Randall

Foco em negócios

Também otimista com a realização da feira calçadista está o empresário José Osterno Filho, da Di Valentini (São João Batista/SC). Segundo ele, o crescimento da empresa projetado para 2023, de 23% em produção de calçados, passa, entre outras coisas, pelo sucesso da BFSHOW. “Estamos com grandes expectativas, pois estamos sendo ouvidos para criar as condições de uma feira, efetivamente, focada em negócios”, destaca o empresário, ressaltando que outro fator positivo foi a redução de custos para exposição.



“ESTAMOS COM GRANDES EXPECTATIVAS, POIS ESTAMOS SENDO OUVIDOS PARA CRIAR AS CONDIÇÕES DE UMA FEIRA, EFETIVAMENTE, FOCADA EM NEGÓCIOS”

José Osterno Filho
Di Valentini

Associada à Abicalçados desde 1999, a Klin (Birigui/SP) vê a feira como uma oportunidade de estreitar ainda mais a parceria e também de incrementar os negócios. “O ano de 2022 foi um ano de crescimento não apenas para o nosso segmento, mas para toda a cadeia. Para 2023, nossa expectativa é de um ano ainda melhor, principalmente com a expansão das nossas franquias”, projeta o diretor da empresa, Carlos Mestriner, ressaltando que a BFSHOW pode auxiliar a indústria na busca pelo crescimento. Para o empresário, além do foco em negócios, é um atrativo a redução de custos, com otimização dos recursos, e o desenvolvimento do espírito cooperativista do setor.

O fato de ter a Abicalçados na gestão da mostra, juntamente com as empresas associadas, que respondem por mais de 65% da produção nacional de calçados, também traz uma “maior segurança e confiança” para a feira calçadista. “O exemplo de sucesso da Micam Milano, na Itália, corrobora a importância de se ter uma entidade de classe à frente das feiras setoriais”, pontua Mestriner.



“O EXEMPLO DE SUCESSO DA MICAM MILANO, NA ITÁLIA, CORROBORA A IMPORTÂNCIA DE SE TER UMA ENTIDADE DE CLASSE À FRENTE DAS FEIRAS SETORIAIS”

Carlos Mestriner
Diretor da Klin

Oportunidade

Para o diretor comercial da marca Cravo & Canela, recém adquirida pela Gonçalves Calçados (Rolante/RS), Deivis Gonçalves, a nova feira é uma importante ferramenta comercial, servindo para apresentar a marca de calçados femininos ao mercado. Segundo ele, desde suas primeiras apresentações às empresas, a BFSHOW ficou aberta a opiniões dos empresários acerca das necessidades do setor. “Sempre acreditamos na colaboração e, principalmente, na relação ganha-ganha”, diz. Segundo o diretor, o atendimento, tanto da Abicalçados quanto da NürnbergMesse Brasil, sempre foi muito bom, justificando o propósito da mostra.

Sobre a expectativa, Gonçalves destaca ser a melhor possível, pelo fato de poder apresentar ao mercado, na BFSHOW, a nova cara da Cravo & Canela, agora com uma pegada ousada, casual e conectada à moda. “Acreditamos que são diferenciais da feira a localização, em Porto Alegre/RS, o foco em vendas e a já garantida presença de grandes marcas de calçados, pois este fato certamente irá atrair a visita de lojistas”, avalia.



“ACREDITAMOS QUE SÃO DIFERENCIAIS DA FEIRA A LOCALIZAÇÃO, EM PORTO ALEGRE/RS, O FOCO EM VENDAS E A JÁ GARANTIDA PRESENÇA DE GRANDES MARCAS DE CALÇADOS, POIS ESSE FATO CERTAMENTE IRÁ ATRAIR A VISITAÇÃO DE LOJISTAS”

Deivis Gonçalves
Diretor comercial da Cravo & Canela

União

O diretor da Kidy (Birigui/SP), Sérgio Gracia, ressalta que a BFSHOW irá unir o setor calçadista brasileiro. “Temos ótimas expectativas para a feira. Ter a Abicalçados à frente do processo é importante, pois a entidade é sabedora das necessidades da nossa indústria, não somente das grandes empresas, mas das pequenas também”, avalia, ressaltando que feiras geridas pelas associações setoriais são uma tendência mundial na qual o setor deve estar inserido.

Segundo Gracia, são diferenciais da feira, ainda, a questão logística, por estar próxima ao aeroporto, o que favorece a visita de compradores nacionais e estrangeiros, além da significativa redução de custos para a exposição. “É uma relação onde todos ganham. O setor calçadista fica fortalecido”, conclui.



“TEMOS ÓTIMAS EXPECTATIVAS PARA A FEIRA. TER A ABICALÇADOS À FRENTE DO PROCESSO É IMPORTANTE, POIS A ENTIDADE É SABEDORA DAS NECESSIDADES DA NOSSA INDÚSTRIA, NÃO SOMENTE DAS GRANDES EMPRESAS, MAS DAS PEQUENAS TAMBÉM”

Sérgio Gracia
Diretor da Kidy

Setor

Com expectativa de crescimento de 1,6% na produção, alcançando mais de 860 milhões de pares produzidos em 2023, a indústria calçadista brasileira enxerga no evento uma oportunidade de expandir as vendas tanto no mercado doméstico quanto internacional. “As exportações, que foram alavanca do crescimento de cerca de 3% no ano passado, devem perder espaço para o mercado interno ao longo de 2023, mas serão igualmente importantes para o resultado global, já que hoje 15% do que produzimos é enviado para o exterior”, informa Ferreira.

Sobre a operadora

A NürnbergMesse Brasil é uma subsidiária do Grupo NürnbergMesse, uma das 15 maiores empresas internacionais organizadoras de eventos do mundo. O portfólio do grupo possui mais de 120 feiras e congressos internacionais (14 deles no Brasil) e mais de 40 pavilhões. Anualmente, cerca de 30 mil expositores e mais de 1,5 milhão de visitantes participam dos eventos organizados pela NürnbergMesse, que está presente, por meio de suas subsidiárias, na China, Estados Unidos, Brasil, Grécia, Itália e Índia. O grupo ainda possui uma rede com cerca de 50 representantes, que operam em mais de 116 países.

Sobre a Abicalçados

A Abicalçados é a entidade que representa a indústria nacional, quinta maior produtora de calçados do mundo, a maior do Ocidente. Fundada em 1983, a Abicalçados, sediada em Novo Hamburgo/RS, possui em seu quadro de associados empresas de todos os portes e que respondem por mais de 65% do total de pares produzidos no País. A entidade representa uma indústria que emprega, diretamente, mais de 300 mil pessoas. Sua missão é representar, defender, desenvolver e promover a indústria calçadista brasileira, com respeito, excelência e resultados.



BRAZILIAN FOOTWEAR SHOW

A FEIRA
DO CALÇADO
BRASILEIRO

GARANTA SEU ESPAÇO

OUTONO/ INVERNO
PORTO ALEGRE | BRASIL
21 a 23
Novembro, 2023

PRIMAVERA/ VERÃO
SÃO PAULO | BRASIL
21 a 23
Maio, 2024

Entre em contato com
nossa equipe comercial
bfshow@nm-brasil.com.br



bfshow.com.br
[@bfshowoficial](https://www.instagram.com/bfshowoficial)



EVENTOS DE NEGÓCIOS ESTIMULAM O AVANÇO DO SETOR

Luiz Cornacchioni

Presidente-executivo da Abrafati - Associação Brasileira dos Fabricantes de Tintas

Reconhecido como o mais importante evento do setor de tintas na América Latina e um dos principais no mundo, o Abrafati Show – que reúne o Congresso Internacional de Tintas e a Exposição Internacional de Fornecedores para Tintas – nasceu em 1989, a partir da percepção de que era fundamental incentivar o desenvolvimento tecnológico e o crescimento da indústria.

O evento foi crescendo em tamanho e relevância a cada edição. Realizado a cada dois anos, sempre em São Paulo/SP, o Abrafati Show chegaria à sua 17ª edição em 2021, mas, em função da pandemia, teve de ser adiado para junho de 2022. Essa 17ª edição transcorreu em clima de intensa animação, ampliada pelo tão ansiado reencontro presencial entre os especialistas técnicos e gestores das principais empresas da cadeia produtiva. Apresentou números muito positivos, com 146 expositores ocupando uma área de 9.035 metros quadrados e 10.759 profissionais ligados à indústria de tintas como visitantes. O Congresso envolveu 82 palestras técnicas e contou com a participação de 466 congressistas.

Deve ser destacado que, a partir da edição de 2019, a Abrafati e a NürnbergMesse Brasil iniciaram uma parceria para a realização do Abrafati Show. A NMB desempenhou importante papel no evento de 2019 e na edição seguinte assumiu a responsabilidade por toda a parte operacional e comercial do Abrafati Show. Foi uma decisão que levou em conta a necessidade de fazer um evento já de grande sucesso continuar a crescer e evoluir, agregando a ele toda a expertise de uma empresa especializada e fazendo-o estar alinhado ao que existe de mais inovador no mundo.

Essa constante evolução faz com que o Abrafati Show se mantenha como o principal ponto de encontro do setor e caracteriza-se por proporcionar uma visão panorâmica do status atual e futuro da indústria de tintas, assim como por abrir oportunidades amplas de interação, de disseminação de conhecimentos, de discussão e efetivação de ideias, projetos e negócios.

Desde 1989, ano da primeira edição, o Congresso e a Exposição assumiram esse papel de criar as condições para que fabricantes e fornecedores, em estreita colaboração, desenvolvam as respostas para as demandas e os desafios que surgem, construindo o caminho rumo à tinta do futuro. Essa ideia, que esteve por trás da concepção do evento, vale até hoje e seguirá orientando as ações para aprimorá-lo e para construir um futuro cada vez mais brilhante para a indústria de tintas. É uma fórmula de sucesso, que pode servir como inspiração para qualquer evento com foco em negócios.



ABICALÇADOS AVALIA MISSÃO À ARGENTINA

A Abicalçados participou, no último dia 23 de janeiro, de uma comitiva do presidente Lula à Argentina. Na oportunidade, empresários ligados à indústria brasileira e argentina participaram de encontro com os presidentes Lula e Alberto Fernández, da Argentina, na Casa Rosada, em Buenos Aires.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, conta que no encontro com os executivos das respectivas repúblicas foi entregue um documento assinado em conjunto pelas associações das indústrias brasileira e argentina, com as pautas prioritárias para o desenvolvimento da competitividade por meio de uma maior, e efetiva, integração comercial. Entre as pautas defendidas estavam a necessidade urgente de integração comercial, o fortalecimento do Mercosul, o aumento do investimento público para a reindustrialização de ambos os países, a diminuição da burocracia para a exportação, a gradual eliminação das barreiras comerciais e o avanço na economia verde e transição energética.

Um dos problemas levados pela Abicalçados, especificamente, foi a medida do Banco Central da República Argentina (BCRA) que alterou as condições de acesso ao Mercado Único de Câmbio para pagamento de importações, o que vem atrasando os pagamentos das suas importações em 180 dias. “Muitos calçadistas brasileiros, em função desta resolução, estão deixando ou exportando menos para a Argentina, que hoje é o nosso segundo principal destino no exterior”, avalia Ferreira, destacando como positivo os esforços do governo brasileiro em buscar alternativas para financiar os importadores argentinos para dirimir o problema da contenção dos pagamentos.

Conforme dados elaborados pela Abicalçados, no ano passado, foram exportados para a Argentina 15,9 milhões de pares por US\$ 179,4 milhões, incrementos de 19% em volume e de 55,8% em receita na relação com 2021. “As exportações para a Argentina, que vinham em uma crescente no primeiro semestre, passaram a cair a partir da resolução, principalmente nos últimos três meses de 2022, quando caiu 36%, 23% e 48% em relação aos mesmos meses de 2021”, comenta o executivo.

O dirigente da Abicalçados conta, também, que tanto os empresários brasileiros quanto os argentinos frisaram a importância de uma integração comercial efetiva. “O Mercosul - e hoje é consenso entre os dirigentes presentes no encontro - é muito mais um bloco político do que econômico de fato. Precisamos, urgentemente, entre as outras pautas colocadas no documento, ampliar o comércio bilateral entre os dois países”, destaca.

Além do presidente-executivo da Abicalçados, participaram da comitiva a superintendente da Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal), Silvana Dilly, e o presidente do Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil (CICB), José Fernando Bello.

ABICALÇADOS PARTICIPA DE ENCONTRO COM O MINISTRO DA FAZENDA



O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, participou, no dia 30 de janeiro, de uma reunião com o ministro da Fazenda, Fernando Haddad. O encontro aconteceu na sede da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) e reuniu as principais federações e associações representativas da Indústria de Transformação brasileira.

Segundo o dirigente da Abicalçados, o encontro foi positivo e mostrou “boa vontade” por parte do ministro da Fazenda em ouvir os pleitos da indústria. “A reindustrialização do Brasil é urgente, pois sem ela não existe desenvolvimento econômico e social”, destaca. Segundo Ferreira, soa bem para o setor o entendimento do Governo Federal no que diz respeito a criar bases para o desenvolvimento da Indústria de Transformação, que há mais de três décadas vem perdendo participação no PIB nacional. Para que o setor industrial volte a crescer, segundo o executivo, se faz necessário a facilitação do acesso ao crédito, a diminuição da burocracia estatal, a manutenção do câmbio em patamar competitivo para exportação e a Reforma Tributária. “Não é razoável que o empresário brasileiro conviva com um manicômio tributário. Mais do que reduzir impostos, se faz urgente simplificar a legislação tributária para dar mais competitividade à indústria nacional”, completa.

Argentina

Ferreira conta, ainda, que conversou novamente com Haddad sobre a situação das exportações para a Argentina, que desde o meio do ano passado sofrem com a alteração das condições de acesso ao Mercado Único do Câmbio para pagamentos de importações do país vizinho, o que vem atrasando pagamentos em até seis meses. “Só empresas de maior porte estão conseguindo manter seus embarques regulares para a Argentina, nosso segundo principal mercado no exterior”, destaca. Segundo o executivo, Haddad disse que o Governo Federal está debruçado sobre a proposta de financiar importadores argentinos, mas que está negociando as garantias para pagamento.

NOVO MOMENTO. NOVOS NEGÓCIOS.

A única feira que tem tudo
para o mercado coureiro-calçadista.

Sicredi | Pioneira 120 apresenta:

Fimec

46ª FEIRA INTERNACIONAL DE COUROS, PRODUTOS
QUÍMICOS, COMPONENTES, MÁQUINAS E
EQUIPAMENTOS PARA CALÇADOS E CURTUME

07 A 09 DE MARÇO

DAS 13H ÀS 20H | NOVO HAMBURGO / RS

Da produção à logística, aqui você encontra:

- Couros e peles
- Produtos químicos
- Componentes
- Máquinas e equipamentos
- Moda e design
- Tecnologia e inovação

Faça seu
credenciamento



O novo momento promete
novos negócios para o
mercado coureiro-calçadista.
Venha fazer parte.

f /feirafimec

www.fimec.com.br



FÓRUM CICB DE
sustentabilidade

CICB SUSTAINABILITY FORUM

O grande evento das ideias, exemplos positivos e inovações para a cadeia do couro já tem data marcada: o Fórum CICB de Sustentabilidade ocorrerá no dia **8 de março de 2023**, durante a realização da 46ª Fimec, em Novo Hamburgo (RS).

Será uma tarde para conhecer experiências enriquecedoras e novos caminhos para o setor de couros, com palestras de especialistas e profissionais do mercado sobre o tema **Caminhos para a Rastreabilidade**.



Acesse www.cicb.org.br

PATROCÍNIO:



Transduarte

APOIO:



ABIACAV • ABQTC • AC-NH/CB/EV • AICSUL • FIERGS • IBTEC

APOIO INSTITUCIONAL:



Experiências
Conectam





SETOR CALÇADISTA CRIOU 24,6 MIL VAGAS EM 2022

Dados elaborados pela Abicalçados apontam que, no ano passado, as indústrias calçadistas brasileiras criaram 24,6 mil postos de trabalho. Com isso, o setor encerrou 2022 empregando, diretamente, 296,4 mil pessoas, 9,1% mais do que em 2021 e o melhor resultado desde 2015. No comparativo com o período pré-pandemia, em 2019, o crescimento é de 11,4%.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, ressalta que o nível de emprego cresceu em função do aumento da produção do setor, que encerrou 2022 com crescimento de 2,4%, para mais de 840 milhões de pares. “Apesar de uma leve retração nos últimos três meses do ano, 2022 foi bom para o setor, principalmente para as exportações, que cresceram mais de 45% - em receita - na relação com 2021”, comenta.

Segundo o executivo, para 2023, a expectativa é de que o setor siga crescendo, porém com índices mais tímidos. “Para este ano, a estimativa da Abicalçados é de um crescimento de 1,6% em produção, incremento que deve ser impulsionado pelo mercado doméstico”, acrescenta o dirigente.

Estados

Maior empregador do setor no Brasil, o Rio Grande do Sul encerrou 2022 com 87 mil pessoas empregadas na atividade, 14,7% mais do que em 2021. O segundo empregador do ano foi o Ceará, com 64,4 mil postos, 11,2% mais do que no ano anterior. Na sequência apareceram a Bahia (42,65 mil empregos e crescimento de 19,5% ante 2021) e São Paulo (31,27 mil empregos e crescimento de 8,6%).



ABICALÇADOS PRESENTE NA FENOVA, EM NOVA SERRANA/MG

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, visitou, nos dias 25 e 26 de janeiro, a Feira de Calçados de Nova Serrana - Fenova. Uma das mostras que mais cresce no Brasil, embalada pelo desenvolvimento do polo calçadista local, a Fenova contou com mais de 100 empresas expositoras e recebeu mais de 2 mil visitas.

Na oportunidade, Ferreira participou de reuniões com empresários e lideranças locais, que levaram pleitos do setor e discutiram formas de melhorar a competitividade da atividade. O polo mineiro vive um bom momento, principalmente nas exportações. Conforme dados elaborados pela Abicalçados, em 2022, as empresas locais embarcaram o equivalente a US\$ 36,5 milhões, 56% mais do que em 2021. No comparativo com os resultados da pré-pandemia em 2019, o incremento ultrapassa 200%. Neste contexto, visando seguir com o incremento das exportações locais, a Fenova recebeu compradores internacionais, principalmente da América Latina, onde estão seus principais clientes além-fronteiras.

Ferreira destaca que a visita foi positiva e que visa estreitar ainda mais o relacionamento com um dos polos calçadistas que mais cresce no País. “O polo está cada vez mais forte e o fato ficou refletido na Fenova, que atrai cada vez mais compradores relevantes de todo o País e parte do mundo”, avalia o dirigente.

A feira

A 26ª edição da Fenova foi promovida pelo Sindicato Intermunicipal das Indústrias de Calçados de Nova Serrana (Sindinova), na qualidade de representante das empresas do arranjo produtivo local. Com duas datas ao ano, a feira é referência para o segmento coureiro-calçadista e conta com a parceria da FIEMG e Sebrae. Entre 24 e 26 de janeiro, a mostra recebeu mais de 2 mil visitantes dos principais mercados brasileiros e da América Latina.



DI VALENTINI DEVE CRESCER 20% EM 2023

A história da Di Valentini se confunde com a história de crescimento do polo calçadista de São João Batista/SC, um dos principais do Sul do País. Fundada pelo seu atual diretor, José Osterno Filho, a empresa não conquistou o sucesso sem esforço. Esforço que pode ser exemplificado na história de Osterno Filho, o entrevistado do Abinforma de fevereiro.



Abinforma – Fale um pouco da história da Di Valentini.

José Osterno Filho – Criada em 2009, a Di Valentini produz 8 mil pares de calçados femininos por dia, dos quais exporta cerca de 16% para 33 países, principalmente da América do Sul e Oriente Médio. Empregamos um total de 412 pessoas diretamente e temos o nosso mercado interno como principal fonte de receitas.

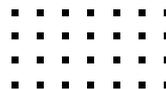
Abinforma – E a sua trajetória no setor calçadista?

Osterno Filho – Meu primeiro emprego foi no setor calçadista, como representante comercial. Nascido em Picos, do Piauí, comecei desde muito cedo a ajudar a minha mãe, dona Josefina Zulmira, a carregar malas de sapatos pela região Norte do País. Aliás, foi ela quem me ensinou boa parte do que sei, foi um pilar. A partir dos 18 anos, passei a viajar sozinho para vender calçados, inicialmente representando empresas de Goiânia no Norte do Brasil. Cheguei a ficar quatro dias em viagem, principalmente pela dificuldade de acesso em algumas regiões do Brasil, como Altamira e Santarém. Eu queria atender onde os representantes não iam, ou iam muito pouco. Na época, que durou mais ou menos cinco anos, eu viajava muito de barco para acessar esses locais.

Abinforma – A ideia de criar sua própria empresa surgiu quando e por quê?

Osterno Filho – No meu trabalho de representante, notei que existia um grande espaço para crescer. As fábricas eram demandadas, cresciam, mas sem melhorar sua própria estrutura. Eu queria fazer algo diferente e comecei a amadurecer a ideia de ter a minha própria empresa. Mas antes de fundar a Di Valentini, ainda representei uma empresa de São João Batista, cidade em que me instalei para trabalhar como vendedor. Certa vez, eu sugeri algumas modificações para uma coleção. Elas foram aceitas. Eu, que vendia cerca de 2 mil pares por mês, vendi 3,2 mil em um único dia. A partir daí, a ideia de ter uma fábrica realmente saiu do papel e passou à prática.

“NO MEU TRABALHO DE REPRESENTANTE, NOTEI QUE EXISTIA UM GRANDE ESPAÇO PARA CRESCER. AS FÁBRICAS ERAM DEMANDADAS, CRESCIAM, MAS SEM MELHORAR SUA PRÓPRIA ESTRUTURA. EU QUERIA FAZER ALGO DIFERENTE E COMECEI A AMADURECER A IDEIA DE TER A MINHA PRÓPRIA EMPRESA”

**Abinforma – Como foi o ano de 2022 para a Di Valentini?**

Osterno Filho – Só não foi melhor em função da elevação dos custos das matérias-primas e pela pressão sobre o preço, o que diminuiu bastante a nossa rentabilidade. Mas, de maneira geral, foi um ano bom, com crescimento principalmente no mercado interno. Crescemos 18% em produção.

“[2022] FOI UM ANO BOM, COM CRESCIMENTO PRINCIPALMENTE NO MERCADO INTERNO. CRESCEMOS 18% EM PRODUÇÃO”

Abinforma – E para 2023, quais são as expectativas?

Osterno Filho – Acredito que o mercado vá normalizar a partir de fevereiro. Tivemos alguns momentos de retração nos últimos meses de 2022 e em janeiro, mas não creio que esse movimento vá perdurar. A nossa estimativa é um crescimento de 20% em produção, desta vez acompanhada de rentabilidade, o que não aconteceu no ano passado.

Abinforma – No que se baseiam essas expectativas positivas?

Osterno Filho – A Di Valentini irá expandir sua atuação. Vamos contratar representantes comerciais para atuar no Sul, Centro-Oeste e Sudeste, principalmente em São Paulo, onde temos grandes expectativas. Também tenho conversado bastante com nossos clientes e a maior parte deles está querendo expandir o número de lojas.

Abinforma – O motor do crescimento deve seguir sendo o mercado interno?

Osterno Filho – Sim, mas pretendemos aumentar gradualmente a fatia de exportação, para 22% até o final e 2024. Vamos fazer isso aumentando a participação em feiras internacionais e também indo visitar os nossos clientes no exterior. Deixaremos a fábrica à disposição deles. Esse atendimento é fundamental.

Abinforma – Na sua opinião, quais são os principais desafios para o crescimento do setor calçadista brasileiro?

Osterno Filho – Percebo que nossos clientes, os lojistas, estão muito preocupados com a inadimplência, o que compromete o orçamento das famílias. A matéria-prima também segue com valores elevados e existe uma forte pressão no preço. Estamos perdendo rentabilidade a cada ano. A dificuldade de encontrar mão de obra é outro empecilho. Estamos com 30 vagas abertas e não conseguimos preencher. Colocamos carros de som pela cidade, *outdoors* e anúncios nas rádios locais. Nem isso está sendo o suficiente. Fora isso, vamos seguir fazendo o nosso dever de casa, que é investir em qualidade e aproximação com os nossos clientes lojistas.

Abinforma – A empresa terá investimentos ao longo do ano?

Osterno Filho – Sim, estamos aumentando a fábrica em mais de mil metros quadrados, no setor de montagem. Estamos otimistas com o aumento da demanda. A obra deve estar finalizada no segundo semestre do ano.

“TIVEMOS ALGUNS MOMENTOS DE RETRAÇÃO NOS ÚLTIMOS MESES DE 2022 E EM JANEIRO, MAS NÃO CREIO QUE ESSE MOVIMENTO VÁ PERDURAR. A NOSSA ESTIMATIVA É UM CRESCIMENTO DE 20% EM PRODUÇÃO, DESTA VEZ ACOMPANHADA DE RENTABILIDADE, O QUE NÃO ACONTECEU NO ANO PASSADO.”

ORIGEM SUSTENTÁVEL REALIZA ENCONTRO NA ABICALÇADOS



O Origem Sustentável realizou, no último dia 26 de janeiro, um encontro de empresas calçadistas certificadas na sede da Abicalçados, em Novo Hamburgo/RS. Participaram da reunião representantes da Abicalçados, Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal), Arezzo, Bebecê, Calçados Beira Rio, Bibi, Grendene, Pegada, Piccadilly, Ramarim, Usaflex, Via Marte, além dos parceiros do Sebrae e Ecovalor.

Na oportunidade, o gestor de Projetos da Abicalçados, Cristian Schlindwein, apresentou o *status* do programa, as estratégias de comunicação e as parcerias vislumbradas para o ano de 2023. Segundo ele, o ano passado finalizou com 89 empresas certificadas ou em processo de certificação. “Em 2022, o programa deu um salto, crescemos 75% em número de empresas certificadas. É importante ampliarmos cada vez mais o número de participantes e certificados ao grupo, pelo bem do planeta, da sociedade e dos negócios, já que muitos compradores, principalmente internacionais, vêm buscando fornecedores sustentáveis”, comenta o gestor.

A apresentação mostrou que ao longo de 2022 o Origem Sustentável, além de promover eventos nos polos calçadistas, em cinco edições do Encontro Sustentabilidade na Prática, também continuou a divulgação internacional em eventos como no Fórum Internacional do Calçado, no 24º Foro Latino Americano de Calzado (Guatemala), na IFLS+EICI (Colômbia) e na Micam Milano (Itália).

O encontro finalizou com os calçadistas conhecendo novas variações de aplicação do selo Origem Sustentável, bem como as iniciativas de promoção para o ano e as intenções de parcerias que estão sendo articuladas.

INSPIRAMAIS ASSUMIU INTERVENÇÃO PELA SUSTENTABILIDADE

O INSPIRAMAIS, salão que aconteceu entre os dias 24 e 25 de janeiro, no Centro de Eventos da Fiergs, em Porto Alegre/RS, além de fomentar negócios para os setores de calçados, confecções, móveis e bijuterias, deixou clara uma missão à indústria de fornecedores de materiais. A sustentabilidade, não somente no seu pilar ambiental, mas também econômico, social e cultural, esteve, mais uma vez, presente nos dois dias de salão. E não somente no discurso, mas na prática - e nos negócios.

A superintendente da Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal), Silvana Dilly, destaca que a principal missão do salão é intervir para



acelerar o processo de mudança de cultura da indústria rumo à sustentabilidade. “Há pelo menos três edições, o INSPIRAMAIS vem trazendo o tema para o debate, que é fundamental para o planeta e para os negócios, já que o mercado, principalmente o internacional, vem exigindo produtos eco-responsáveis. O resultado foi que, nesta edição, triplicamos as opções de produtos sustentáveis apresentados no salão”, comenta.

Negócios internacionais

As vendas internacionais geradas pelo Projeto Comprador, realizado no âmbito do By Brasil Components, Machinery and Chemicals, programa de incentivo às exportações do setor mantido pela Assintecal em parceria com a Agência Brasileira de Promoção das Exportações e Investimentos (ApexBrasil), foram o destaque de um salão cada vez mais internacionalizado. Segundo relatório divulgado, foram gerados mais de US\$ 11,5 milhões entre negócios realizados in loco e expectativas para os próximos meses.

INSCRIÇÕES ABERTAS PARA O FÓRUM CICB DE SUSTENTABILIDADE

As principais ferramentas que permitem identificar toda a origem e a jornada de transformação de um couro serão compartilhadas no dia 8 de março, no Fórum CICB de Sustentabilidade. O grande evento de ideias da cadeia curtidora terá neste ano o tema central Caminhos para a Rastreabilidade, ocorrendo durante a feira Fimec, em Novo Hamburgo/RS, a partir das 14h, presencialmente. Inscrições já abertas e gratuitas [clikando aqui](#).

Serão cinco palestras e um painel em que serão apresentadas ferramentas, soluções, a evolução e as perspectivas no campo da rastreabilidade. Geotecnologia, automação, o alcance de dados e os principais números do panorama atual da indústria de couros estarão em pauta com especialistas do Brasil e do exterior.



EXPO RIVA SCHUH DEVE GERAR MAIS DE US\$ 32 MILHÕES PARA CALÇADISTAS BRASILEIROS



A indústria calçadista brasileira iniciou 2023 com boas negociações no mercado internacional. A edição de inverno da Expo Riva Schuh, em Riva del Garda, na Itália, terminou com a comercialização de 680 mil pares, que geraram mais de US\$ 9 milhões para as 57 marcas presentes na feira, que ocorreu entre 14 e 17 de janeiro. Somando as expectativas em negócios que ficaram alinhavados na feira, o número salta para 2,15 milhões de pares e US\$ 32,2 milhões. A participação do Brasil foi promovida pelo Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações de calçados mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil).

Durante os quatro dias do evento, 8,6 mil visitantes de mais de 100 países circularam pelos corredores da mostra. A delegação brasileira esteve entre as quatro maiores delegações de fora da Europa desta edição. Segundo a analista de Relacionamento da Abicalçados, Aline Maldaner, a presença verde-amarela foi recorde nesta edição. “Os brasileiros estão muito bem posicionados na Expo Riva Schuh, seguimos mantendo o espaço conquistado e estamos crescendo. Sabemos que, historicamente, temos mais sucesso nas edições de verão da feira em decorrência do nosso tipo de produto, mas pudemos observar resultados bastante aproximados ao da edição de junho de 2022 (verão), o que deixou a maioria dos expositores muito satisfeitos com a participação no evento, alguns deles, inclusive, falando de resultados melhores que o esperado.”

Negócios

O diretor comercial da ADG Export (Dois Irmãos/RS), Fred Giteau, conta que a feira foi ótima com a consolidação de clientes e a abertura de novos. “Recebemos compradores de diversos países e conseguimos, pela primeira vez, avançar em um mercado que é muito difícil: o japonês. Fechamos pedidos de amostra para esse comprador do Japão e também para a Espanha, Itália, Polônia, Inglaterra e Estados Unidos. A expectativa de negócios está realmente muito boa”, destaca, ao dizer que o objetivo foi conquistado com sucesso.

Pela primeira vez na mostra, o Grupo Sugar Shoes (Picada Café/RS) finalizou a edição com fechamentos de pedidos e de amostras. “Queremos buscar a Europa, Oriente Médio e Ásia, e esse foi um primeiro passo com surpresas positivas. Tivemos pedidos fechados e de amostras com Israel, Singapura e Reino Unido”, afirma Mariana Martins, gerente de exportação do Grupo, ao confirmar que a empresa vai participar da edição de junho da mostra. “Para a visibilidade da marca nestes mercados é muito importante estar presente nestes eventos. Não teríamos abertos esses clientes se não tivéssemos participado.”

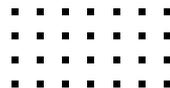
Voltando para a Expo Riva Schuh, a Sollu (Franca/SP) retorna ao Brasil com a certeza de que a aposta em participar foi acertada. “A feira ficou acima das nossas expectativas. Tivemos dois pedidos confirmados *in loco*, um deles com uma quantidade bastante expressiva para a empresa e muitos pedidos de amostras para países do Oriente Médio, Grécia, Israel, Bulgária, Inglaterra, Líbia e Bélgica”, comenta o gerente de exportação, Alessandro Oliveira, acrescentando que a empresa deve seguir expondo na próxima edição da Expo Riva Schuh, em junho.

Visitantes

A qualidade dos visitantes também foi destacada pela Pampili (Birigui/SP). “A feira recebeu compradores efetivos. Apesar de o movimento não ter sido tão intenso quanto o que estamos acostumados, todos estavam muito interessados em fazer negócios”, pontua Lismeire Santos, coordenadora de exportação da empresa, ao dizer que além dos agendamentos prévios, a calçadista abriu novos clientes em Portugal, Espanha e Itália. “Com essa edição da feira, já comercializamos 80% da quantidade de pares que havíamos planejado exportar neste primeiro semestre. Quantidade que já está 10% acima do que realizamos no primeiro semestre de 2022”, diz, ao ressaltar que a Pampili terminou o ano passado com recorde na exportação.

A quantidade de compradores que visitaram a feira foi superior em 7,5% em relação à edição anterior, conforme a organização. “Recebemos mais de 100 países. Grandes compradores internacionais vieram conhecer o que os mais importantes produtores de calçados do mundo estavam apresentando nesta que é uma grande vitrine”, salienta Gianpaola Pedretti, gerente geral da feira, ao dizer que a participação brasileira é muito importante. “Reunimos os maiores representantes da indústria calçadista mundial e o Brasil, como um dos maiores produtores, se destacou entre os expositores.”

Participaram da Expo Riva Schuh, com o apoio do Brazilian Footwear, as marcas ADG Export, Awana, Pyramidis, Usaflex, Carrano, Andacco, Beira Rio, Vizzano, Moleca, Modare Ultraconforto, Molekinha, Molekinho, Actvitta, BR Sport, Madeira Brasil, Werner, Pegada, Capelli Rossi, Jorge Bischoff, Loucos & Santos, Democrata, Piccadilly, Anatomic & Co, Moema, Archetti, Anatomic Prime, Cartago, Grendha, Copacabana, Azaleia, Grendene Kids, Kidy, Suzana Santos, Renata Mello, Azillê, Pampili, Ramarim, Comfortflex, Levecomfort, Leveterapia, Adrun, Ceconello, Alex Senne, CCR Shoes, Boaonda, Bibi, Dok, Dijean, Ortopé, Itapuã, New Face, Diversão, Street Star, Sollu, Ala, Zatz e Klin.



BRASILEIROS RETORNAM DA COLÔMBIA COM EXPECTATIVA DE US\$ 1,5 MILHÃO EM NEGÓCIOS

Moda, contatos e negócios marcaram a Missão Comercial do Brazilian Footwear na Colômbia. Com a participação de 25 marcas brasileiras de calçados, o evento realizado entre os dias 30 de janeiro e 3 de fevereiro nas cidades de Cali e Bogotá, deve gerar mais de US\$ 1,5 milhão em vendas efetivadas e alinhavadas. A ação foi promovida pelo Brazilian Footwear, programa de incentivo às exportações mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil).

Durante o showroom, os expositores receberam 173 contatos, destes, 128 novos. A expectativa é que sejam comercializados cerca de 143 mil pares, entre vendas realizadas *in loco* e alinhavadas no evento. De acordo com Carla Giordani, analista de Promoção Comercial da Abicalçados, o evento proporcionou um atendimento personalizado, realizado por meio do serviço de *matchmaking*, o que o tornou ainda mais efetivo. “Além disso, observamos que a consistência é muito importante, as empresas que participaram anteriormente conseguiram atingir resultados mais expressivos do que na edição passada”, comentou Carla, salientando o interesse dos compradores colombianos pelos calçados brasileiros.

Depois de participar do showroom, em julho do ano passado, a Parô, de São João Batista/SC, retornou ao evento com o objetivo de estreitar o relacionamento com compradores e abrir novos clientes. “Sabemos que temos bastante potencial de mercado, especialmente no segmento de produtos de maior valor agregado, com informação de moda, diferencial na construção, materiais e cores”, destacou Schirley Booz Sá, gerente de Exportação da Parô. Segundo ela, a Missão proporcionou o encontro com importantes *players* colombianos e a abertura de dois novos clientes.

De olho nas oportunidades, a Pé com Pé, de Birigui/SP, esteve pela primeira vez na ação, que superou as expectativas da empresa. De acordo com o gerente de Exportação, Rodrigo Babeto, a Colômbia se destaca por ser um mercado promissor, com potencial de consumo e grandes *players*, o que abre espaço para a indústria brasileira. “Nós já trabalhamos na Colômbia na modalidade *private label* e a intenção é aumentar a nossa presença no mercado, além de iniciar o trabalho com marca própria. Durante o showroom, recebemos compradores parceiros e também clientes com interesse em trabalhar com as marcas Pé com Pé e Vitz, e entendemos que estamos no caminho certo”, contou Babeto.



A compradora Maria Cristina Rodríguez, gerente de Produto da Comercializadora Arturo Calle SAS, de Bogotá, visitou o showroom em busca de novos fornecedores para o grupo, que já trabalha com mais de dez empresas brasileiras. “No ano passado conhecemos alguns fornecedores e agora queremos iniciar negócios com outros três que fizemos reuniões. A indústria de calçados do Brasil é gigante e traz tecnologia no calçado, oferecendo muito conforto em palmilhas e saltos. E os consumidores sabem que os produtos fabricados no Brasil são sinônimos de conforto e qualidade”, frisou Maria. A compradora ressaltou, ainda, a importância do investimento em sustentabilidade e ESG. “Esse tema é muito importante para nossa companhia e estamos buscando fornecedores alinhados. Não basta ter um produto ecológico, mas possuir processos sustentáveis, desde o trabalho no escritório até o destino final que damos para os resíduos da produção.”

Promoção de imagem

Em paralelo à agenda comercial, o Brazilian Footwear realizou ações para promover as marcas brasileiras, bem como a indústria nacional. Em Cali, os empresários receberam formadores de opinião, compradores e imprensa local em um coquetel com desfile dos produtos que estavam sendo apresentados. Já em Bogotá, a imprensa participou do Photocall, iniciativa que permite aos convidados conhecerem de perto as coleções e resulta em um editorial de fotos da moda verde-amarela. “Sabemos que o Brasil é uma referência quando o assunto é moda e essas iniciativas ajudam a posicionar nossas marcas e reforçar a imagem do calçado brasileiro, além de estreitar relacionamento não somente com a imprensa, mas também com os consumidores colombianos, que acabam sendo impactados pelas publicações”, ressaltou Alice Rodrigues, coordenadora de Promoção de Imagem da Abicalçados.

Informações de mercado

Antes do showroom abrir as portas em Cali, os expositores brasileiros participaram de uma visita técnica ao mercado, guiada pela compradora Catherine Ocampo, gerente geral da JCT Empresarial SAS, proprietária das lojas Josh, de Cali. O grupo visitou dois centros comerciais com foco em diferentes públicos com o intuito de entender posicionamento, preços e consumo. Para Catherine, as empresas brasileiras se destacam pelo conforto, insumos e matérias-primas diferenciados. “Vejo a oferta de produtos inovadores com materiais diversos como ponto forte a ser trabalhado pelos brasileiros na Colômbia.”

A programação contou ainda com um seminário preparatório com informações de mercado, dados econômicos e de comércio bilateral, além de tendências de moda e consumo. Participaram do seminário o chefe adjunto de Promoção Comercial da Embaixada do Brasil em Bogotá, Cesar de Oliveira Lima Barrio; a gerente de Desenvolvimento Setorial e Líder Comercial de Projetos Especiais de Fenalco - Federação Nacional de Comerciantes, María del Pilar Rivera Muñoz; e o COO do escritório da ApexBrasil na Colômbia, Marcello de Moraes Martins. Também estiveram presentes representantes do STF Group, proprietário das lojas Studio F, Studio F Man e Ela: Juan David Rivadeneira, gerente de Produto do grupo STF, Maria Camila Rubio, gerente de Coleções de Ela, e Maria Alejandra Campiño, compradora de Ela.

Participaram da Missão Comercial as marcas Parò Brasil, Parò Cool, 365 Days, Pampili, Opananken, Beira Rio, Moleca, Vizzano, Modare Ultraconforto, Molekinha, Molequinho, Actvitta, BR Sport, Macboot, Suzana Santos, Renata Mello, Azille, Kidy, Mar&Cor, Marina Mello, Kenner, Redley, Batatinha, Pé com Pé e Vitz.





BRAZILIAN FOOTWEAR

FEIRA ITALIANA TERÁ 64 MARCAS CALÇADISTAS BRASILEIRAS

A 95ª edição da Micam Milano, que acontece entre os dias 19 e 22 de fevereiro, nos pavilhões da Fiera Milano, em Milão/Itália, está mobilizando 64 marcas brasileiras de calçados. A participação nacional é apoiada pelo Brazilian Footwear, programa de fomento às exportações de calçados mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil).

A analista de Promoção Comercial da Abicalçados, Paola Pontin, destaca que as expectativas das marcas brasileiras são positivas, diante do incremento das exportações nacionais de calçados em 2022. “A Micam Milano é uma das maiores feiras comerciais do setor no mundo, recebendo mais de 30 mil visitantes de todos os continentes, a maior parte deles da Europa, com destaque para Itália, Espanha, França e Alemanha, além de um grande número de compradores norte-americanos e japoneses”, explica, ressaltando que a qualidade dos visitantes, somada à assertividade da organização por segmentos e nichos nos pavilhões, facilita as negociações. Na feira de fevereiro de 2022, conforme relatório da Abicalçados, foram gerados mais de US\$ 25 milhões entre negócios realizados in loco e alinhavados.

Sustentabilidade

Nesta edição, mais uma vez o Brazilian Footwear terá um estande detalhando cases de sustentabilidade da indústria calçadista brasileira. “A sustentabilidade é cada vez mais procurada por compradores estrangeiros. No ano passado, o estande com produtos sustentáveis fez grande sucesso e esperamos o mesmo neste ano”, projeta Paola, destacando que estarão expostos no espaço calçados de diferentes segmentos de empresas certificadas no âmbito do Origem Sustentável, única certificação de sustentabilidade para a cadeia calçadista no mundo.

Exportações

As expectativas para a feira são positivas, especialmente diante do crescimento das exportações brasileiras de calçados. Conforme dados gerados pela Abicalçados, no ano passado foram embarcados 141,9 milhões de pares, que geraram US\$ 1,3 bilhão em divisas, o maior resultado em 12 anos e que representou um aumento de 45,5% sobre 2021.

Participam da Micam Milano, com o apoio do Brazilian Footwear, as marcas Activitta, Adrun, Alex Senne, Anatomic Shoes, Andacco, Awana, Bebecê, Beira Rio, Bibi, BR Sport, Campesi, Cappelli Rossi, Carrano, Ceconello, Cocco New York, Comfortflex, Cristófoli, Dakota, Democrata, Dotz, Ferracini, Ferricelli, Guilhermina, Ipanema, Itapuã, Jorge Bischoff, Kolosh, Kolway, Lamara London, Levecomfort, Lia Line, Loucos & Santos, Luiza Barcelos, Luz da Lua, Madeira Brasil, Mississippi, Modare Ultraconforto, Moema, Moleca, Molekinha, Molequinho, New Face, Offline, Opananken Antitensor, Pampili, Pegada, Perlatto, Petite Jolie, Piccadilly, Pink Cats, Ramarim, Rider, Santa Lolla, Sapatoterapia, Savelli, Sua Cia, Tabita, Usaflex, Verofatto, Vicenza, Vizzano, Voices Culture, Werner, Wirth e Zaxy.

VINTE E NOVE MARCAS BRASILEIRAS PARTICIPAM DE CIRCUITO DE FEIRAS NOS EUA



Principal mercado internacional para o calçado brasileiro, os Estados Unidos serão alvo, entre os dias 12 e 23 de fevereiro, de uma ação do Brazilian Footwear. Com o objetivo de incrementar as exportações para o mercado norte-americano, o programa de fomento aos embarques de calçados mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) promove a participação de 29 marcas verde-amarelas no circuito de promoção comercial nos Estados Unidos.

A analista de Promoção Comercial da Abicalçados, Paola Pontin, conta que, no total, as marcas brasileiras participarão de quatro feiras comerciais que alcançam as principais áreas de consumo dos Estados Unidos. Além disso, a analista ressalta que as mostras abrangem diferentes perfis, segmentos e nichos de atuação. “Em 2022, os Estados Unidos foram fundamentais para o incremento das exportações brasileiras de calçados. No ano passado foram embarcados para lá quase 18 milhões de pares, que geraram US\$ 334,6 milhões, 46,4% mais do que em 2021”, comenta Paola, ressaltando que o objetivo é seguir crescendo naquele que é o maior mercado mundial de calçados. “Existe espaço para manutenção e para crescimento, principalmente pelo fato de que as empresas brasileiras estão cada vez mais preparadas para atender as diferentes demandas dos compradores norte-americanos”, avalia a analista.

A primeira parada será na Playtime NY, em Nova Iorque, entre os dias 12 e 14 de fevereiro. Na mostra, que comercializa coleções de calçados infantis para compradores norte-americanos e de alguns dos principais mercados do mundo, participam as marcas Cartago Kids, Dalai Kids, Ipanema Kids, Mini Melissa e Planet Sea.

Na sequência, 18 marcas verde-amarelas de diferentes segmentos e nichos de atuação participam da Magic/Project Las Vegas, entre os dias 13 e 15 de fevereiro. Participam do evento as marcas Activitta, Beira Rio, BR Sports, Carrano, Cartago, Ipanema, Klin, Melissa, Mini Melissa, Modare Ultraconforto, Moleca, Molekinha, Molequinho, Pegada, Savelli, Schutz, Vizzano e Zinzane.

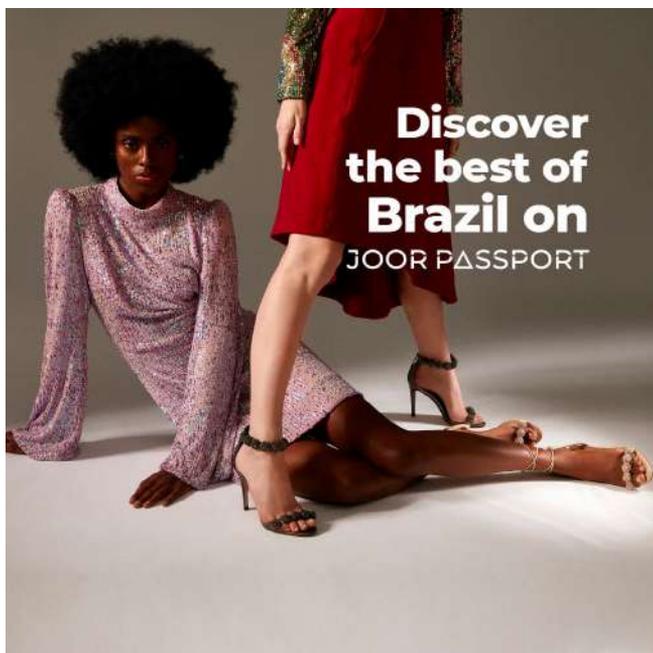
Uma das feiras que mais crescem nos Estados Unidos, a Atlanta Shoe Market receberá 16 marcas brasileiras entre os dias 18 e 20 de fevereiro, em Atlanta. Mostra promovida pela associação de representantes comerciais do sudeste norte-americano, é um evento voltado para negócios. Participam do evento as marcas Azillé, Bottero, Carrano, Cartago, Cartago Kids, Ipanema, Ipanema Kids, Melissa, Mini Melissa, Pegada, Petite Jolie, Piccadilly, Quick Shoes, Renata Mello, Schutz e Suzana Santos.

Finalizando o circuito, a Magic NY, em Nova Iorque, receberá 11 marcas brasileiras entre os dias 21 e 23 de fevereiro. Mostra voltada para o nicho de moda feminina, a Magic NY receberá as marcas Activitta, Beira Rio, BR Sports, Carrano, Modare Ultraconforto, Moleca, Molekinha, Molequinho, Petite Jolie, Vizzano e Zinzane.

BRAZILIAN FOOTWEAR BY JOOR DEVE GERAR US\$ 637 MIL EM NEGÓCIOS

A participação de seis marcas brasileiras na maior plataforma de negócios de moda B2B (*business to business*) do mundo, entre junho de 2022 e janeiro deste ano, deve gerar mais de US\$ 637 mil. O dado está no relatório da Abicalçados, entidade que promoveu a participação por meio do Brazilian Footwear, programa mantido em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil).

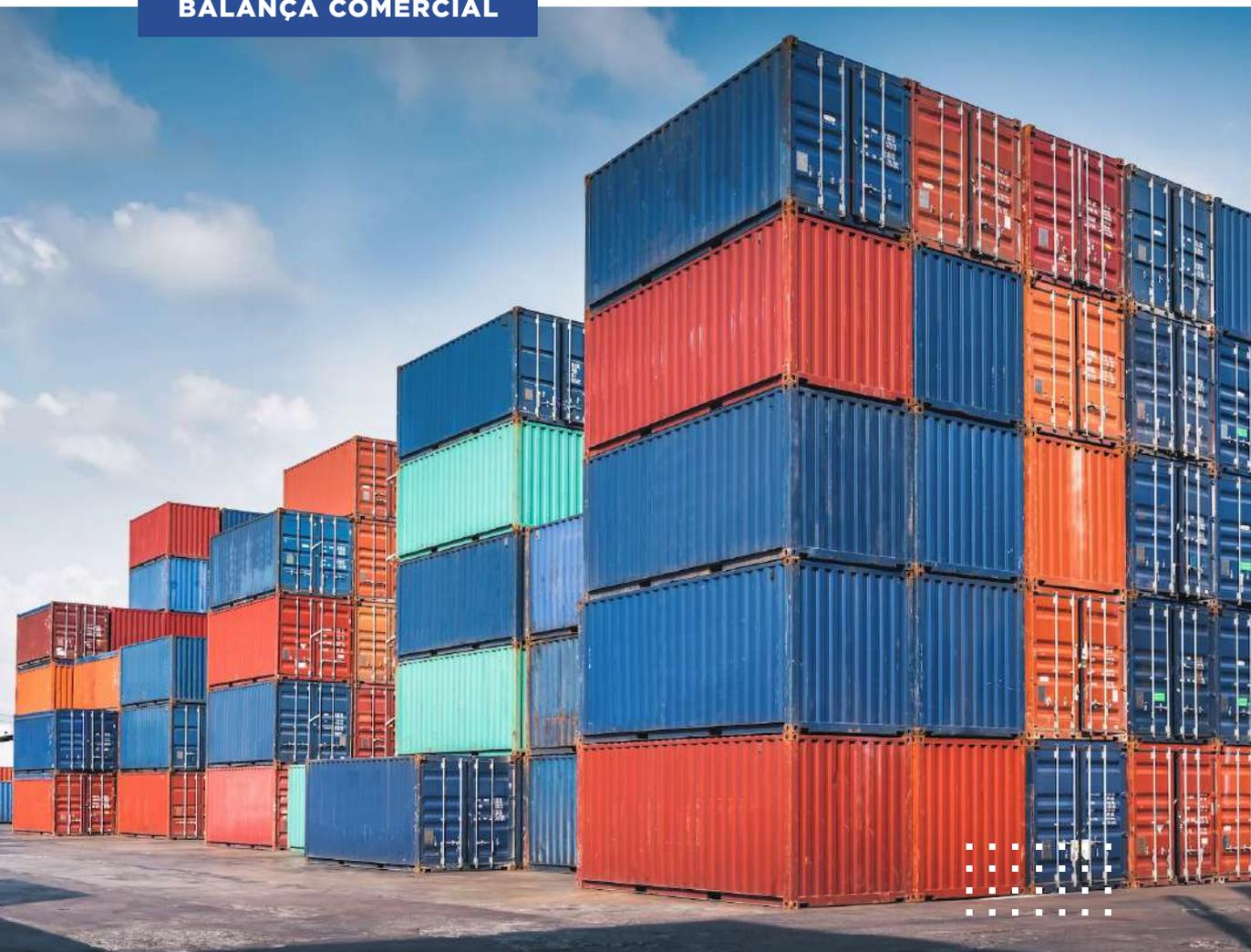
Com 355 mil compradores de 150 países cadastrados, a maior parte deles dos Estados Unidos, a Joor - [joor.com](https://www.joor.com) - vem ao encontro de uma tendência crescente de digitalização do mercado. “As plataformas digitais são vistas, pela indústria e pelos compradores, como uma forma complementar dos negócios no ambiente físico. É um movimento que deve seguir crescendo”, comenta Carla Giordani, analista de Promoção Comercial da Abicalçados. Segundo ela, no total, a edição gerou 102 contatos, 80 deles inéditos, com compradores internacionais. “A maior parte dos compradores eram dos Estados Unidos, mas as marcas brasileiras também reportaram contatos com importadores do Japão, Itália, Espanha, Austrália, Canadá, Uruguai e Chipre”, informa a analista.



Mercado

A participação, que permite a comercialização de calçados pela própria plataforma, aconteceu em um momento de recuperação das exportações do setor. No ano passado, conforme dados da Abicalçados, foram exportados 141,9 milhões de pares, que geraram US\$ 1,3 bilhão em divisas, números superiores tanto em volume (+14,8%) quanto em receita (+45,5%) em relação aos registrados em 2021, e o melhor registro em 12 anos.

Principal destino do calçado brasileiro no exterior, os Estados Unidos importaram 17,84 milhões de pares no último ano, gerando US\$ 334,6 milhões em divisas para os calçadistas brasileiros. Os resultados são superiores tanto em volume (+17,7%) quanto em receita (+46,4%) em relação a 2021.



EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS INICIAM O ANO EM ALTA

Dados elaborados pela Abicalçados apontam que, em janeiro, foram embarcados 14,63 milhões de pares, que geraram US\$ 117,9 milhões. Os resultados são superiores tanto em volume (+4,5%) quanto em receita (+16,6%) em relação ao primeiro mês de 2022.

Em janeiro, o crescimento dos pares embarcados aos países membros da União Europeia mais do que compensou as quedas registradas para Estados Unidos e Argentina, historicamente os dois principais destinos do calçado brasileiro. Segundo o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, as exportações para o bloco econômico cresceram 29% em receita e 27,9% em volume. “A desaceleração da inflação na região tende a beneficiar, gradativamente, o consumo de bens não essenciais, caso dos calçados”, avalia o executivo, ressaltando que o FMI revisou - para cima - a projeção de crescimento do PIB para a Zona do Euro, que deve variar 0,7% em 2023 - previsão anterior era de 0,5%.

EUA: principal destino

Mesmo registrando quedas em relação a janeiro de 2022, os Estados Unidos seguiram sendo o principal destino do calçado brasileiro no primeiro mês do ano. Em janeiro, foram embarcados para lá 1,26 milhão de pares por US\$ 23,4 milhões, resultados inferiores tanto em volume (-28%) quanto em receita (-9,5%) em relação ao mesmo período de 2022.

Em janeiro, a Argentina foi segundo principal destino do calçado verde-amarelo. No primeiro mês do ano, foram embarcados para o país vizinho 735,6 mil pares por US\$ 12,8 milhões, resultado 5,5% inferior em volume e 92,3% superior em receita na relação com janeiro de 2022.

BALANÇA COMERCIAL

Na sequência dos destinos, apareceram a Espanha (2 milhões de pares e US\$ 6,9 milhões, altas de 147,6% em volume e 137,8% em receita na relação com janeiro passado) e França (584,5 mil pares e US\$ 6 milhões, queda de 23% em volume e incremento de 8,8% em receita na relação com o mesmo íterim de 2022).

O dobro em importações

Impulsionadas pelas compras provenientes de países asiáticos, as importações de calçados dobraram em janeiro - em receita. No primeiro mês do ano, o Vietnã, principal origem das compras externas, embarcou para o Brasil 1,15 milhão de pares por US\$ 26 milhões, resultados superiores tanto em volume (+155%) quanto em receita (+175,3%) em relação a janeiro de 2022.

A segunda origem das importações de janeiro foi a Indonésia, de onde foram importados 381,4 mil pares por US\$ 8 milhões, aumentos tanto em volume (+57,7%) quanto em receita (+67,2%) em relação ao mesmo período do ano passado.

Completando o ranking de origem das importações de calçados apareceu a China. Em janeiro, foram importados de lá 1,35 milhão de pares por US\$ 6,35 milhões, resultados superiores tanto em volume (+2,8%) quanto em receita (+32,4%) em relação ao ano passado.

Em partes de calçados - cabedais, solados, saltos, palmilhas etc -, as importações de janeiro somaram US\$ 2,7 milhões, 35% mais do que no mesmo intervalo de 2022. As principais origens foram China, Paraguai e Vietnã.



EXPORTAÇÕES

PRINCIPAIS ORIGENS

Três primeiros estados do ranking e o total do período

CE

CEARÁ

JAN 2022: 6,12 milhões de pares
JAN 2023: 5,89 milhões de pares
VARIAÇÃO: -3,7%

SP

SÃO PAULO

JAN 2022: 1,85 milhão de pares
JAN 2023: 2,93 milhões de pares
VARIAÇÃO: 58%

RS

RIO GRANDE DO SUL

JAN 2022: 3,41 milhões de pares
JAN 2023: 2,83 milhões de pares
VARIAÇÃO: -17,1%

TOTAL

JAN 2022: 13,99 milhões de pares

JAN 2023: 14,63 milhões de pares

VARIAÇÃO: 4,5%



IMPORTAÇÕES

PRINCIPAIS ORIGENS

Três primeiros países do ranking e o total do período

ITÁLIA

JAN 2022: 1,32 milhão de pares
JAN 2023: 1,35 milhão de pares
VARIAÇÃO: 2,8%

VIETNÃ

JAN 2022: 452,73 mil pares
JAN 2023: 1,15 milhão de pares
VARIAÇÃO: 155,1%

INDONÉSIA

JAN 2022: 241,93 mil pares
JAN 2023: 381,43 mil pares
VARIAÇÃO: 57,7%

TOTAL

JAN 2022: 2,58 milhões de pares

JAN 2023: 3,25 milhões de pares

VARIAÇÃO: 16,8%

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

ABINFORMA

Fevereiro 2023 N° 370 - Ano 33

 abicalcados
 abicalcadosoficial
 abicalcados
 company/abicalcados
 abicalcados



ABICALÇADOS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS
INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

www.abicalcados.com.br