

ABINFORMA

INFORMATIVO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

JUNHO 2023 | Nº 374 | ANO 33



ESPECIAL

SUSTENTABILIDADE: UMA REALIDADE SEM VOLTA PARA A CADEIA PRODUTIVA DO CALÇADO

LER MATÉRIA | PÁGINAS 6, 7, 8, 9, 10 E 11



SUSTENTABILIDADE PARA COMPETITIVIDADE

Haroldo Ferreira
Presidente-executivo da Abicalçados

A sustentabilidade, mais do que uma tendência de preservação ambiental, hoje é também uma questão de mercado. Quando tratamos de sustentabilidade, no entanto, não estamos falando apenas da dimensão ecológica, mas também econômica, social e cultural.

Identificando essa tendência, em 2013 nasceu a primeira versão do Orígem Sustentável, que mais do que certificar as indústrias da cadeia produtiva do calçado que possuam práticas sustentáveis, incluindo fornecedores e fabricantes, tinha uma mensagem muito clara: para sobreviver em um mercado altamente concorrido, diante de práticas muitas vezes desleais, é preciso estar em consonância com os anseios do consumidor, cada vez mais preocupado com a preservação do planeta e com os direitos humanos. Foi justamente por isso que o programa nasceu, construído em conjunto pela Abicalçados e pela Assintecal, a primeira representante do produtor de calçado e a segunda dos seus fornecedores. Afinal, todos os elos precisam estar alinhados nesse propósito. Sem processos produtivos sustentáveis é impossível ter um calçado sustentável.

Nestes dez anos, o programa passou por algumas mudanças, para torná-lo ainda mais assertivo. Nos últimos anos, temos intensificado a comunicação do Orígem Sustentável no âmbito internacional e com grande sucesso. Afinal, não são somente os consumidores brasileiros que estão buscando por produtos de empresas com propósito em consonância com os conceitos de ESG, são os compradores de todo o mundo.

Ficamos satisfeitos com o fato de que, puxadas por essa tendência de mercado, as empresas busquem não somente uma produção sustentável, mas também uma certificação que comprove isso. Neste contexto, já temos cerca de 100 empresas certificadas ou em fase de certificação no programa, que entenderam a importância de adotar práticas sustentáveis também para o incremento dos negócios, com ganhos de imagem, produtividade e até mesmo economia de recursos.

No Abinforma de junho, o mês em que se comemora o Dia do Meio Ambiente (6), temos como macrotema a Sustentabilidade, nas suas esferas ambiental, social, econômica e cultural.

Boa leitura!



CONHEÇA A ABICALÇADOS

CONSELHO DELIBERATIVO

Presidente: Caetano Bianco Neto

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

CONSELHEIROS HONORÁRIOS

Rosnei Alfredo da Silva e Paulo Roberto Schefel

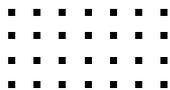
CONSELHO FISCAL

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

PRESIDENTE-EXECUTIVO

Haroldo Ferreira

SUMÁRIO



ABI NA MÍDIA

4 CONFIRA NOTÍCIAS SOBRE O SETOR QUE FORAM DESTAQUE NA IMPRENSA

ESPECIAL

6 SUSTENTABILIDADE: UMA REALIDADE SEM VOLTA PARA A CADEIA PRODUTIVA DO CALÇADO

ABINOTÍCIAS

12 BFSHOW ABRE CREDENCIAMENTO PARA VISITAÇÃO

ABINOTÍCIAS

14 DESONERAÇÃO DA FOLHA AVANÇA NO CONGRESSO NACIONAL

ABINOTÍCIAS

15 COM LEVE RETRAÇÃO, PRODUÇÃO DE CALÇADOS JÁ REFLETE NO NÍVEL DE EMPREGO

ABINOTÍCIAS

16 ABICALÇADOS APRESENTA BFSHOW PARA GESTORES DO SEBRAE

ABINOTÍCIAS

17 AUSTRÁLIA ABRE OPORTUNIDADES PARA CALÇADOS BRASILEIROS

ABINOTÍCIAS

18 CALÇADISTAS DE DIFERENTES SEGMENTOS BUSCAM ASSOCIAÇÃO COM A ABICALÇADOS

ABI ENTREVISTA

19 LÓTUS AUMENTARÁ A PRODUÇÃO EM 50% EM 2024

ACONTECE NOS POLOS

22 INSPIRAMAIS DESTACA O TRABALHO MANUAL NA MODA

OLHAR DE ESPECIALISTA

23 POR QUE FAZER AUDITÓRIAS DE SISTEMAS DE GESTÃO?

BRAZILIAN FOOTWEAR

24 ENTIDADES CALÇADISTAS FORTALECEM COMPROMISSO COM EQUIDADE DE GÊNERO

BRAZILIAN FOOTWEAR

25 MISSÃO COMERCIAL NA COLÔMBIA DEVE GERAR US\$ 6,6 MILHÕES

BRAZILIAN FOOTWEAR

27 BRASIL TERÁ PARTICIPAÇÃO RECORDE NA FEIRA ITALIANA EXPO RIVA SCHUH

BALANÇA COMERCIAL

28 EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS CAÍRAM EM MAIO

ABINFORMA

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

Junho 2023 Nº 374 - Ano 33

EDIÇÃO

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

TEXTOS

Diego Rosinha (Mtb. 13.096)

FOTOS

Equipe Abicalçados e Divulgação

PRODUÇÃO GRÁFICA

Gabriel Dias | @gabrieldias.ppg

CONTATO

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

REDES SOCIAIS

abicalcados
 abicalcadosoficial
 abicalcados
 company/abicalcados
 abicast
 abicalcados

PRIMEIRA EDIÇÃO DA BRAZILIAN FOOTWEAR SHOW SERÁ REALIZADA EM NOVEMBRO



01 DE MAIO DE 2023 FASHION NETWORK | GERAL

A primeira edição da BFSHOW, além de convidar compradores nacionais, terá projetos de promoção comercial e de imagem voltados para a exportação. "Estamos vivendo um momento histórico para o setor calçadista nacional, no qual ele está, por meio da sua associação, promovendo a sua própria feira. Por isso, não surpreende termos representantes de quase todos os polos calçadistas, portes e segmentos produtivos de uma indústria que, no ano passado, produziu quase 850 milhões de pares e é considerada a maior do Ocidente. A BFSHOW quebra um paradigma importante e, focada em negócios e transparência, é hoje a feira mais democrática do País", comenta o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira.

Leia a matéria completa aqui

REONERAÇÃO DA FOLHA PODE AFETAR O SETOR CALÇADISTA



05 DE MAIO DE 2023 JORNAL DO COMÉRCIO | ECONOMIA

Prevista para expirar em até 31 de dezembro de 2023, a medida que desonera a folha de pagamento dos 17 setores da economia preocupa especialmente o segmento calçadista gaúcho. Estudo realizado pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) aponta uma possível queda de mais de 20% na produção, com possibilidade de fechar mais de 10 mil postos de trabalho no Rio Grande do Sul (e cerca de 30 mil no País). Neste contexto, as entidades setoriais impactadas pela lei estão unidas pela aprovação do PL 334/2023, do senador Efraim Filho (União-PB), que propõe a continuidade da isenção até 2027. Ainda em tramitação na capital federal, a matéria será debatida em uma audiência pública no próximo dia 23 de maio, para posteriormente ir à votação no Senado Federal.

Leia a matéria completa aqui

MERCADO INTERNO DEVE PUXAR O AUMENTO DO CONSUMO DE CALÇADOS NO PAÍS EM 2023



02 DE MAIO DE 2023 EXCLUSIVO | GERAL

Em 2023, o crescimento do setor calçadista brasileiro será impulsionado pelo mercado interno, que absorvendo 85% das vendas, deve consumir entre 754 milhões e 757 milhões de pares, altas entre 3% e 3,4% ante 2022 - crescimento que ainda situa o mercado interno cerca de 7% abaixo do nível pré-pandemia (2019). A projeção foi divulgada pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), durante o evento Análise de Cenários, no dia 25 de abril. Conforme o doutor em Economia e consultor setorial da Abicalçados, Marcos Léris, a inflação mundial elevada nas principais economias, o ajuste de estoques nos Estados Unidos, a redução dos preços dos fretes internacionais e a retomada da China após um período de restrições provocado pela política de Covid Zero devem impactar nas exportações brasileiras.

Leia a matéria completa aqui

AGÊNCIA QUE INCENTIVA EXPORTAÇÃO AMPLIA APOIO A CALÇADISTAS

FAZENDO A FRENTE / NOTÍCIA

Agência que incentiva exportação amplia apoio a calçadistas

Além de programa específico de exportação, Apex vai estimular outras iniciativas do segmento que ajudam nas vendas ao Exterior

08/05/2023 11h40min COMPARTILHE:   

MARTA SFREDO
@marta_sfredo

A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), que até agora apoiava o Brazilian Footwear, programa de apoio às vendas ao Exterior do segmento, vai ampliar o incentivo ao setor calçadista.

Em acordo assinado na sexta-feira (5) entre Apex e Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), o órgão ligado ao governo federal passa a estimular outras iniciativas que tenham impacto direto na exportação, como o programa Origem Sustentável - de certificação ESG do segmento - e as feiras organizadas pela entidade.

Conforme Haroldo Ferreira, presidente-executivo da Abicalçados, o primeiro efeito prático da extensão da parceria

RBS BRAND STUDIO

LEIA MAIS

Calçadistas brasileiros

[Leia a matéria completa aqui](#)

08 DE MAIO DE 2023
ZERO HORA | GERAL

A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), que até agora apoiava o Brazilian Footwear, programa de apoio às vendas ao Exterior do segmento, vai ampliar o incentivo ao setor calçadista. Em acordo assinado na sexta-feira (5) entre Apex e Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), o órgão ligado ao governo federal passa a estimular outras iniciativas que tenham impacto direto na exportação, como o programa Origem Sustentável - de certificação ESG do segmento - e as feiras organizadas pela entidade. Conforme Haroldo Ferreira, presidente-executivo da Abicalçados, o primeiro efeito prático da extensão da parceria será trazer compradores internacionais de todos os continentes para a feira Brazilian Footwear Show (BFShow), que terá sua primeira edição entre 21 e 23 de novembro, no Centro de Eventos da Fiegs. [Leia a matéria completa aqui](#)

PRODUÇÃO DE CALÇADOS CRESCER NO PRIMEIRO TRIMESTRE

PIILAR OLIVARES/REUTERS

SOBE

Produção de calçados cresce no primeiro trimestre

JF DEODORO/ESTADÃO

A produção de calçados no primeiro trimestre cresceu 2%, segundo estudo da Abicalça-




11 DE MAIO DE 2023
O ESTADO DE S. PAULO | ECONOMIA & NEGÓCIOS

A produção de calçados no primeiro trimestre cresceu 2%, segundo estudo da Abicalçados, com base em dados do IBGE. Foram 195 milhões de pares, ante 191,4 milhões do mesmo período do ano anterior. Haroldo Ferreira, presidente da entidade, afirma que as perspectivas são de dificuldades para o setor nos próximos meses e que o setor pode registrar queda de 0,8% no segundo trimestre do ano.

PAPETE DE MILHÕES: USAFLEX MIRA R\$ 610 MI APÓS CHOQUE DE GESTÃO E CONFORTO NA MODA

REVISTA EXAME

Papete de milhões: Usaflex mira R\$ 610 mi após choque de gestão e conforto na moda

O uso de calçados confortáveis, como papetes, rasteirinhas e sandálias, ganhou força na quarentena e segue na moda. Tudo isso para a alegria da Usaflex e outras marcas que tinham uma produção artesanal

Usaflex: mudança de perfil do consumidor foi impulsionada pela pandemia (Laurindo Fonseca/Exame)

Isabella Rovato
Publicado em 25 de maio de 2023, 09h00
Última atualização em 25 de maio de 2023, 19h23

A calçadista gaúcha Usaflex é um bom exemplo de empresa brasileira que passou por um choque de gestão e hoje cresce rápido por ter adotado uma estratégia em linha com tendências globais. Por isso, serve de inspiração para milhões de negócios de pequeno e médio porte também dispostos a competir de igual para igual com concorrentes estrangeiros.

Fundada em 1988, em Ijuí/RS, cidade de 40.000 habitantes e 90



25 DE MAIO DE 2023
EXAME | GERAL

O uso de calçados confortáveis, como papetes, rasteirinhas e sandálias, ganhou força na quarentena e segue na moda. Tudo isso para a alegria da Usaflex e outras marcas que tinham uma produção artesanal. A calçadista gaúcha Usaflex é um bom exemplo de empresa brasileira que passou por um choque de gestão e hoje cresce rápido por ter adotado uma estratégia em linha com tendências globais. Por isso, serve de inspiração para milhões de negócios de pequeno e médio porte também dispostos a competir de igual para igual com concorrentes estrangeiros. A concorrência feroz da China, inclusive dentro do Brasil, fechou fábricas, dizimou empregos e reduziu a produção. Em 2022, o país produziu 849 milhões de pares de sapatos, uma queda de 10% em sete anos, de acordo com registros da Abicalçados, a associação do setor. De 2020 para cá, a indústria dá passos para recuperar o protagonismo global de antes - só que com calçados com design e maior valor agregado. Durante a quarentena, o desabastecimento de insumos fabricados em países asiáticos, sobretudo na China, apavorou empresas no Ocidente. Muitas decidiram trazer para mais perto o rol de fornecedores, num fenômeno global chamado de near-shoring (algo como "produção nas proximidades", numa tradução livre). [Leia a matéria completa aqui](#)



SUSTENTABILIDADE: UMA REALIDADE SEM VOLTA PARA A CADEIA PRODUTIVA DO CALÇADO

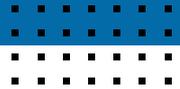


Realizado pela Abicalçados em parceria com a Assintecal para certificar práticas alinhadas aos conceitos de ESG (*Environmental, Social and Governance*) na cadeia produtiva do calçado, o Origem Sustentável está em franca expansão. Única certificação para o segmento em nível internacional, o programa cresceu 75% no último ano, alcançando cerca de 100 empresas produtoras de calçados e seus fornecedores certificados ou em processo de certificação. Essas empresas, segundo levantamento da Abicalçados, respondem por 45% da produção nacional de calçados - de 848 milhões de pares no ano passado.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que a busca pela certificação é crescente no Brasil, pois as empresas entenderam a importância não somente de assumir as práticas ESG, mas certifi-cá-las e comunicá-las ao mercado nacional e internacional. Segundo o executivo, o setor calçadista brasileiro é um dos mais sustentáveis do mundo. Um recente levantamento realizado pela Abicalçados junto a empresas do setor aponta que 95% das respondentes já trabalham com a destinação ambientalmente correta dos seus resíduos produtivos, recolocando-os na produção, reciclando ou até mesmo os transformando em fertilizantes ou material de construção. Já as empresas que utilizam 100% da energia elétrica proveniente de fontes renováveis estão em 62%, ao passo que 74% das indústrias já produzem inventários de emissão de gases do efeito estufa com o objetivo de diminuir a emissão.

Consumidores puxam o movimento

Como todo o fenômeno cultural, a sustentabilidade deve ser puxada pela sociedade. Neste contexto, consumidores do mundo inteiro estão cada vez mais preocupados com a preservação ambiental, o respeito aos direitos humanos e uma economia justa. Dados da McKinsey apontam que as estratégias de ESG podem afetar os lucros operacionais em até 60%, ao passo que mais de 80% dos consumidores mundiais se dizem mais leais a empresas que apoiam questões sociais ou ambientais. “O movimento de ESG é uma realidade internacional e está cada vez mais presente na cadeia produtiva do calçado. Empresas que não se adaptarem a esses novos tempos, certamente terão dificuldades de sobrevivência. A sustentabilidade não é um diferencial, é uma condição essencial para a competitividade”, destaca a superintendente da Assintecal, Silvana Dilly.



Calçados Beira Rio: uma gigante sustentável

Uma das maiores produtoras de calçados do mundo, a Calçados Beira Rio, de Novo Hamburgo/RS, é uma das gigantes certificadas no nível máximo do Origem Sustentável, o Diamante. Como a sustentabilidade abrange diferentes pilares, a diretora Comercial e de Marketing da empresa, Maribel Silva, lista uma série de iniciativas realizadas pela calçadista. Na área ambiental, por exemplo, se destaca o projeto de reaproveitamento dos resíduos do processo produtivo na confecção de novos itens da produção, como palmilhas, e materiais de ponto de venda. A empresa também utiliza matérias-primas de origem renovável, como, por exemplo, o PVC presente nos solados, que são produzidos com até 70% de matéria-prima de fontes renováveis. “No mix de produtos, ainda é possível identificar tecidos com fios de poliéster reciclado e com garrafas de pet pós-consumo”, acrescenta a diretora, ressaltando que a empresa também utiliza 100% de energia limpa e realiza logística reversa de suas embalagens enviadas ao mercado.



Na área social, o destaque é o programa Empresa Acessível, que desde 2011 possui o objetivo de assegurar uma cultura organizacional que confirme o direito de acesso ao trabalho e que permita acolher e incluir pessoas com deficiência dentro dos seus processos fabris, estimulando-as a prover seus meios de vida, de forma a se sentirem inseridas no âmbito social e familiar. A empresa também apoia projetos por meio de leis de incentivo, que envolvam cultura e educação.

Assim como ganhos de imagem no mercado, as iniciativas de ESG acabam por gerar economia para a Calçados Beira Rio. Maribel conta que as práticas trazem benefícios em todos os âmbitos da empresa, alcançando a todos os *stakeholders* e melhorando os processos, gerando produtividade e redução de custos, com foco em um melhor aproveitamento dos recursos naturais, com o menor impacto possível ao meio ambiente.

Segundo ela, de 2012 a 2021, a empresa transformou mais de 24 mil toneladas de resíduos, o que resultou em uma redução de 37 mil toneladas de gás de efeito estufa, além da economia de 181 milhões de litros de água.

Como a sustentabilidade é uma jornada sem fim, a Calçados Beira Rio não irá parar por aí. Maribel anuncia que está em fase final de testes uma usina de pirólise desenvolvida em conjunto com a Universidade de Caxias do Sul. “Quando estiver funcionando em plena capacidade, a usina gerará 1,45 megawatts-hora (MWH), ou seja, a bioenergia produzida será 281% maior do que a empresa consome, podendo alimentar outras instalações”, adianta a diretora, ressaltando que o projeto exigiu um investimento inicial de R\$ 15 milhões.

Empregando diretamente 10 mil pessoas, a Calçados Beira Rio produz, em média, 500 mil pares de calçados todos os dias, dos quais exporta 15% para 97 países, principalmente da América Latina.



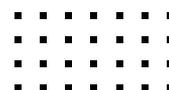
Pampili: sustentando um futuro melhor

A criação da cultura da sustentabilidade é um compromisso social. Diante do desafio de criar bases mais conscientes, a Pampili, fabricante de calçados infantis de Birigui/SP, busca conscientizar suas pequenas consumidoras desde muito cedo. Trabalhando, desde sua fundação, com o compromisso de cuidar, desenvolver e elevar a consciência na evolução de seus *stakeholders* na construção de um futuro melhor e mais sustentável, a Pampili, entre seus destaques, tem o Projeto Eco Amigável. Trata-se de uma linha de produtos feitos com um percentual de material reciclado - aparas de contraforte, retalhos de solas etc. Já o PVC micro expandido usado na fabricação dos calçados é isento de metais pesados e ftalatos - substância química prejudicial à saúde humana e dos animais.

No que diz respeito aos processos produtivos, a Pampili adquire energia proveniente de fontes naturais - solar, eólica, biomassa, hidrelétricas, entre outros - e trabalha o Instituto Terra do Rosa, que compreende projetos que foram construídos para atender os filhos dos colaboradores, representando a materialização do propósito institucional de transformar o mundo em lugar melhor.

A CEO da empresa, Maria Mestriner Colli, destaca a importância do reconhecimento de ações de sustentabilidade da Pampili. “Todas as ações dentro da Pampili são pensadas para promover a sustentabilidade, tanto ambiental quanto social, e ter essas práticas certificadas nos traz vantagens até mesmo competitivas”, avalia. Segundo Maria, agora o desafio da empresa é a conquista do nível máximo do Origem Sustentável, o Diamante - hoje a empresa é Ouro. “Estamos trabalhando com foco em consolidar nossa Política de Sustentabilidade para toda a Nação Pampili - empresa e seus *stakeholders*. Também realizaremos reuniões mensais com o nosso Comitê de Sustentabilidade para apresentação e gestão dos resultados referentes aos compromissos assumidos e a capacitação dos colaboradores para a sustentabilidade.”

A empresa emprega mais de 1,8 mil colaboradores, que produzem, diariamente, 13,5 mil pares de calçados e mil bolsas, dos quais exportam cerca de 10% para mais de 40 países, com destaque para Ásia, Europa e América Latina.



Grupo Ramarim: redução de custos



O Grupo Ramarim, fabricante de calçados femininos de Nova Hartz/RS certificado no nível Diamante do Origem Sustentável, enxerga na sustentabilidade uma forma de cuidar do planeta e também dos cofres da empresa. Reportando uma economia de mais de R\$ 20 milhões desde quando passou a adotar iniciativas como a reciclagem ou reaproveitamento de 100% dos resíduos do processo produtivo, retornando-os à produção como novos componentes para calçados (palmilhas, contrafortes, couraças, saltos e solados), a empresa utiliza fontes de energia 100% renováveis e ainda gerencia a redução de emissão de gases do efeito estufa e compostos orgânicos voláteis.

Ainda no pilar ambiental, o Grupo Ramarim desenvolveu o Programa de Educação Ambiental, com o intuito de conscientizar e sensibilizar seus colaboradores quanto aos aspectos relativos ao meio ambiente. O desenvolvimento do PEA tem como premissa sensibilizar os colaboradores quanto às questões de preservação e conservação da natureza, contribuindo para uma melhoria no nível de conscientização e de atuação desses indivíduos com relação ao seu ambiente de trabalho e seu processo produtivo. O diretor de Inovação e Tecnologia da empresa, Rodrigo de Oliveira, conta que a Ramarim desenvolve projetos de cunho ambiental junto a seus fornecedores e parceiros, visando a sustentabilidade do negócio, promovendo a reutilização de resíduos no processo produtivo. "Entre os compromissos do Grupo com o meio ambiente está o de compensar 100% das emissões de CO2 até 2024 e utilizar 100% da captação da água da chuva no ambiente interno", projeta Oliveira.

No pilar social, a empresa disponibilizou treinamento para o desenvolvimento de gestores e líderes de seus diversos setores organizacionais. O Grupo também disponibiliza ajuda de custo para a formação nos níveis técnico e superior na área do calçado por meio de uma parceria com o SENAI.

Uma das principais fabricantes brasileiras de calçados femininos, a empresa tem uma produção de mais de 50 mil pares de calçados diários e emprega, diretamente, mais de 7 mil colaboradores.



Calçados Pegada: mudança cultural

A fabricante de calçados masculinos e femininos Calçados Pegada, de Dois Irmãos/RS, é outra empresa engajada no Origem Sustentável. Certificada no nível Diamante, a fabricante vem transformando não somente a cultura corporativa, mas também dos seus *stakeholders*. O gerente administrativo da empresa, Gabriel Ranft, conta que a certificação deu vida e nova identidade para a forma como a Pegada e os seus colaboradores compreendem o tema sustentabilidade, abrindo os horizontes culturais. “As principais ações e benefícios foram a criação do núcleo de trabalho multidisciplinar, sendo o principal benefício para a organização o uso do Framework do Origem Sustentável para a organização e formalização dos assuntos que andavam soltos pela companhia”, conta o gerente.



Entre os destaques que levaram a Pegada a conquistar a certificação estão a criação de um Núcleo de Sustentabilidade, a confecção do primeiro inventário de Efeito Estufa, que monitora as emissões de gases da atividade produtiva, as doações para os atingidos por enchentes na Bahia, para hospitais, escolas e entidades beneficentes, como Apae, Lar da Criança com Câncer, entre outros. Na área social, mais especificamente dentro das unidades, a empresa mantém 82% do seu quadro de gerência preenchido por mulheres e fomenta a economia local comprando de fornecedores de regiões onde atua, entre outras questões.

Conforme o Relatório de Sustentabilidade da empresa, hoje 22% das embalagens que saem da Pegada são compensadas em um processo de logística reversa. “Mas queremos ampliar esse número nos próximos anos”, projeta Ranft. A empresa também reduziu, e vem reduzindo, o uso de energia elétrica por meio da maior conscientização dos colaboradores e vem dando preferência ao uso de fontes renováveis (eólica, solar, biomassa etc), adquiridas no chamado Mercado Livre. A redução do uso de combustíveis fósseis também é uma realidade na empresa, que reduziu sua utilização em quase 35%. No que diz respeito ao produto, a calçadista reporta a reciclagem e reaproveitamento de resíduos termoplásticos pela moagem de solados, EVA e PU sobras do processo produtivo, recolocando o material de volta na produção e diminuindo o resíduo gerado.

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

Calçados Ala: jornada pela sustentabilidade

Bastante democrático, o programa Origem Sustentável acolhe empresas que estão em fases diferentes com relação à sustentabilidade no processo produtivo. Afinal, a sustentabilidade tem um início, mas não tem um final. É uma jornada contínua, na qual o principal passo é o primeiro. Uma das empresas que vem incrementando suas iniciativas sustentáveis é a Calçados Ala, de São João Batista/SC. Certificada no nível Prata, a empresa catarinense recicla todo o papelão utilizado na produção e aboliu o uso de copos plásticos no ambiente fabril. Em cinco anos, segundo o diretor da empresa, Jonatha dos Santos, foram poupados mais de 6 milhões de copos plásticos. Já a reciclagem de papelão chega a mais de 25 toneladas por ano.

Em termos de produtos, a calçadista lançou, em julho de 2020, a coleção Zatz Eco, produzida com cabedal 100% em knit desenvolvido com garrafas pet. São oito garrafas pet por par, garrafas que seriam descartadas. O calçado tem também solado de PVC expandido produzido com palha de arroz, que concede ainda mais apelo de sustentabilidade ao produto. “Para as próximas coleções, a meta é produzir ainda mais linhas com apelo sustentável. Vejo, principalmente, o mercado internacional, que absorve 30% da nossa produção, mais preocupado com sustentabilidade. A adoção de produtos e produção mais sustentáveis é um foco constante da Ala”, conclui Santos.

Sobre o Origem Sustentável

O Origem Sustentável é a única certificação de ESG e sustentabilidade no mundo voltada para as empresas da cadeia calçadista. Baseado nas melhores práticas internacionais de sustentabilidade, segue a diretriz de 104 indicadores distribuídos em cinco dimensões: econômica, ambiental, social, cultural e gestão da sustentabilidade. As categorias são Diamante (+80% dos indicadores alcançados), Ouro (+60%), Prata (+40%) e Bronze (+20%). As auditorias são realizadas por órgãos independentes como SENAI, SGS, ABNT, Intertek, Bureau Veritas e DNV. Conheça a certificação no site origemsustentavel.org.br.



BFSHOW ABRE CREDENCIAMENTO PARA VISITAÇÃO

A primeira edição da Brazilian Footwear Show - BFSHOW, que acontece no Centro de Eventos da Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul (Fiergs), em Porto Alegre/RS, nos próximos dias 21 a 23 de novembro, está com [credenciamento](#) aberto para visitantes. O evento, realizado pela Abicalçados em parceria com a NürnbergMesse Brasil, já tem a presença garantida de empresas de 70% dos polos calçadistas brasileiros e de todos os segmentos.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que a maioria das marcas já confirmadas estarão exclusivamente com a BFSHOW. “É um voto de confiança de um setor que encampou a ideia de ter uma feira própria, na qual quem comanda é o mercado e seus anseios. Outro diferencial é que o evento não é realizado por um terceiro, é realizado pela associação que representa a indústria calçadista brasileira, com a verba proveniente dele sendo revertida em pautas e projetos de interesse do setor, visando defender, desenvolver e promover o calçado brasileiro”, comenta o dirigente, citando o exemplo da maior feira comercial do mundo, a Micam Milano, que é realizada pela associação de calçadistas da Itália. “E não precisamos falar sobre a potência do calçado italiano. São atitudes corajosas que tornarão o calçado brasileiro um protagonista mundial”, acrescenta Ferreira, destacando que a Abicalçados já possui mais de duas décadas de experiência em feiras internacionais apoiadas pelo Brazilian Footwear.

Com expectativa de receber mais de 10 mil visitantes especializados nacionais e estrangeiros nos três dias de realização, a BFSHOW também conta com o apoio da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), que está mobilizando seus nove escritórios internacionais - nos Estados Unidos (Miami e São Francisco), nos Emirados Árabes Unidos (Dubai), em Israel (Jerusalém), na Colômbia (Bogotá), na China (Pequim e Xangai), na Bélgica (Bruxelas) e na Rússia (Moscou) - para a atração de compradores. “Também teremos uma edição do Projeto Comprador Internacional, que irá somar mais importadores de relevância internacional ao evento”, adianta a gestora de Projetos da Abicalçados, Letícia Sperb Masselli. Outro diferencial, continua Letícia, é que a entidade está recebendo indicações de *players* internacionais dos próprios expositores, o que tornará a ação ainda mais efetiva. “Certamente, teremos na feira muitos dos principais compradores de calçado do mundo”, conclui.

Diferencial

Outro fator que chama a atenção na realização da chamada Feira do Calçado Brasileiro é ter na operação um dos principais grupos promotores de mostras do mundo, o alemão NürnbergMesse. 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.

O CEO do grupo no Brasil, João Paulo Picolo, ressalta a capacitação e experiência da equipe da promotora, bem como o profissionalismo para entregar uma feira diferente do que o mercado vem apresentando com relação às mostras do setor. “O foco será resultados e negócios. Preparamos, por exemplo, uma experiência simplificada do visitante, onde a feira foi organizada em segmentos. Somado a isso, temos uma infraestrutura completa no pavilhão, que envolve desde estacionamento, segurança, alimentação, internet e climatização, proporcionando conforto aos visitantes durante suas conexões. O foco é comodidade para negócios, tanto que a feira é posicionada justamente em local de fácil acesso, com logística facilitada, já que o Centro de Eventos da Fiergs fica a 10 minutos do aeroporto internacional Salgado Filho”, avalia o CEO.

Dados da Abicalçados apontam que, em 2023, o setor deve produzir mais de 860 milhões de pares de calçados, dos quais cerca de 130 milhões serão exportados para mais de 150 destinos. O número, que coloca a indústria calçadista brasileira como a maior do Ocidente, é um outro atrativo da BFSHOW, pois deve atrair compradores de todos os continentes para Porto Alegre/RS.

Saiba mais sobre a BFSHOW no site bfshow.com.br.

**BRAZILIAN
FOOTWEAR
SHOW**
A FEIRA
DO CALÇADO
BRASILEIRO

21
a 23

novembro
2023

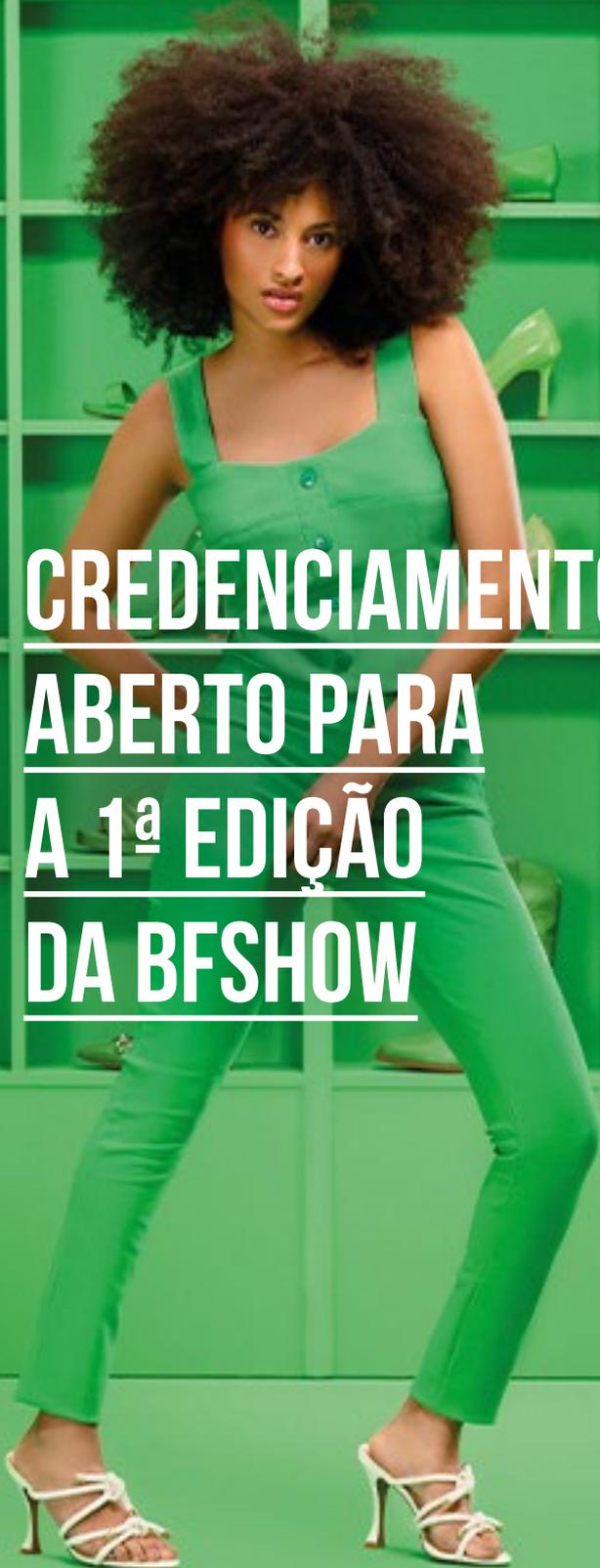
PORTO ALEGRE - RS
CENTRO DE
EVENTOS FIERGS

Faça parte da
Feira do Calçado
Brasileiro e convide
seus clientes



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

CRENCIAMENTO
ABERTO PARA
A 1ª EDIÇÃO
DA BFSHOW





DESONERAÇÃO DA FOLHA AVANÇA NO CONGRESSO NACIONAL

Após uma intensa batalha, o Projeto de Lei 334/2023, que prorroga a desoneração da folha de pagamentos até o fim de 2027, foi aprovado em votação na Comissão de Assuntos Econômicos (CAE), no Senado Federal. A votação foi acompanhada por representantes dos 17 setores econômicos hoje beneficiados com a medida, entre eles o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira. A partir de agora o Projeto parte para votação na Câmara Federal.

Ferreira destaca que o avanço da matéria é uma conquista da sociedade brasileira e um “alívio” para a atividade. “Taxar a criação de empregos não é inteligente, ainda mais em um momento de recuperação pós-pandemia. Caso a desoneração não prossiga, poderíamos perder 20% da nossa produção e mais de 30 mil empregos somente no nosso setor, em dois anos, o que teria um impacto no nível social de municípios que têm a atividade como principal fonte de renda para a população”, comenta o dirigente, ressaltando que um possível retorno do imposto previdenciário de 20% sobre a folha resultaria em uma oneração extra de mais de R\$ 1 bilhão para a indústria calçadista em dois anos.

O executivo ressalta, ainda, que a matéria é um consenso, inclusive com o Governo Federal. “Mas, o Governo, e ficou muito claro na colocação do seu líder no Senado, Jaques Wagner (PT-BA), quer incluir a desoneração na Reforma Tributária. O fato é que os setores não podem esperar o que pode nem mesmo ser votado ainda em 2023. Além de prejudicar o planejamento para o próximo ano, essa demanda significa insegurança para as empresas”, acrescenta Ferreira.

Boa hora

Mais um motivo de comemoração para o avanço do PL é que ela veio em um momento de dificuldades para a atividade. Dados do MTE/CAGED apontam que a atividade perdeu 3 mil postos em abril, fruto das dificuldades nos mercados externo e doméstico. “Existe um desaquecimento da economia internacional e muitas incertezas no comportamento do mercado interno. A preservação dos empregos, neste momento, é de extrema importância social para o País”, frisa. Atualmente, o setor calçadista brasileiro emprega 297 mil pessoas de forma direta em todo o Brasil.

Entenda

A desoneração da folha de pagamento está em vigor desde 2011 e, atualmente, beneficia 17 setores da economia que mais empregam no País, entre eles o calçadista. Hoje, com a medida que vigora até 31 de dezembro de 2023, as empresas dos setores contemplados podem substituir o pagamento de 20% de contribuição previdenciária sobre os salários dos funcionários por uma alíquota que vai de 1% a 4,5% sobre a receita bruta - no caso do setor calçadista, o pagamento é de 1,5%. A partir da aprovação na CAE, por 14 votos a 3, o PL que trata da continuidade da desoneração parte para votação na Câmara Federal.





COM LEVE RETRAÇÃO, PRODUÇÃO DE CALÇADOS JÁ REFLETE NO NÍVEL DE EMPREGO

Dados elaborados pela Abicalçados apontam que, em abril, a produção de calçados recuou 0,8% em relação ao mesmo mês do ano passado. Já no acumulado do primeiro quadrimestre, a produção de calçados registrou um crescimento de 1,3% em relação ao mesmo período de 2023.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, diz que o desaquecimento da produção do setor já reflete na geração de empregos. “A indústria calçadista, como é intensiva em mão de obra, sente rapidamente as oscilações de mercado, com reflexo direto no nível de emprego”, comenta. Dados da entidade apontam que, em abril, o setor calçadista perdeu 3,1 mil postos de trabalho. No acumulado do quadrimestre o saldo, no entanto, ainda é positivo, em 1,6 mil empregos gerados na atividade. Com isso, o setor encerrou abril com 297,9 mil pessoas empregadas na atividade, 2,1% mais do que no mesmo período de 2022.

Estados

O estado que mais emprega no setor calçadista segue sendo o Rio Grande do Sul. Entre janeiro e abril, a indústria gaúcha gerou 1,4 mil vagas na atividade, encerrando o período com 88,37 mil pessoas, 0,1% menos do que em abril de 2022.

O segundo estado que mais emprega no setor é o Ceará, que no quadrimestre perdeu 1,9 mil postos de trabalho, encerrando o mês quatro com 66,48 mil pessoas empregadas na atividade, 3,9% mais do que em 2022.

O terceiro empregador da atividade é o estado da Bahia. Nos primeiros quatro meses do ano, foram gerados 1,1 mil empregos pelo setor, encerrando abril com estoque de 43,74 mil pessoas empregadas na atividade, 13,2% mais do que no mesmo mês de 2022.

São Paulo, que somou a criação de 1,54 mil postos no quadrimestre, encerrou o período com 32,8 mil pessoas empregadas na atividade, 0,1% mais do que em 2022.



ABICALÇADOS APRESENTA BFSHOW PARA GESTORES DO SEBRAE

A Abicalçados participou, nos últimos dias 23 e 24 de maio, do Encontro Nacional dos Gestores do Sebrae, evento que tem o objetivo de realinhar as estratégias de atuação regional e dos projetos realizados em parceria com outras instituições. A participação da Abicalçados contou com apresentação do Relatório Setorial da Indústria de Calçados no estande do Sebrae no SICCC, em Gramado/RS, e da Brazilian Footwear Show - BFSHOW no Grande Hotel Canela, em Canela/RS.

A gestora de Projetos da Abicalçados, Leticia Sperb Masselli, explica que a entidade está desenvolvendo um convênio com o Sebrae “que é muito desejado pela amplitude e credibilidade da instituição no setor calçadista nacional”. Segundo ela, além do convênio, que está em fase de planejamento, a entidade conta com a parceria do Sebrae no Relatório Setorial da Indústria de Calçados e na realização da 1ª edição da BFSHOW, mostra na qual a instituição está comprometida em fortalecer o relacionamento e a presença de micro e pequenas empresas tanto como expositoras como de lojistas.

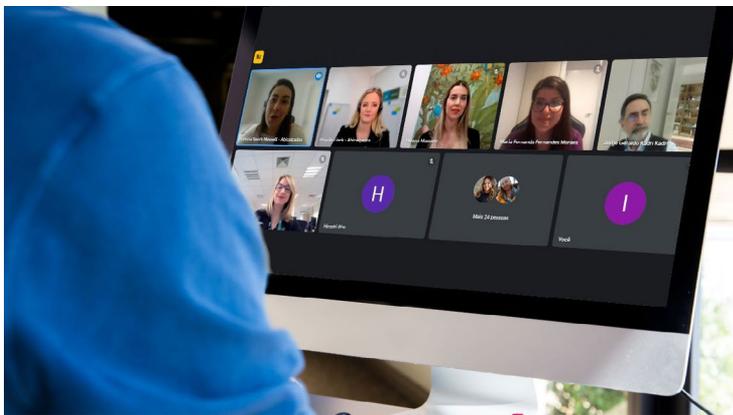
No dia 23, a apresentação foi conduzida pela coordenadora de Inteligência de Mercado da Abicalçados, Priscila Linck, que discorreu sobre os números e projeções do Relatório Setorial da Indústria de Calçados. Segundo ela, diferentemente do ano passado, será o consumo doméstico que puxará o crescimento da indústria de calçados, estimado entre 1% e 1,7% em 2023, para mais de 860 milhões de pares. Além dos dados detalhados dos últimos anos, a publicação traz ainda análises, projeções e oportunidades - medidas pela metodologia do Índice de Competitividade. A publicação está disponível no site.

Feira do Calçado Brasileiro

Já no dia 24 foi a vez de Leticia apresentar a BFSHOW, feira de calçados promovida pela Abicalçados em parceria com a NürnbergMesse Brasil que tem suas primeiras edições marcadas para 21 a 23 de novembro, em Porto Alegre/RS, e 21 a 23 de maio de 2024 em São Paulo/SP. “A partir de novembro, a Abicalçados e o Sebrae estarão juntas em um evento diferente do que já temos no mercado. Focada em negócios, a BFSHOW tem empresas de todos os portes, segmentos e polos calçadistas brasileiros confirmadas. É um evento do tamanho de uma indústria que é a maior do Ocidente, democrático e plural, em que os expositores terão oportunidade de fazer negócios com compradores dos principais mercados do Brasil e do mundo”, comentou a gestora. A feira está com o credenciamento aberto no [site](#).

AUSTRÁLIA ABRE OPORTUNIDADES PARA CALÇADOS BRASILEIROS

Décima terceira economia do mundo, com uma alta renda per capita, a Austrália tem se configurado como uma oportunidade para o calçado brasileiro, especialmente o de maior valor agregado. A conclusão está em um estudo de mercado desenvolvido pelo Consulado Geral do Brasil em Sydney com o apoio da Abicalçados. A publicação foi apresenta-



da no último dia 7 de junho, em webinar com a participação de representantes do Consulado, da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) e da Abicalçados.

Com 80% dos calçados consumidos localmente importados, principalmente dos países asiáticos (China, Vietnã e Indonésia), a Austrália vem buscando a diversificação de fornecedores. Atualmente, conforme o estudo, o Brasil responde apenas pela sétima origem dos calçados importados pelo País. “Exportamos para lá, basicamente, calçados de borracha, de menor valor agregado. Mas o fato é que existe uma predileção do comprador local por produtos de couro, com atributos de conforto e design, o que abre grandes oportunidades para a indústria brasileira”, comenta a coordenadora de Inteligência de Mercado da Abicalçados, Priscila Linck.

A publicação do Consulado destaca, ainda, que 45% dos valores gastos com importações de calçados na Austrália vão para o segmento de produtos de couro. Na sequência aparecem os de materiais têxteis (31%) e de borracha (21%). “Hoje, 68% do valor exportado pelo Brasil em calçados para aquele mercado é do segmento de produtos de borracha”, acrescenta Priscila. Conforme dados da Abicalçados, em 2022, as exportações brasileiras de calçados para a Austrália somaram US\$ 19,8 milhões e ocuparam a nona posição na pauta exportadora do Brasil. A participação de mercado do Brasil ainda é modesta (1,2%).

A head de Comércio e Investimentos do Consulado Geral do Brasil em Sydney, Helena Massote, ressalta que, além das oportunidades de incremento das exportações de calçados de couro, o Brasil pode aproveitar o fato de a Ásia não abastecer o mercado local com produtos de conforto, durabilidade e do segmento infantil. “Além disso, identificamos crescimento do canal e-commerce, sendo que a previsão é de que, para o próximo ano, de cada 3 dólares australianos gastos no comércio local, 1 dólar australiano será via digital”, conta.

BFSHOW

A gestora de Projetos da Abicalçados, Letícia Sperb Masselli, destaca que compradores australianos estão no radar da promoção comercial da entidade, que deve trazer os locais para participarem da Brazilian Footwear Show - BFSHOW, em novembro. “Estamos monitorando a situação e, diante das oportunidades apresentadas, certamente traremos compradores locais para a feira”, adianta. A BFSHOW, feira de calçados realizada pela Abicalçados em parceria com a NürnbergMesse Brasil, terá suas primeiras edições no dias 21 a 23 de novembro, em Porto Alegre/RS, e 21 a 23 de maio de 2024 em São Paulo/SP.

Estudo

O estudo de mercado ressalta que a Austrália é um mercado aberto ao comércio e a investimentos internacionais, que pratica tarifas relativamente baixas a produtos e serviços importados (5% é a tarifa de importação). A economia australiana apresentou recuperação no contexto da pandemia de Covid-19, com taxa de crescimento real do PIB de 3% já no segundo semestre de 2022 e projeção de crescimento real de 2,5% para 2023. O estudo pode ser acessado gratuitamente no [site](#).



CALÇADISTAS DE DIFERENTES SEGMENTOS BUSCAM ASSOCIAÇÃO COM A ABICALÇADOS

O mês de maio trouxe seis novas empresas associadas para a Abicalçados. Atendendo diferentes segmentos e nichos de mercados, as marcas se somam a um quadro de associados que responde por mais de 65% da produção nacional do setor.

Representando o segmento de calçados infantis, a Pimpolho, tradicional fabricante de Serra/ES, retorna ao quadro associativo da Abicalçados. Com mais de 60 anos de mercado, a empresa é uma das principais do segmento no País, lançando mais de 3 mil itens todos os anos. A produção, de 8,5 milhões de pares por ano, está em 3 mil cidades brasileiras e também no exterior, em mais de 40 países. O diretor da Pimpolho, Ricardo Brito, conta que o objetivo da associação é participar da Brazilian Footwear Show - BFSHOW, retomar as ações de exportação no âmbito do Brazilian Footwear e participar do programa Origem Sustentável. Saiba mais no site pimpolho.com.br.

Outra tradicional fabricante, neste caso de calçados masculinos, a se somar ao quadro de associadas da Abicalçados é a Pipper, de Franca/SP. Fundada em 1985, a empresa é considerada uma referência em calçados de conforto para o público masculino. O diretor da Pipper, Oscar Carreira, destaca que o objetivo da associação é utilizar os benefícios da entidade, desenvolvendo a competitividade da marca. Além disso, a marca busca retomar a participação em feiras internacionais com o apoio do Brazilian Footwear. Saiba mais no site pipper.com.br.

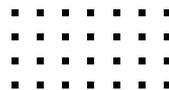
Também de Franca/SP, a Calçados Laroche fabrica calçados masculinos de qualidade, preço justo e de acordo com as tendências de moda. Fundada em 1996, a empresa produz calçados pensados para alinhar conforto e beleza, sem se descuidar com as formas, materiais e pesquisa. Segundo a diretora Adriana Garcia de Melo, o objetivo da associação é participar da BFSHOW, a feira do calçado brasileiro. Saiba mais no site loja.calcedoslaroche.com.br.

Atuando com foco em calçados sustentáveis, a Lapa Shoes, do Rio de Janeiro/RJ, fabrica produtos femininos em lona, juta e garrafas pet, todos com materiais 100% nacionais. “Buscamos entregar Lapas que garantam conforto e estilo para cada uma de nossas clientes, sempre em acordo com o conceito de sustentabilidade”, conta a diretora Paula Weyh dos Passos, destacando que a empresa possui o selo vegano Pita, atestando que os produtos não possuem nenhum material de origem animal. Segundo Paula, o principal motivo da associação é participar das ações de exportação do Brazilian Footwear. Saiba mais no site uselapa.com.br.

Produzindo tênis vulcanizados no crescente polo calçadista de Nova Serrana/MG, a Calçados Lejon, pertencente ao Grupo ABS Brasil, também se soma ao quadro de associados da Abicalçados. Com pátio fabril equipado para a fabricação de 2,6 mil pares diários, a empresa emprega mais de mil pessoas, entre empregos diretos e indiretos. O diretor da Calçados Lejon, Otávio Luiz Soares Ferreira, ressalta que o objetivo da associação é fortalecer a indústria brasileira e gerar oportunidades de desenvolvimento para a melhoria da competitividade. Saiba mais no site lejon.ind.br.

Com o objetivo de incrementar suas exportações por meio da participação em ações do Brazilian Footwear, a Shoes Barreto, de Novo Hamburgo/RS, se juntou à Abicalçados. A empresa, fabricante de sapatos femininos de couro, com qualidade italiana e produção 100% nacional, faz uma contraposição ao chamado *fast fashion*, oferecendo ao mercado produtos únicos e artesanais. Saiba mais no site shoesbarreto.com.

Conheça as oportunidades e benefícios de ser associado da Abicalçados no site abicalcados.com.br.



LÓTUS AUMENTARÁ A PRODUÇÃO EM 50% EM 2024

Um passo de cada vez. Assim é o crescimento sustentável da Lótus Calçados, de Sapiranga/RS. Já tendo trabalhado com mercado doméstico, a empresa, desde 2014, foca sua atenção ao crescente mercado internacional. A estratégia tem dado certo. É o que conta o entrevistado do ABI ENTREVISTA de junho, o empresário Paulo Roberto Konrath.



ABINFORMA - Conte um pouco sobre o início da Lótus Calçados.

Paulo Roberto Konrath - A Lótus Calçados iniciou suas atividades em maio de 1997, na cidade de Sapiranga. Inicialmente contava com 12 colaboradores e produzia cerca de 50 pares por dia. O seu foco inicial foi atender o mercado interno de calçados femininos de moda em couro. O couro sempre foi a matéria-prima principal para a fabricação de sapatos. No ano de 2014, após a construção de um prédio próprio, que atualmente é a sede da empresa, aumentamos a produção e passamos a atender exclusivamente o mercado internacional.

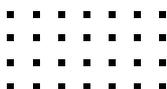
“NO ANO DE 2014, APÓS A CONSTRUÇÃO DE UM PRÉDIO PRÓPRIO, QUE ATUALMENTE É A SEDE DA EMPRESA, AUMENTAMOS A PRODUÇÃO E PASSAMOS A ATENDER EXCLUSIVAMENTE O MERCADO INTERNACIONAL”

ABINFORMA - Qual é a produção atual da empresa e quais os mercados ela abastece?

Konrath - Atualmente a produção da empresa é de 500 pares por dia, 100% deles exportados com a marca do cliente, principalmente para os Estados Unidos e países da Europa.

ABINFORMA - Quantos empregos a empresa gera?

Konrath - Estamos com 130 colaboradores diretos, sendo que devemos aumentar esse quadro em cerca de 20% até 2024.





“ATUALMENTE A PRODUÇÃO DA EMPRESA É DE 500 PARES POR DIA, 100% DELES EXPORTADOS COM A MARCA DO CLIENTE, PRINCIPALMENTE PARA OS ESTADOS UNIDOS E PAÍSES DA EUROPA”

ABINFORMA - Como foi o ano de 2022 para a empresa? Houve incremento nas vendas?

Konrath - O ano de 2022 foi um ano bom para a empresa. As vendas na exportação cresceram 20% em relação a 2021. Este crescimento se deve principalmente ao incremento de vendas de nossos principais clientes, bem como pela reorganização interna visando a melhoria de nossos processos de produção.

ABINFORMA - Sobre essa reorganização interna, como ela se deu?

Konrath - Fizemos uma organização interna para melhorar a produtividade, além de otimizar o trabalho junto aos nossos prestadores de serviço. Com isso, conseguimos melhorar a nossa produção sem grandes investimentos.

“O ANO DE 2022 FOI UM ANO BOM PARA A EMPRESA. AS VENDAS NA EXPORTAÇÃO CRESCERAM 20% EM RELAÇÃO A 2021”

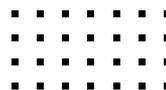
ABINFORMA - Como tem sido o ano de 2023? A empresa projeta crescimento?

Konrath - Nossas vendas se mantiveram estáveis nestes primeiros meses de 2023. Projetamos que o quadro se mantenha até o final do ano. De toda forma, até o final de 2023, queremos ampliar a nossa produção em 50%, para 750 pares diários. Acredito que o projeto estará concluído no início do próximo ano.

ABINFORMA - Como vai se dar esse aumento de produção? Estão previstos investimentos?

Konrath - Sim, compraremos equipamentos modernos e ampliaremos a fábrica, alocando mais um grupo de funcionários. O processo deve gerar mais 20 a 25 vagas na empresa.

“ATÉ O FINAL DO ANO, QUEREMOS AMPLIAR A NOSSA PRODUÇÃO EM 50%, PARA 750 PARES DIÁRIOS. ACREDITO QUE O PROJETO ESTARÁ CONCLUÍDO NO INÍCIO DO PRÓXIMO ANO”

**ABINFORMA - Na sua opinião, quais são as principais dificuldades para o setor calçadista brasileiro?**

Konrath - O setor calçadista, para se manter competitivo, precisa apenas que o Estado se dedique a tornar o ambiente de negócios cada vez mais favorável às empresas. Redução de impostos, estímulos à inovação e melhoria da infraestrutura no País são alguns exemplos das necessidades mais urgentes. Também enfrentamos dificuldades na formação de mão de obra. Precisamos resgatar a imagem da indústria para a nova geração. Para isso, é importante trabalhar em duas frentes, investir em tecnologia para atrair esses jovens e formar mão de obra especializada.

ABINFORMA - A Lótus, recentemente, foi certificada no âmbito do Origem Sustentável. Qual a importância da certificação para a empresa? Como a empresa trabalha a sustentabilidade no seu dia a dia?

Konrath - Nossos principais clientes fazem auditorias anuais ou bianuais para saber como está o desenvolvimento da empresa na parte de ESG. Agora, com a empresa tendo a certificação do Origem Sustentável poderemos diminuir o número de auditorias. A empresa procura tomar suas decisões no dia a dia, sempre procurando atender cada vez mais indicadores de Sustentabilidade e ESG do Programa.

ABINFORMA - Qual a importância do Origem Sustentável para trazer mais competitividade para a empresa?

Konrath - Os nossos principais clientes nos Estados Unidos e Europa têm manifestado, nos últimos cinco anos, uma preocupação muito grande com sustentabilidade e ESG. Isto porque seus clientes, lojistas e consumidores finais querem saber se aquele sapato foi fabricado em empresa que utiliza materiais sustentáveis, couro com rastreabilidade e isento de substâncias restritas, colaboradores registrados, salários e encargos sociais pagos em dia, além de comprovação de pagamento e apresentação de todos impostos e documentos exigidos pela legislação local. E o Origem Sustentável indica se a empresa contempla todos estes itens. Com isto queremos atrair novos clientes que tenham como valor produzir em empresas sustentáveis.

“NOSSOS PRINCIPAIS CLIENTES FAZEM AUDITORIAS ANUAIS OU BIANUAIS PARA SABER COMO ESTÁ O DESENVOLVIMENTO DA EMPRESA NA PARTE DE ESG. AGORA, COM A EMPRESA TENDO A CERTIFICAÇÃO DO ORIGEM SUSTENTÁVEL PODEREMOS DIMINUIR O NÚMERO DE AUDITORIAS”

ACONTECE NOS POLOS

INSPIRAMAIS DESTACA O TRABALHO MANUAL NA MODA

A próxima edição do INSPIRAMAIS, salão que vai para a sua 28ª edição lançando materiais inovadores para a indústria de calçados, confecções, móveis e bijuterias, trará para o centro do debate a relevância cada vez maior da originalidade na moda. O evento, que acontece nos dias 11 e 12 de julho, no Centro de Eventos da Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul (FIERGS), em Porto Alegre/RS, terá como tema a pesquisa "Homo Faber", destacando a organicidade e a manualidade dos materiais e insumos para a indústria em contraste com a produção padronizada.



O coordenador do Núcleo de Design e Pesquisa da Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal), Walter Rodrigues, destaca que os produtos estão em fase de desenvolvimento nas empresas, que lançarão, no salão, mais de mil materiais com a temática Homo Faber. Inspirada na obra do sociólogo e historiador norte-americano Richard Sennett, que no livro O Artífice faz uma investigação histórica do trabalho manual de artífices de diferentes ordens em busca de compreender os processos criativos envolvidos numa relação de mão dupla entre ideia e matéria, destacando a relevância cada vez maior da originalidade.

Saiba mais e inscreva-se no site inspiramais.com.br.

Já imaginou não precisar mais depender de fornecedores externos para usinar seus moldes?

Descubra essa e outras possibilidades na apresentação de nosso diretor Vitor Jacob. Junte-se a nós no dia 22/06 às 10h.

Inscreva-se gratuitamente





POR QUE FAZER AUDITORIAS DE SISTEMAS DE GESTÃO?

Lisiane Emilia Grams Metz

Auditora do Programa Origem Sustentável, coordenadora de Serviços de Tecnologia e Inovação do Instituto SENAI de Tecnologia Couro e Meio Ambiente – Centro Nacional de Tecnologias Limpas (lisiane.metz@senairs.org.br)

Tenho certeza que muitos vão dizer algo como: “Boa pergunta, afinal quem gosta?”. Realmente, uma auditoria pode representar um momento de confrontação das práticas realizadas pela empresa frente a critérios avaliados por uma terceira parte. Mas isso é ruim? Não. Vou tentar mostrar um pouco da importância e benefícios da realização de auditorias.

A auditoria é um dos mecanismos mais eficazes para o aperfeiçoamento de um Sistema de Gestão. Ela é baseada no princípio de que pessoas não envolvidas no dia a dia das empresas são capazes de detectar deficiências e oportunidades que, pelo hábito, passam despercebidas por aqueles ligados a uma dada atividade.

Segundo a norma ISO 19011, que estabelece as diretrizes para a realização de auditorias de sistemas de gestão, a auditoria é um processo sistemático (realizado com um método, a intervalos planejados), independente (conduzido por pessoas isentas à organização ou processos auditados) e documentado (gerando um relatório) para obter evidências (indicativos) e avaliá-las objetivamente, para determinar a extensão no qual os critérios de auditoria são atendidos. Os critérios da auditoria podem ser os contidos em normas internacionais de gestão, como por exemplo, ISO 9001, ISO 14001, ISO 45.001 e SA 8000 (as quais podem integrar o ESG de qualquer tipo de certificação) ou outras normativas como os critérios do programa Origem Sustentável, para a certificação de ESG e sustentabilidade específica para as empresas da cadeia calçadista.

A auditoria é caracterizada pela confiança em diversos princípios. A aplicação destes princípios pelos diferentes auditores ajuda a tornar a auditoria uma ferramenta eficaz e confiável em apoio às políticas e controles de gestão e controles, fornecendo informações sobre as quais uma organização pode agir para melhorar o seu desempenho. Os princípios relacionados à auditoria são:

INTEGRIDADE – fundamento do profissionalismo, implica na honestidade e incorruptibilidade;

APRESENTAÇÃO JUSTA – obrigação de reportar os fatos com veracidade e exatidão com a comunicação verdadeira, precisa e completa;

DEVIDO CUIDADO PROFISSIONAL – aplicação de diligência e julgamento na auditoria;

CONFIDENCIALIDADE – segurança da informação;

INDEPENDÊNCIA – base para a imparcialidade da auditoria e objetividade das conclusões da auditoria;

ABORDAGEM BASEADA EM EVIDÊNCIA – método racional para alcançar conclusões de auditoria confiáveis e reproduzíveis em um processo sistemático de auditoria.

A aderência a estes princípios é um pré-requisito para se fornecerem conclusões de auditoria que sejam pertinentes e suficientes, e para permitir que auditores que trabalhem independentemente entre si cheguem a conclusões de auditoria que sejam pertinentes e suficientes, e que sejam semelhantes em circunstâncias similares.

Ao longo da minha carreira tenho atuado com auditorias (auditando, sendo auditada ou preparando empresas para este processo) desde de 1989 e já passei por diversas experiências com diferentes normativas. Posso afirmar com toda a certeza que os processos organizacionais verificados por auditorias são muito mais consistentes e longevos, sendo mantidos e melhorados com o passar do tempo, são capazes de produzir melhores resultados.



BRAZILIAN FOOTWEAR

ENTIDADES CALÇADISTAS FORTALECEM COMPROMISSO COM EQUIDADE DE GÊNERO

Representantes das principais entidades de representação da cadeia produtiva do calçado, a Abicalçados e a Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal) estiveram no último dia 2 de junho em São Paulo/SP para participar do lançamento do programa Mulheres e Negócios Internacionais, da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil).

Fruto do compromisso de equidade de gênero assinado pela ApexBrasil em março, o programa tem o objetivo de apoiar a participação de empresas lideradas por mulheres em mercados internacionais. Ressaltando que a cadeia produtiva do calçado vem avançando na equidade de gênero, mas que existe um longo caminho a ser percorrido, a gestora de Projetos da Abicalçados, Letícia Sperb Masselli, conta que a média de mulheres em cargo de liderança no setor é bem superior à média dos demais setores econômicos no Brasil. “Hoje, temos 36% dos cargos de liderança do setor preenchidos por mulheres, enquanto que a média nacional é 14%”, destaca, ressaltando que, na Abicalçados, as mulheres representam 70% do quadro de funcionários. Na oportunidade, Letícia participou do painel sobre Soluções de Promoção Comercial, no qual apresentou o case do programa Brazilian Footwear, realizado em parceria com a ApexBrasil. “Um dos pontos de destaque foi o filtro que temos no site - Women Owned - brazilianfootwear.com, pelo qual o comprador internacional pode pesquisar por empresas exportadoras lideradas por mulheres”, conta Letícia, acrescentando que a entidade também realiza ações de comunicação com pautas voltadas às mulheres.

Origem Sustentável

Letícia ressalta, ainda, que a meta 5 dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, que dispõe sobre Igualdade de Gênero, é um dos indicadores para obtenção da certificação do Origem Sustentável, realizada pela Abicalçados em parceria com a Assintecal com o objetivo de fortalecer e instigar ações de ESG nas empresas da cadeia produtiva do calçado.

Representatividade

Representando a Assintecal, a superintendente da entidade, Silvana Dilly, destaca que a representatividade feminina vem aumentando na cadeia produtiva, mas que a cultura da sociedade, em geral, precisa mudar para impulsionar uma transformação definitiva. “Fico muito feliz com a iniciativa da ApexBrasil, de trazer lideranças inspiradoras para falar sobre um tema tão importante, não somente para a economia, mas para a sociedade. Certamente, a força de representação da Agência ajudará na transformação social para tornar a equidade de gênero uma realidade”, avalia. Atualmente, 95% da equipe da Assintecal é formada por mulheres.

O evento contou ainda com apresentações de mulheres com destaque na área de comércio exterior, como da diretora de Negócios da ApexBrasil, Ana Paula Repezza; da secretária de Comércio Exterior do MDIC, Tatiana Prazeres; da coordenadora de Prevenção Ouvidoria e Transparência da ApexBrasil, Patrícia Santos; da gerente Sênior de Direitos Humanos e Trabalho da ONU Mulheres, Tayná Leite; da Renata Malheiros, coordenadora nacional do SEBRAE Delas; da Dorothea Werneck, presidente da ApexBrasil entre 1999 e 2002; entre muitas outras lideranças.



MISSÃO COMERCIAL NA COLÔMBIA DEVE GERAR US\$ 6,6 MILHÕES

O crescimento do mercado colombiano foi refletido nos resultados da mais recente edição da Missão Comercial na Colômbia. A iniciativa, realizada no âmbito do Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações de calçados mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) entre os dias 6 e 8 de junho, em Bogotá, reuniu 32 marcas verde-amarelas e deve gerar US\$ 6,6 milhões entre negócios efetivados in loco e alinhavados.

A analista de Promoção Comercial da Abicalçados, Carla Giordani, destaca que o valor gerado é 388% maior do que o registrado na edição do segundo semestre do ano passado, quando participaram 16 marcas. “No showroom os negócios chegaram a 733 mil pares comercializados, entre os efetivados e os alinhavados para os próximos meses. Além de apresentarmos os calçados da coleção primavera-verão das marcas, tivemos a realização do Photocall, ação de imagem e moda realizada no primeiro dia da Missão”, contou Carla, ressaltando que foram registrados mais de 150 contatos com compradores de Bogotá, Cali, Medellín e Manizales. “A continuidade da ação no mercado vem se mostrando efetiva, pois percebemos o aumento do interesse dos compradores pelos produtos brasileiros. E a cada edição, a qualidade, o conforto, a inovação e diversidade se destacam na Colômbia. Além disso, os compradores buscam por outro grande diferencial da nossa indústria, a sustentabilidade”, acrescentou Carla.

Conexão

Com expectativas de crescimento este ano, a Colômbia é considerada um mercado promissor para a Pampili, de Birigui/SP. Segundo Lismere Santos, coordenadora de Negócios Internacionais da empresa, o país está no plano de expansão internacional da Pampili e a Missão Comercial auxiliou na aproximação e conexão com potenciais clientes. “Recebemos visitas de distribuidores e lojistas importantes e estamos com uma expectativa de negócios bastante positiva. Além disso, fechamos novamente pedidos de marca própria com uma compradora que já estamos trabalhando aqui.” A empresa destina 12% da produção para a exportação, tendo como principais mercados Equador, Rússia, Israel, Paraguai e Bolívia.

O potencial do mercado colombiano ganhou coró com a Di Valentini, de São João Batista/SC. A empresa aproveitou os três dias do evento para se aproximar dos clientes e conhecer novos contatos. “Nós já trabalhamos com compradores daqui no formato *private label* e agora estamos fechando negócio com uma rede de 18 lojas para trabalhar a marca própria Di Valentini”, contou Juliano Medeiros, representante de exportação da empresa catarinense, que também apresentou a nova marca do grupo, a Improviso. No total, 15% da produção da Di Valentini é destinada à exportação, especialmente para países da América Latina.

Crescimento

Há dez anos presente na Colômbia, a Calçados Beira Rio, de Novo Hamburgo/RS, também projeta crescimento no país. “Com o evento estamos estreitando laços com importantes compradores com os quais já trabalhamos e nos aproximando de potenciais clientes”, salientou Jonathan Fontoura, analista da empresa para a América do Sul. Segundo ele, a Colômbia é uma das principais apostas do grupo entre os países da América do Sul, que hoje é o principal destino dos produtos da Calçados Beira Rio, cuja exportação representa cerca de 15% de sua produção.

Estreia

Em sua primeira participação, a empresa PVC Indústria e Comércio de Plásticos, detentora das marcas Vizzia, Mac Colors, Bia Baby, Léo Baby, Bia Kids, Léo Kids e Delta Sport, chamou a atenção dos compradores. De acordo com Victor Emanoell, gerente comercial da empresa de Juazeiro do Norte/CE, o showroom proporcionou muitos contatos e conhecimento do mercado. “Entendemos que nossos produtos têm sinergia com o consumidor colombiano. Os contatos que fizemos aqui destacaram a qualidade do produto, o diferencial sustentável que temos em algumas linhas que são feitas com produtos reciclados, além da variedade de modelos com preços bastante competitivos”, destacou Emanoell. A companhia destina 30% da produção ao mercado externo, sendo a América do Sul seu principal mercado.

Informações de mercado

Antes de abrir o showroom, os empresários participaram de um Seminário Preparatório, que trouxe informações sobre o panorama econômico da Colômbia, mercado calçadista, comportamento do consumidor e tendências. A programação contou com apresentações do chefe adjunto de Promoção Comercial da Embaixada do Brasil em Bogotá, Cesar de Oliveira Lima Barrio; do COO do escritório da ApexBrasil na Colômbia, Marcello de Moraes Martins; da diretora do Observatório de Moda de Raddar, Camila Ortiz; e do comprador da empresa MIC, Alejandro Gomez.

Participaram da ação as marcas 365 Soft, Actvitta, Azille, Beira Rio, Bia Baby, Bia Kids, BR Sport, By Cool, Delta Sport, Di Valentini, GB Footwear, Improviso, Kidy, Mar & Cor by Kidy, Léo Baby, Léo Kids, Mac Colors, Modare Ultraconforto, Moleca, Molekinha, Molequinho, Opananken Antistress, Pampili, Pé com Pé, Perlatto, Renata Mello, Smidt Shoes, Solis Brasil, Suzana Santos, Vitz, Vizzano e Vizzia.

BRASIL TERÁ PARTICIPAÇÃO RECORDE NA FEIRA ITALIANA EXPO RIVA SCHUH

Os bons resultados das exportações registrados no ano passado - crescimento de 45% em receita e o melhor resultado em 12 anos - ainda sopram seus ares no setor calçadista brasileiro. Tanto que, nos próximos dias 17 a 20 de junho, um número recorde de marcas verde-amarelas estará na Itália para participar da Expo Riva Schuh, em Riva Del Garda. A participação de 69 marcas brasileiras é apoiada pelo Brazilian Footwear, programa de fomento às exportações do setor mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção das Exportações e Investimentos (ApexBrasil).

Considerada uma das maiores feiras de negócios para o setor em nível mundial, a Expo Riva Schuh sempre traz boas expectativas para os calçadistas brasileiros, visto a grande visitação de compradores europeus, latino-americanos e do Oriente Médio. “É uma feira bastante internacionalizada, que recebe importadores de pelo menos 100 países em todas as suas edições”, avalia a analista de Relacionamento da Abicalçados, Aline Maldaner.



Sustentabilidade

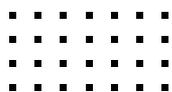
Neste ano, o Brasil terá, ainda, uma apresentação do Orígem Sustentável no estande institucional do Brazilian Footwear. “Será aos moldes do que já acontece na Micam, também na Itália. Os compradores internacionais estão buscando não somente produtos sustentáveis, mas que tenham uma certificação de credibilidade. Neste contexto, o Orígem Sustentável, único programa a certificar práticas de ESG na cadeia produtiva do calçado em todo o mundo, tem chamado muita a atenção”, comenta, ressaltando que as empresas brasileiras certificadas presentes - Calçados Beira Rio, Grendene, Piccadilly, Ramarim, Bibi, Pampili, Pegada, Usaflex e Ala - terão uma ativação no local, com coquetel para convidados no dia 17.

Segundo Aline, a expectativa é que a Expo Riva Schuh tenha a maior visitação dos anos mais recentes, pois todos os seus pavilhões estarão liberados, o que não acontece desde a pré-pandemia, em 2019. “O calçado brasileiro é sempre um grande atrativo no evento e vem ganhando ainda mais espaço ao passo que se adequa cada vez mais às necessidades dos compradores, principalmente europeus, na busca de fornecedores sustentáveis”, destaca.

Mercado

Na mais recente edição de junho da Expo Riva Schuh, em 2022, 51 marcas brasileiras participaram pelo programa Brazilian Footwear e geraram mais de US\$ 38 milhões em negócios, entre os realizados in loco e os resultantes do evento.

Participam do evento, com o apoio do Brazilian Footwear, as marcas ADG Export, Awana, Lamara London, GVD International, Usaflex, Carrano, Andacco, Vizzano, Beira Rio, Moleca, Modare Ultraconforto, Molekinha, Molekinho, Actvitta, BR Sport, Madeira Brasil, Werner, Pegada, Capelli Rossi, Jorge Bischoff, Loucos & Santos, Democrata, Piccadilly, Anatomic Shoes, Moema, Archetti, Cartago, Grendha, Copacabana, Azaleia, Grendene Kids, Zaxy, Kidy, Suzana Santos, Renata Mello, Azillê, Pampili, Ramarim, Comfortflex, Levecomfort, Leveterapia, Adrun, Cecconello, Alex Senne, Boaonda, Bibi, Itapuã, New Face, Diversão, Street, Solli, Ala, Zatz, Klin, Andine, Cia Perfeita, Eléia, Ipadma, Killana, Lightgel, Stéphanie Classic, Valentina, Variettá, Cristófoli, Tabita, Divalesi, Opananken Antitensor, Villione e Sapatoterapia.



EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS CAÍRAM EM MAIO

Dados elaborados pela Abicalçados apontam que, em maio, foram embarcados 8,53 milhões de pares por US\$ 98,2 milhões para o exterior. Os resultados são inferiores tanto em volume (-18,7%) quanto em receita (-5,6%) em relação ao mesmo mês de 2022. Já no acumulado dos cinco primeiros meses do ano, as exportações somaram 57,29 milhões de pares e US\$ 538,4 milhões, resultado 10,8% inferior em volume e estável em receita no comparativo com o período correspondente do ano passado.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que o resultado já era esperado pela entidade, diante da desvalorização do dólar - que torna o calçado brasileiro mais caro no exterior -, do desaquecimento da economia mundial e do incremento das exportações chinesas. “Nos últimos dois meses, as exportações de calçados chineses já aumentaram mais de 20%. Quando o maior *player* do mercado mundial, que somente até abril já exportou 2,8 bilhões de pares, retoma seu espaço, a tendência é que outros países produtores percam espaço”, avalia o executivo. O dólar também tem sido uma “pedra no calçado” brasileiro, já que com a moeda norte-americana em desvalorização ante o real a tendência é de um aumento no preço médio do par exportado pelo Brasil. “Por fim, temos o desaquecimento da economia internacional, principalmente dos Estados Unidos e países da Europa, grandes consumidores de calçados”, acrescenta.

Destinos

O principal destino do calçado brasileiro exportado nos primeiros cinco meses do ano foi a Argentina. Até maio, os hermanos importaram 6,58 milhões de pares verde-amarelos por US\$ 106,6 milhões, queda de 3,6% em volume e incremento de 43% em receita ante o mesmo íterim do ano passado.

BALANÇA COMERCIAL

O segundo destino do calçado brasileiro no exterior foi os Estados Unidos. Nos cinco meses, os norte-americanos importaram 4,56 milhões de pares brasileiros, pelos quais foram pagos US\$ 92 milhões, quedas tanto em volume (-54,7%) quanto em receita (-37%) em relação ao mesmo período de 2022.

Também registrando quedas nas importações de calçados brasileiros, a França aparece em terceiro no ranking dos destinos. Entre janeiro e maio, os franceses importaram 1,63 milhão de pares por US\$ 25,7 milhões, quedas de 60% e 12,5%, respectivamente, ante o mesmo intervalo do ano passado.

Na contramão

Na contramão dos resultados das exportações, as importações de calçados seguem em elevação. Entre janeiro e maio, entraram no Brasil 14,78 milhões de pares por US\$ 188,4 milhões, altas tanto em volume (+3,9%) quanto em receita (+23,7%) em relação ao mesmo período de 2022. As principais origens seguem sendo os países asiáticos: Vietnã (3,9 milhões de pares e US\$ 89,4 milhões, incrementos de 21,7% e 30,1%, respectivamente, ante o mesmo período de 2022); Indonésia (1,74 milhão de pares e US\$ 35,97 milhões, altas de 25,7% e 28%); e China (7,4 milhões de pares e US\$ 24,3 milhões, quedas de 5% e 1,1%).

Em partes de calçados - cabedais, solados, saltos, palmilhas etc -, as importações até maio foram equivalentes a US\$ 11,44 milhões, crescente de 15,6% ante 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 - MAI 2022: 19,67 milhões de pares
JAN - MAI 2023: 18,05 milhões de pares

VARIAÇÃO: -8,2%

RS

RIO GRANDE DO SUL

JAN - MAI 2022: 18,17 milhões de pares
JAN - MAI 2023: 15,86 milhões de pares

VARIAÇÃO: -12,7%

PB

PARAÍBA

JAN - MAI 2022: 10,29 milhão de pares
JAN - MAI 2023: 8,8 milhões de pares

VARIAÇÃO: -14,4%

TOTAL

JAN - MAI 2022: 64,22 milhões de pares

JAN - MAI 2023: 57,27 milhões de pares

VARIAÇÃO: -10,8%



IMPORTAÇÕES

PRINCIPAIS ORIGENS

Três primeiros países do ranking e o total do período

CHINA

JAN - MAI 2022: 7,78 milhões de pares
JAN - MAI 2023: 7,40 milhões de pares

VARIAÇÃO: -4,9%

VIETNÃ

JAN - MAI 2022: 3,22 milhões de pares
JAN - MAI 2023: 3,92 milhões de pares

VARIAÇÃO: 21,7%

INDONÉSIA

JAN - MAI 2022: 1,38 milhão de pares
JAN - MAI 2023: 1,74 milhão de pares

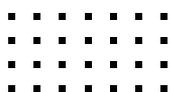
VARIAÇÃO: 25,7%

TOTAL

JAN - MAI 2022: 14,23 milhões de pares

JAN - MAI 2023: 14,78 milhões de pares

VARIAÇÃO: 3,9%



Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

ABINFORMA

Junho 2023 Nº 374 - Ano 33

 abicalcados
 abicalcadosoficial
 abicalcados
 company/abicalcados
 abicalcados



ABICALÇADOS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS
INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

40
ANOS

www.abicalcados.com.br