

ABINFORMA

INFORMATIVO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

OUTUBRO 2023 | Nº 378 | ANO 33



ESPECIAL

CENÁRIO ATUAL APONTA CRESCIMENTO NA INDÚSTRIA CALÇADISTA



CONCORRÊNCIA DESLEAL NÃO RIMA COM INDUSTRIALIZAÇÃO

Haroldo Ferreira

Presidente-executivo da Abicalçados

O crescimento do comércio eletrônico, tendência impulsionada pela pandemia de Covid-19, não é nenhuma novidade. Em 2022, conforme dados do Webshoppers 47, relatório realizado pela NielsenIQ Ebit, o e-commerce no Brasil apresentou um novo recorde. Dados da pesquisa apontam que a quantidade de compradores on-line no País passou de 87,7 milhões para 108,9 milhões de consumidores, um aumento de 24%. O fato, analisado isoladamente, seria ótimo para a indústria nacional. Mas a realidade é que o fenômeno que impulsionou esse desempenho pouco tem relação com a indústria brasileira. O mesmo levantamento destaca que 72% dos compradores digitais compraram em plataformas internacionais.

O fato não seria um problema para a produção nacional de calçados se não fosse um detalhe importante. Desde agosto de 2023, por meio da Portaria MF nº 612/2023, que deu origem ao programa Remessa Conforme, o Governo Federal isentou de qualquer imposto de importação compras on-line de produtos até US\$ 50 feitas em plataformas internacionais. Isso mesmo, zero imposto! Diferentemente da indústria brasileira, que sofre com uma das maiores cargas tributárias entre os países da OCDE.

Com o objetivo de alertar a sociedade e o Governo Federal sobre a questão, que vai de encontro a qualquer projeto que vise apoiar a industrialização brasileira, a Abicalçados recentemente publicou um levantamento sobre os impactos da medida, documento que foi remetido a lideranças políticas e à imprensa nacional. Entre muitos pontos, o levantamento aponta que a isenção coloca em risco imediato - em um ano - mais de 30 mil postos de trabalho na indústria calçadista nacional, devido à perda de mercado para os produtos importados sem qualquer imposto de importação.

Além da concorrência desleal com a indústria nacional, alertamos também que, com a medida, estamos apoiando uma produção que não respeita os direitos humanos e a sustentabilidade, já que a maior parte desses produtos são oriundos da Ásia. Para dar um exemplo prático, as três principais origens das importações de calçados - China, Vietnã e Indonésia - ratificaram apenas 20 convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT), ao passo que o Brasil ratificou mais de uma centena. Os países asiáticos não ratificaram, em especial, convenções que possuem impacto direto em setores sensíveis em mão-de-obra, como é o caso da indústria calçadista. Nem mesmo a Convenção que trata da fixação de um salário mínimo foi ratificada.

O estudo aponta, ainda, que o impacto na indústria calçadista brasileira é medido somente com a atividade de duas das maiores plataformas de e-commerce internacionais atuantes no País. Ou seja, o impacto pode ser maior. As duas plataformas, que fizeram parte do estudo, faturaram cerca de R\$ 2 bilhões em 2022, 20% do valor total do varejo on-line de calçados no Brasil. O levantamento da Abicalçados detalha que a cada R\$ 1 bilhão que a indústria calçadista nacional deixa de produzir - pela concorrência desleal impostas pelas plataformas internacionais -, o setor deixa de gerar 16,5 mil postos de trabalho de forma direta e indireta. Resumindo, temos aí um impacto IMEDIATO de, pelo menos, 30 mil empregos.

A missão da Abicalçados, enquanto representante da maior indústria de calçados fora da Ásia, que faz parte de uma cadeia produtiva que emprega diretamente e indiretamente mais de 1 milhão de pessoas em todo o País, é alertar autoridades e também a sociedade sobre o fato. Afinal, não será assim que iremos reindustrializar o Brasil. Para o consumidor, o recado mais imediato é outro: sem emprego e renda, conseguirá comprar produtos mais baratos nas plataformas internacionais?



CONHEÇA A ABICALÇADOS

CONSELHO DELIBERATIVO

Presidente: Caetano Bianco Neto

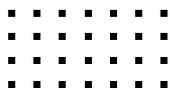
Conselheiros: Almir Santos, Analdio Slovinski Moraes, Astor R. Ranft, Carlos Alberto Mestriner, Claudio Chies, Daniel Marcelino Gewehr, Darcio Klaus, Diego Colli, Giuliano Spineli Gera, Irivan José Soares, João Henrique Hoppe, Jorge Bischoff, José Paulo Boelter, Junior César Silva, Luiz Barcelos, Marcelo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

CONSELHEIROS HONORÁRIOS Rosnei Alfredo da Silva e Paulo Roberto Schéfel

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

PRESIDENTE-EXECUTIVO Haroldo Ferreira

SUMÁRIO



ABI NA MÍDIA

4 CONFIRA NOTÍCIAS SOBRE O SETOR QUE FORAM DESTAQUE NA IMPRENSA

ESPECIAL

6 MERCADO INTERNO DEVE IMPULSIONAR CRESCIMENTO DA PRODUÇÃO DE CALÇADOS

ABINOTÍCIAS

12 FEIRA DE CALÇADOS BFSHOW TERÁ MAIS DE 100 MARCAS EXCLUSIVAS

ABINOTÍCIAS

14 INDÚSTRIA CALÇADISTA GERA MAIS DE MIL POSTOS EM AGOSTO

ABINOTÍCIAS

16 ORIGEM SUSTENTÁVEL CERTIFICA QUATRO EMPRESAS DE CALÇADOS EM OUTUBRO

OLHAR DE ESPECIALISTA

19 SOBRE O CENÁRIO PARA O CALÇADO BRASILEIRO

ABINOTÍCIAS

21 ABICALÇADOS PARTICIPA DE AGENDA INSTITUCIONAL EM MILÃO

ABINOTÍCIAS

23 EM AUDIÊNCIA PÚBLICA, ABICALÇADOS DEFENDE REVOGAÇÃO DA ISENÇÃO PARA PLATAFORMAS INTERNACIONAIS

ACONTECE NOS POLOS

24 HUB DE INOVAÇÃO DO INSPIRAMAIS TEM 30 EMPRESAS CONFIRMADAS

ABI ENTREVISTA

25 ANDACCO: RECUPERAÇÃO GRADUAL

BRAZILIAN FOOTWEAR

28 FEIRA ITALIANA DEVE GERAR MAIS DE US\$ 30 MILHÕES

BRAZILIAN FOOTWEAR

30 FEIRA NORTE-AMERICANA DEVE GERAR US\$ 1,9 MILHÃO PARA CALÇADISTAS

BALANÇA COMERCIAL

31 EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS SOMAM MAIS DE US\$ 900 MILHÕES ATÉ SETEMBRO

ABINFORMA

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

Outubro 2023 Nº 378 - 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

ABICALÇADOS: IMPORTAÇÕES DE CALÇADOS CRESCEM 35% EM RECEITA DE JANEIRO A AGOSTO



14 DE SETEMBRO DE 2023
ISTO É DINHEIRO | GERAL

Os dados elaborados pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) alertam para o incremento das importações de calçados da Ásia: as três principais origens das importações são desse continente. “Hoje, 8 em cada 10 calçados que entram no Brasil são da Ásia. É um dado que vem preocupando, pois são produtos, muitas vezes, comercializados com preços abaixo dos praticados no mercado, que não respeitam as convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT) e nem os mais básicos conceitos de sustentabilidade. Além de ser uma concorrência desleal com o calçado nacional, esses produtos trazem problemas para o meio ambiente e direitos humanos”, diz Haroldo Ferreira, presidente executivo da Abicalçados.

[Leia a matéria completa aqui](#)

IMPORTAÇÕES DA ÁSIA DISPARAM E PREOCUPAM INDÚSTRIA CALÇADISTA



18 DE SETEMBRO DE 2023
RÁDIO GUAÍBA | GERAL

Entre janeiro e agosto, as importações de calçados aceleraram. Somente em agosto, entraram no Brasil 2,26 milhões de pares, pelos quais foram pagos US\$ 42,75 milhões, incrementos de 62% em volume e de 42% em receita no comparativo com o mesmo mês de 2022. Os dados elaborados pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) alertam para o incremento das importações de calçados da Ásia. Já no acumulado dos oito meses, as importações somaram 21,8 milhões de pares e US\$ 316,53 milhões, incrementos de 15% em volume e de 35% em receita na relação com o mesmo período do ano passado. Todas as três principais origens das importações são daquele continente.

[Leia a matéria completa aqui](#)

COM APORTE DE R\$ 9 MILHÕES, CALÇADISTA GAÚCHA PREPARA EXPANSÃO DA PRODUÇÃO



19 DE SETEMBRO DE 2023
GZH | GERAL

Indústria de calçados injetados de Sapiranga, a Boaonda está ampliando suas instalações. Conforme a calçadista, neste ano as somas de aportes para expansão do parque fabril, mais compra de máquinas e equipamentos devem somar cerca de R\$ 9 milhões. Uma das estratégias de promoção comercial é a participação nas principais feiras calçadistas do mundo. No Brasil, a próxima parada é na Brazilian Footwear Show - BFShow, mostra realizada pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) e operacionalizada pela NürnbergMesse Brasil, de 21 a 23 de novembro, no Centro de Eventos da Fiergs, em Porto Alegre.

[Leia a matéria completa aqui](#)

BIBI PARTICIPARÁ DA 1ª EDIÇÃO DA BFSHOW EM PORTO ALEGRE



21 DE SETEMBRO DE 2023
EXPANSÃO | GERAL

A Calçados Bibi, marca pioneira no mercado infantil, é presença confirmada na primeira edição da Brazilian Footwear Show (BFSHOW). A feira será realizada de 21 a 23 de novembro, em Porto Alegre, no Centro de Eventos da Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul (Fieirs). A Bibi irá apresentar aos compradores nacionais e internacionais a coleção Inverno 2024. Segundo a organização, são esperados mais de 10 mil visitantes. A BFSHOW é considerada uma vitrine do calçado brasileiro. Dessa forma, o evento apresenta oportunidades de conexão para que clientes encontrem a diversidade e qualidade de calçados femininos, masculinos, infantis e esportivos de diferentes portes e polos produtivos, que irão apresentar os diferenciais da indústria calçadista nacional. A iniciativa contará com duas edições anuais, sendo a segunda marcada entre 21 e 23 de maio de 2024, para o lançamento das coleções de primavera/verão 2025, dessa vez em São Paulo, no Transamérica Expo Center, localizado na capital paulista.

[Leia a matéria completa aqui](#)

EMPRESAS BRASILEIRAS ESPERAM FATURAR US\$ 30 MILHÕES COM PRESENÇA NA MICAM MILANO



22 DE SETEMBRO DE 2023
COMEX DO BRASIL | GERAL

Feira italiana Micam Milano, que aconteceu entre os dias 17 e 20 de setembro, em Milão, deve gerar mais de US\$ 30 milhões para as 76 marcas brasileiras expositoras. Integrando a terceira maior delegação estrangeira do evento, atrás da Espanha e Turca, as empresas brasileiras foram apoiadas pelo Brazilian Footwear, programa de fomento à exportação de calçados mantido pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (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 a feira confirmou as boas expectativas e até mesmo surpreendeu algumas empresas. "O evento não somente teve grande movimentação nos primeiros dias, mas também contou com compradores qualificados", comentou.

[Leia a matéria completa aqui](#)

A QUANTAS ANDAM OS SAPATOS



30 DE SETEMBRO DE 2023
JORNAL DO BRASIL | GERAL

Em uma feira realizada em Novo Hamburgo (RGS), o Brasil estava no auge das exportações de sapatos para o mundo. Em plenos anos 1980, começo da globalização das marcas, com licenças e franquias de todos os tipos. Minha pergunta para os participantes era sobre o preço dos nossos produtos, em torno dos US\$ 5. Então, tá, né? Poucos meses depois a China vendia sapatos a US\$ 3 para o mundo. Preço não é argumento. Atualmente, há investimento em marketing e busca por novos mercados. Como aconteceu agora em setembro, quando a Abicalçados (Associação Brasileira das Indústria de Calçados) levou 76 marcas para a Micam Milano e deve gerar negócios de mais de US\$ 30 milhões para o setor brasileiro.

[Leia a matéria completa aqui](#)

MERCADO INTERNO DEVE IMPULSIONAR CRESCIMENTO DA PRODUÇÃO DE CALÇADOS



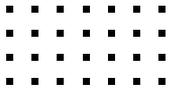
Diferentemente do ano passado, quando as exportações sustentaram boa parte do crescimento do setor calçadista no Brasil, em 2023 será o mercado doméstico o motor do incremento da produção. A avaliação foi a tônica da segunda edição do Análise de Cenários no ano, evento promovido pela Abicalçados no último dia 10 de outubro, no formato on-line.

No início do evento, o doutor em Economia e consultor setorial, Marcos Lélis, fez uma análise macroeconômica do mundo e do Brasil. Segundo ele, o PIB mundial deve crescer cerca de 3% em 2023. Apesar do crescimento, é uma dinâmica inferior à média histórica. Os Estados Unidos, segundo principal destino do calçado brasileiro no exterior, crescerá menos, 1,8%. Já a Argentina, primeiro mercado internacional para o produto nacional, deverá registrar uma queda de 2,5% no PIB. “A instabilidade no mercado internacional, causada pela alta da inflação e pela alta nas taxas de juros, vem prejudicando o desempenho internacional da nossa indústria. Soma-se a isso, o fato do aumento da concorrência do calçado asiático no âmbito internacional”, comentou.



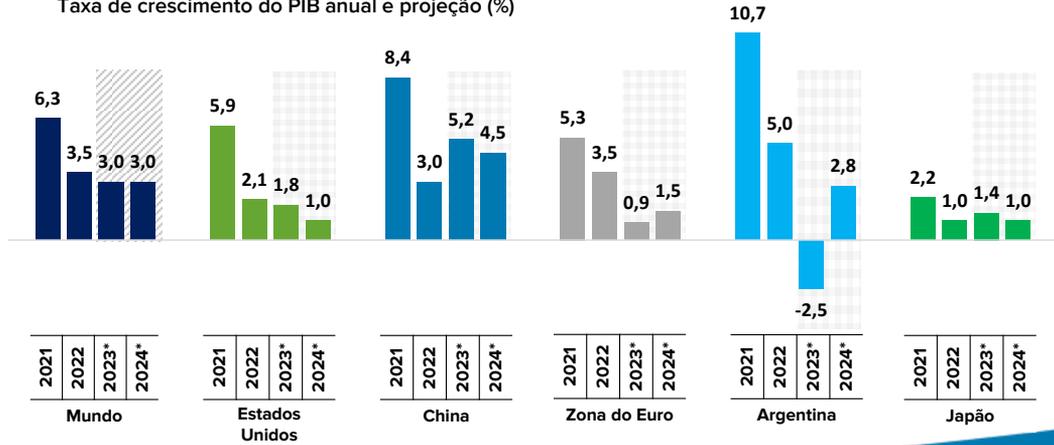
“A INSTABILIDADE NO MERCADO INTERNACIONAL, CAUSADA PELA ALTA DA INFLAÇÃO E PELA ALTA NAS TAXAS DE JUROS, VEM PREJUDICANDO O DESEMPENHO INTERNACIONAL DA NOSSA INDÚSTRIA. SOMA-SE A ISSO, O FATO DO AUMENTO DA CONCORRÊNCIA DO CALÇADO ASIÁTICO NO ÂMBITO INTERNACIONAL”

Marcos Lélis
Doutor em Economia e Consultor Setorial



PIB ANUAL

Taxa de crescimento do PIB anual e projeção (%)

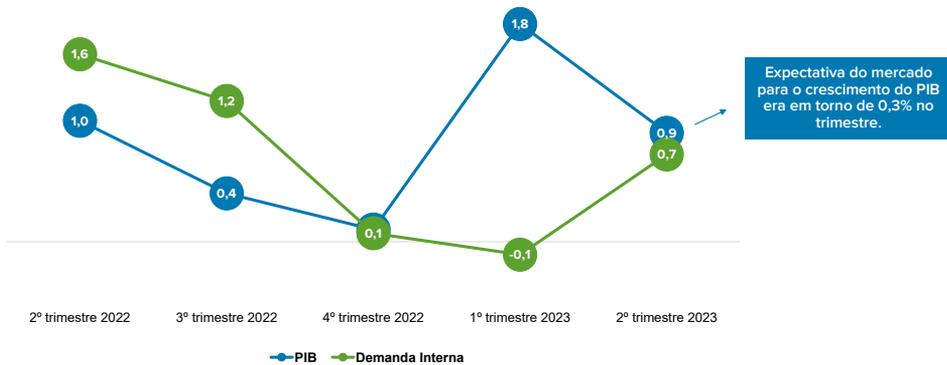


Fonte: FMI. (*) Projeção da fonte.

No Brasil, segundo Lélis, o crescimento do consumo das famílias, componente da demanda interna, tem impulsionado a atividade, principalmente desde o segundo trimestre do ano. “No Brasil, temos um cenário de aumento no consumo de calçados, explicado pela inflação em queda e aumento no poder de compra, além de um gradual crescimento da renda real no País, propiciado pelo aumento dos empregos com carteira assinada. Por outro lado, o alto endividamento da população brasileira é um impeditivo para melhores projeções de consumo”. Em 2023, a inadimplência chegou a mais de 71 milhões de pessoas no País. “O Brasil possui cerca de 44% da população adulta inadimplente, o que limita a expansão do consumo de bens não essenciais”, disse.

PIB

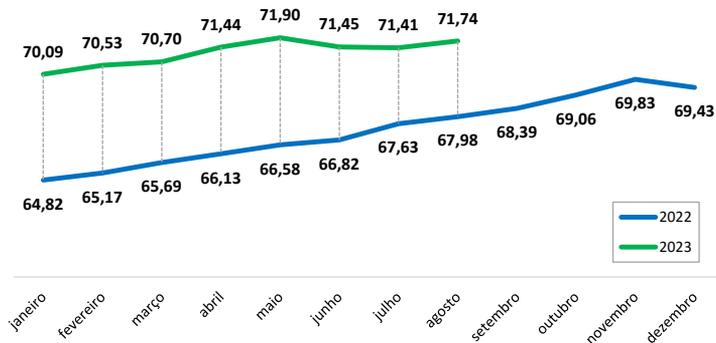
Componentes da Demanda – Variação frente período imediatamente anterior (%) - com ajuste sazonal



Fonte: IBGE.

INADIMPLÊNCIA

Número de pessoas inadimplentes (milhões de pessoas)

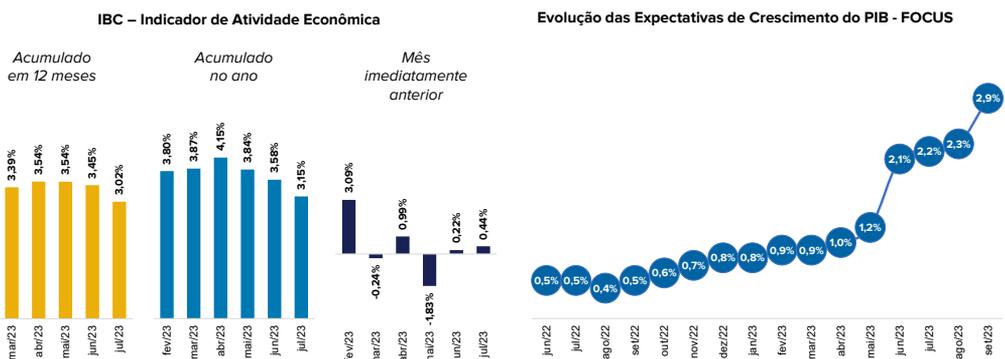


Fonte: Serasa.

Segundo ele, a economia brasileira deve crescer em 2023, na casa de 2,9%, muito embalada pelo crescimento da agropecuária no primeiro trimestre do ano, além do aumento do consumo doméstico, mas isso necessariamente não quer dizer ganhos mais significativos para a indústria nacional.

IBC-BR

Índice de Atividade Econômica do Banco Central – Variação (%) - com ajuste sazonal



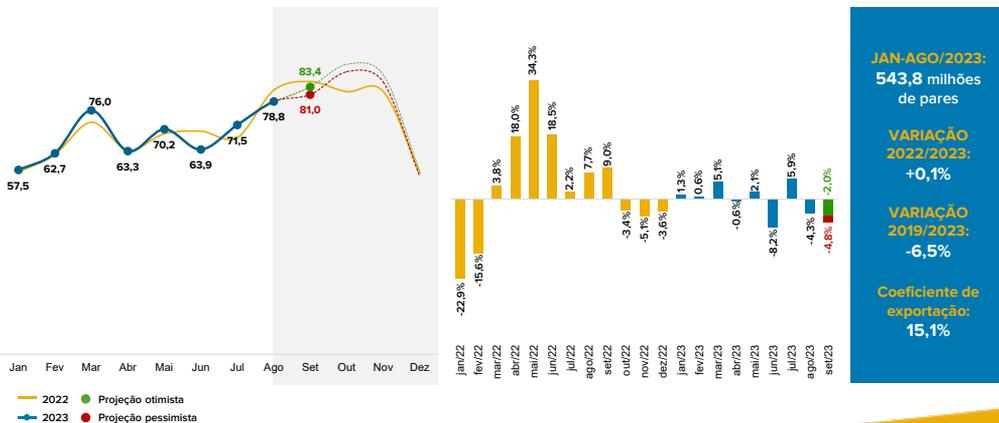
Fonte: BCB.

Calçados

Na segunda parte do evento, a coordenadora de Inteligência de Mercado da Abicalçados, Priscila Linck, falou sobre o mercado de calçados. Tendo produzido 543,8 milhões de pares até agosto deste ano, um incremento de 0,1% sobre o mesmo período de 2022, a indústria calçadista ainda tem níveis produtivos 7% abaixo dos registrados em 2019, na pré-pandemia. Para 2023, a projeção da Abicalçados é de um incremento entre 1% e 1,7% na produção, o que significa mais de 860 milhões de pares. Já para 2024, Priscila projeta um crescimento entre 1,5% e 2,8% na produção, para em torno de 870 milhões de pares de calçados.

PRODUÇÃO

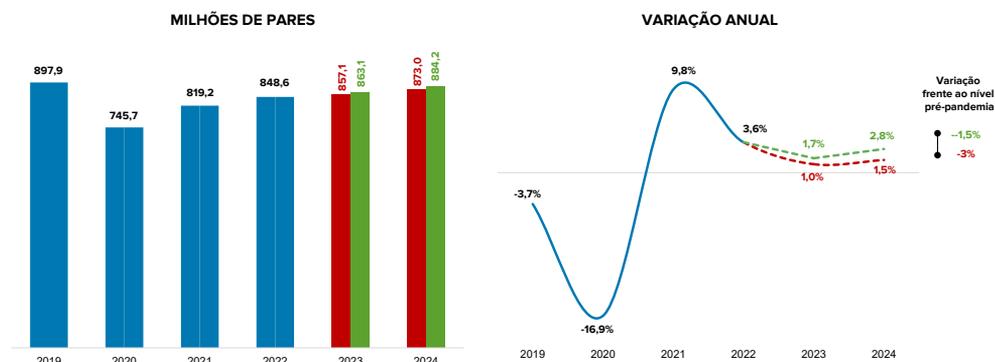
Produção brasileira de calçados (milhões de pares) e variação mês / mesmo mês do ano anterior



Fonte: IBGE, Abicalçados.

PRODUÇÃO

Produção brasileira de calçados (2019 a 2022 e projeção 2023 e 2024)



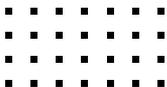
Fonte: IBGE/Abicalçados.

A produção em 2023, segundo Priscila, será impulsionada pelo mercado doméstico. “O crescimento do consumo interno deve ficar entre 3% e 3,4%, enquanto as exportações devem cair em torno de 9%. Para 2024, o comportamento de desaceleração no mercado externo deve se manter, de modo que o crescimento dependerá, assim como em 2023, do mercado interno brasileiro. O incremento do consumo doméstico, em 2024, deve ficar na faixa de 2,6% a 3,1%, enquanto as exportações, em pares, ficam mais instáveis, tendo uma banda que vai de queda de 4,7% a um incremento de 0,9%”, concluiu.



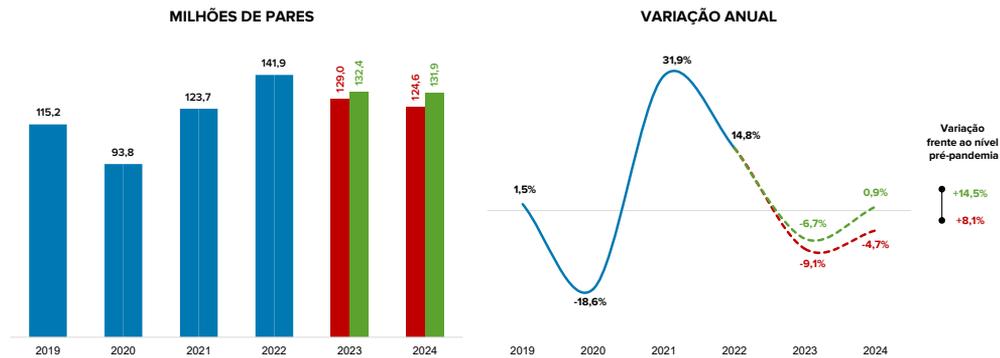
“PARA 2024, O COMPORTAMENTO DE DESACELERAÇÃO NO MERCADO EXTERNO DEVE SE MANTER, DE MODO QUE O CRESCIMENTO DEPENDERÁ, ASSIM COMO EM 2023, DO MERCADO INTERNO BRASILEIRO.”

Priscila Linck
Coordenadora de Inteligência de Mercado da Abicalçados



EXPORTAÇÕES

Exportações brasileiras de calçados (2019 a 2022 e projeção 2023 e 2024)



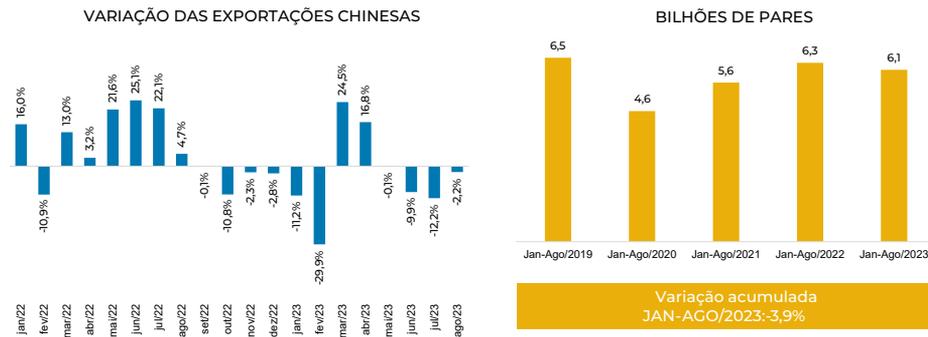
Fonte: Secex. Abicalçados.

Volta da Ásia

Segundo Priscila, o retorno da Ásia, em especial da China, ao mercado vem prejudicando a performance da indústria calçadista nacional no cenário internacional. Entre janeiro e agosto de 2023, a China havia exportado 6,1 bilhões de pares. Apesar da retração de 3,9% nos embarques, ante o ano anterior, a China vem recompondo sua participação de mercado, na medida em que a queda das exportações do país é inferior à queda dos demais exportadores, caso do Brasil. “O fato se dá pela demora maior da China em retornar suas atividades, após uma rígida política para contenção da Covid-19”, contou a economista, destacando que a normalização dos preços dos fretes também impulsionou esse crescimento, ampliando a competitividade dos asiáticos em termos de preços.

EXP. CHINESAS

Exportações de calçados da China (variação mês/mesmo mês do ano anterior) e número de pares exportados (bilhões)



Fonte: GACC China.



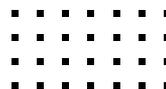
Estados Unidos e Argentina

Ao mesmo tempo em que a China desponta novamente no mercado internacional, Priscila destacou a queda de 32,2% nas importações norte-americanas de calçados. “Neste cenário, as importações de calçados brasileiros caíram ainda mais, 51,2%. Já as importações de calçados chineses caíram menos, 30,8%. O fato demonstra uma perda na participação do calçado brasileiro e um aumento da presença chinesa. Movimento que também ocorreu na Argentina, onde o Brasil perdeu quase 10% de participação entre janeiro e agosto, participação proporcionalmente ganha pelos asiáticos”, disse.

Aumento das importações

No Brasil, o aumento das importações de calçados também preocupa. Entre janeiro e setembro, entraram no Brasil 23 milhões de pares, pelos quais foram pagos US\$ 348 milhões, incrementos tanto em volume (+13,4%) quanto em receita (+28,2%) em relação ao mesmo período do ano passado. As principais origens seguem sendo os países asiáticos, que respondem por mais de 85% do total de calçados que entram no País. “Além do aumento das importações, temos o incremento do *cross border* realizado pelas plataformas internacionais, hoje isentas de impostos em remessas de até US\$ 50, o que afeta diretamente a produção brasileira”, concluiu Priscila.

O Análise de Cenários foi um evento promovido pela Abicalçados com patrocínio da FCC.



FEIRA DE CALÇADOS BFSHOW TERÁ MAIS DE 100 MARCAS EXCLUSIVAS



Criada para ser a principal feira de calçados do Brasil, reunindo todos os polos e segmentos do setor, a Brazilian Footwear Show - BFSHOW anuncia que está com 96% dos espaços de exposição comercializados com a presença das principais marcas do País. Das marcas confirmadas, mais de 100 estarão exclusivamente na BFSHOW, em Porto Alegre/RS. A feira promovida pela Abicalçados e operacionalizada pela NürnbergMesse Brasil apresenta sua primeira edição entre os dias 21 e 23 de novembro, no Centro de Eventos FIERGS, na capital gaúcha.

Uma das grandes empresas confirmadas exclusivamente com a BFSHOW é a Vulcabras, de Parobé/RS. Conforme o CEO do grupo, Pedro Bartelle, a escolha pela mostra é estratégica para o fortalecimento do setor calçadista brasileiro. “A Vulcabras entende a importância de posicionar o Brasil, a tecnologia e a inovação no setor calçadista brasileiro. É a oportunidade de voltarmos a discutir a importância da maior indústria de calçados fora da Ásia, uma das mais sustentáveis do mundo”, comenta.

A PG4 Galleria, indústria de calçados masculinos de alto valor agregado de Franca/SP, também já garantiu presença exclusivamente na BFSHOW. O diretor da empresa, Giuliano Spinelli, destaca que as marcas líderes de cada segmento estarão na feira, o que a posiciona como a principal e mais atrativa feira de negócios para o setor no Brasil. “O foco será em negócios, então o lojista ou o importador que vir ao evento, estará no local certo para o seu abastecimento, pois vai encontrar as principais marcas, de todos os nichos, segmentos e polos”, avalia.

Representando um segmento que estará praticamente todo na BFSHOW, Carlos Messtriner, diretor da Klin, ressalta que a feira terá o melhor em calçados infantis brasileiros. “Temos certeza que vamos ver negócios de qualidade em uma feira diferenciada e preparada para posicionar o Brasil como um dos principais *players* mundiais do setor”, destaca.



Do segmento de calçados femininos confortáveis, o CEO da Usaflex, Sergio Bocayuva, é outro entusiasta do evento. “Em um mundo de constantes transformações, o setor calçadista aparece com muito potencial para a evolução. Para isso, é preciso uma feira nova, um novo modelo de negócios em mostras comerciais. A BFSHOW é a feira dos empresários calçadistas brasileiros que querem inovar, que querem apresentar um atendimento e serviço melhor ao seu cliente, que querem criar conexões de negócios de forma profissional e que querem expandir suas fronteiras”, diz.

União do setor

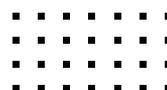
O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que o sucesso da BFSHOW é fruto da união do setor calçadista nacional que, em sua grande parte, entendeu a importância de ter uma feira de nível internacional que reverta em investimentos para o próprio setor por meio de projetos e, não para uma empresa privada. “Prova disso é que mais de 90% das marcas que estarão na BFSHOW, estarão exclusivamente conosco e em nenhuma outra feira. Certamente, os compradores, tanto nacionais quanto internacionais que vierem para a mostra ficarão positivamente satisfeitos em encontrar as principais marcas de cada segmento em um ambiente todo preparado para a efetivação de negócios. Será um verdadeiro show do calçado nacional”, comenta.

Um dos destaques da primeira edição da BFSHOW é a união em prol do evento, com as empresas entendendo que se trata de uma ação conjunta de fortalecimento da atividade. Segundo Ferreira, a BFSHOW é um momento que marca a história da indústria calçadista. “Nesses mais de 130 anos de produção de calçados no Brasil, nunca tivemos uma feira realizada pelos próprios empresários e com foco total em negócios e transparência. Estamos vivendo um momento histórico, de união em prol do fortalecimento de todo o setor. Temos 16 sindicatos de indústrias de calçados de todo o Brasil apoiando a feira, além da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), que é nosso parceiro oficial”, diz. A ApexBrasil é uma das apoiadoras na realização do Projeto Comprador da BFSHOW, que trará mais de 100 compradores internacionais de todos os continentes.

Novo modelo de feiras no Brasil

A NürnbergMesse Brasil, empresa promotora ligada ao grupo alemão NürnbergMesse responsável pela operacionalização da BFSHOW, reporta que mais de 10 mil compradores devem visitar a primeira edição da feira calçadista. “A BFSHOW já é um sucesso desde o seu anúncio. Seguindo uma tendência internacional das principais mostras, como a Micam Milano, que é promovida pela associação de calçadistas italianos, a feira foi criada pelo mercado e para o mercado, revertendo recursos para reinvestir no próprio setor por meio da sua associação de classe. É um novo modelo de feiras de calçados que está nascendo no Brasil”, comenta o CEO da NürnbergMesse Brasil, João Paulo Picoletto.

O credenciamento para a primeira edição da BFSHOW está aberto no site bfshow.com.br, local em que poderão ser consultadas as marcas já confirmadas e demais informações sobre o evento.



INDÚSTRIA CALÇADISTA GERA MAIS DE MIL POSTOS EM AGOSTO



Dados elaborados pela Abicalçados apontam que, em agosto, o setor gerou 1.079 vagas na atividade. Mesmo com o dado positivo, no acumulado dos oito meses de 2023 a indústria segue com saldo negativo de 731 postos, somando um total de 295,6 mil postos diretos na atividade, 5,2% menos do que no mesmo período de 2022. No comparativo com a pré-pandemia (agosto de 2019), no entanto, o dado ainda é positivo em 5,6%.

Conforme a Abicalçados, a geração de postos, em agosto, foi puxada pelo Ceará (792 vagas) e por Minas Gerais (294 vagas). Atualmente, as principais empregadoras da atividade estão no Rio Grande do Sul, com 87,38 mil postos - criação de 49 vagas em agosto e 433 no ano, estando 3,9% abaixo do estoque de 2022; Ceará, que perdeu 1,14 mil vagas no acumulado do ano, encerrou agosto com 69,9 mil postos diretos na atividade, 3,8% menos do que em 2022; Bahia, com 41 mil postos diretos - perda de 187 vagas em agosto e criação de 368 vagas no acumulado, estando 0,1% abaixo do estoque de 2022; e São Paulo, com 35,66 mil postos diretos - criação de 32 vagas em agosto e de 1,24 mil no acumulado, estando 9% abaixo do estoque de 2022.

Alerta

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que, apesar da criação de postos em agosto, o setor está receoso para os próximos meses. “Conversamos diariamente com muitos industriais de calçados que apontam preocupação com a concorrência desleal imposta pelas plataformas internacionais de e-commerce, que estão isentas de impostos em remessas de até US\$ 50, o que atinge diretamente a indústria calçadista brasileira. Teremos meses difíceis pela frente e esse dado, infelizmente, não deverá se sustentar”, avalia o dirigente, ressaltando que, caso a medida não seja revogada, a indústria calçadista poderá perder mais de 30 mil postos nos próximos dois anos. “A Abicalçados vem alertando o Governo Federal sobre a medida, mas, infelizmente, até o momento não tivemos um retorno positivo”, alerta o executivo.

EMPREGOS (AGOSTO)

BRASIL: 295,6 MIL POSTOS DIRETOS (-5,2% ANTE 2022)

RS: 87,38 MIL POSTOS DIRETOS (-3,9%)

CE: 69,9 MIL POSTOS DIRETOS (-3,8%)

BA: 41 MIL POSTOS DIRETOS (-0,1%)

SP: 35,66 MIL (-9%)



CHEGOU A HORA!

CONFIRME SUA

PRESENÇA NA FEIRA.

FAÇA SEU CREDENCIAMENTO AQUI

21
a **23**
novembro

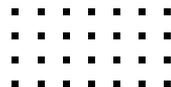
BFSHOW
A FEIRA DO CALÇADO BRASILEIRO

PORTO ALEGRE/RS
Centro de Eventos FIERGS

Acesse o site para mais informações

bfshow.com.br

[f](#) [@](#) [in](#) [bfshowoficial](#)



ORIGEM SUSTENTÁVEL CERTIFICA QUATRO EMPRESAS DE CALÇADOS EM OUTUBRO



Conforto, de Estância Velha/RS, engaja seus colaboradores para ter uma produção cada vez mais sustentável

Após um crescimento de mais de 75% no ano passado, o Origem Sustentável, único programa de certificação de práticas ESG para empresas da cadeia produtiva do calçado no mundo, segue em expansão. Nos últimos dois meses, quatro empresas foram reconhecidas, duas certificadas pela primeira vez e duas recertificadas.

Uma delas é a Conforto, que teve sua unidade de Estância Velha/RS certificada pelo Origem Sustentável no último dia 29 de setembro. A cerimônia, que contou com a presença da diretoria da empresa e colaboradores, além do presidente-executivo da Abicalçados Haroldo Ferreira, aconteceu na sede da empresa.

Certificada no nível Ouro, o que significa mais de 60% dos 104 indicadores do programa Origem Sustentável atingidos, a indústria gaúcha traz a sustentabilidade no seu DNA. Desde sua fundação, em 1985, as práticas ESG são uma realidade na indústria. O presidente da Conforto, João Altair dos Santos, destacou o orgulho da empresa com o reconhecimento do único programa de certificação ESG para a cadeia produtiva do calçado no mundo. “O Origem Sustentável é um reconhecimento do esforço de toda uma equipe envolvida no processo para organização e registro do que já fazíamos aqui na empresa há muito tempo. Esperamos conseguir transmitir a importância da certificação para todo o mercado, criando valor significativo para a nossa cadeia coureiro-calçadista”, avalia o empresário.

São muitas as ações da Conforto que chamaram a atenção dos auditores do Origem Sustentável. Entre os destaques, está um processo para logística reversa realizado junto com fornecedores, pelo qual envia novamente para a origem latas, embalagens, baldes, bombonas, entre outros produtos; a gestão de resíduos industriais; a geração de energia limpa; as ações sociais; os benefícios aos colaboradores; entre outros.

Em 2022, conforme Relatório de Sustentabilidade da empresa, foram geradas mais de 277 toneladas de resíduos industriais (aparas de couros, tambores de metal, resíduos de poliuretano, resíduos têxteis, papelão etc). Sem enviar nada para aterros sanitários, a empresa reportou que 44,7% dos resíduos foram reciclados e 53% enviados para coprocessamento. O restante dos materiais foi reutilizado.

No ano passado, a Conforto também deu um passo importante ao elaborar o seu primeiro inventário de gases de efeito estufa com escopos definidos pelo GHC Protocol - conjunto de padrões internacionais para mensurar, gerenciar e relatar as emissões de gases de efeito estufa associadas às atividades humanas. Em 2022, conforme relatório, as atividades da empresa geraram a emissão de 173,5 toneladas. A partir do resultado, a empresa traçou a meta de reduzir em 50% as emissões totais até 2030.



Outra preocupação da Conforto é com a energia elétrica. Contando com painéis solares instalados na unidade matriz de Estância Velha, a empresa reporta que 64% do total da energia utilizada no ano passado foi proveniente da fonte renovável.

Na dimensão social, a Conforto se destaca pela forte atuação comunitária e laboral, visto que seus colaboradores possuem plano de saúde, atendimentos médicos na empresa, vale transporte, auxílio creche e refeições em refeitórios próprios. Exemplo da atuação da empresa foi dado durante as enchentes provocadas pelos ciclones que atingiram o Rio Grande do Sul, principalmente na região do Vale do Taquari. Na oportunidade, a Conforto emprestou caminhão para distribuir doações às comunidades atingidas. Regularmente, a empresa também apoia causas sociais, patrocina confraternizações locais, realiza doações para o Hospital de Estância Velha, de cestas básicas para a população carente, entre outras.

Consciente de que não é o suficiente ter uma produção sustentável e socialmente justa se os seus fornecedores não seguirem o exemplo, a Conforto estabeleceu uma meta arrojada para garantir a continuidade da sua jornada sustentável. Até 2025, 50% dos fornecedores regulares e terceirizados deverão ser certificados pelo Origem Sustentável. Já até 2030, a meta é que 100% deles estejam adequados ao programa.

Tip Toey Joey

A indústria de calçados infantis Tip Toey Joey, de Franca/SP, foi certificada pelo Origem Sustentável no último dia 2 de outubro, na sua sede. A cerimônia, que contou com as presenças da diretoria e colaboradores da empresa, de Ferreira, e do presidente do Sindicato das Indústrias de Calçados de Franca (Sindifranca), José Carlos Brigagão, marcou a primeira certificação de uma calçadista no município paulista, no nível Prata - mais de 40% dos indicadores do programa atingidos.

Na oportunidade, o diretor da empresa, Scott McInerney, fez uma apresentação visando sensibilizar colaboradores acerca da responsabilidade de cada um deles na preservação do planeta e da vida. “É urgente diminuirmos os impactos da ação do homem no meio ambiente e, para isso, ir ao encontro de uma produção sustentável é fundamental. A certificação do Origem Sustentável é muito relevante não somente para a Tip Toey Joey, mas para o setor calçadista brasileiro, que vem se tornando uma referência internacional na área”, comentou.



Produtora de calçados infantis foi a primeira certificada no polo calçadista de Franca/SP



Entre os destaques de sustentabilidade, a empresa francana apresenta uma operação 100% à base de energia solar, uma linha de calçados infantis sem couro produzida com materiais reciclados, uma horta cuidada pelos funcionários e que fornece alimentação saudável a eles e suas famílias, a compensação de resíduos em parceria com a Eureciclo, entre outras ações. Conforme a empresa, no ano passado, foram compensadas mais de 6 toneladas de resíduos industriais, número que a calçadista quer passar para 15 toneladas a partir de 2024. Outra meta importante da empresa é de ter todos os seus fornecedores elegíveis e terceirizados certificados pelo Origem Sustentável até 2025, pois não se pode ser uma empresa sustentável sem ter fornecedores realmente comprometidos com as práticas ESG.

Recertificadas

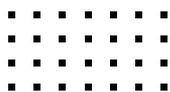
Além das certificadas, também foram recertificadas no nível máximo do programa, o Diamante, a Bibi e a Calçados Beira Rio, a primeira de Parobé/RS e a segunda de Novo Hamburgo/RS.

A Calçados Beira Rio conta com uma série de iniciativas realizadas. 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.

Já a Bibi se orgulha por suas atitudes junto ao meio ambiente e tem como destaque ações como a correta destinação dos resíduos industriais. Conforme a empresa, 56% dos resíduos são reciclados e 44% são coprocessados (transformados em matéria-prima para a indústria cimenteira por meio de uma parceria com uma multinacional italiana). Na ponta final de todo um processo sustentável de produção, a Bibi apresenta calçados infantis com materiais 100% atóxicos.

Sobre o Origem Sustentável

Criado pela Abicalçados em parceria com a Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal), 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. Mais informações no site origemsustentavel.org.br.





SOBRE O CENÁRIO PARA O CALÇADO BRASILEIRO

Igor Fink Glaser

Economista e analista de Inteligência de Mercado da Abicalçados

No cenário internacional, vemos um crescimento tímido na economia global, com a média de crescimento mundial em torno de 3% e uma inflação relativamente alta nas principais economias do mundo. Ao mesmo tempo, a taxa de juros americana está em um patamar recorde, justamente para reduzir os impactos da inflação, com isso o dólar americano ganha força frente a outras moedas. Entretanto, mesmo com a alta dos juros, especialmente a partir do segundo trimestre, a economia americana fica estável, isto é, não se percebe uma redução da atividade econômica proporcional ao aumento dos juros, isso devido a política fiscal implementada no país que mantém a economia no mesmo patamar.

Agora quanto à economia do Brasil, houve um crescimento do PIB no primeiro trimestre do ano, mesmo com queda no investimento privado e uma queda na demanda interna, esse crescimento no PIB com uma queda na demanda não é característico na economia brasileira. O crescimento do primeiro trimestre foi puxado pela expansão da agropecuária, que teve uma elevação de 21%. Já o segundo trimestre será impulsionado pela indústria, em especial a extrativa, transformação, construção e serviços. Outro ponto importante é uma melhora no mercado de trabalho brasileiro, isto é, uma diminuição da informalidade e migração para o emprego formal e um aumento de pessoas trabalhando com carteira assinada no setor privado, o que gera um aumento na renda média real das pessoas, com esse aumento ficando acima inclusive do nível pré-pandemia. É válido destacar, ainda, que os ganhos nominais de renda não levam em conta a inflação do período, ao passo que ganhos reais têm a inflação calculada junto, e é claro que esse aumento no rendimento médio real está atrelado também ao controle inflacionário nesse ano.

No tópico de inflação, é possível notar um aumento no índice de preços acumulado 12 meses no período recente. Esse aumento era esperado porque no final do ano passado tivemos meses com taxas negativas e, conforme essas taxas deixam os 12 meses analisados, a taxa tende a crescer, mas ainda está dentro da meta olhando o dado de agosto, último dado disponível.

Já, quando entramos no setor de calçados, notamos que a atividade vem sofrendo com quedas nas exportações neste ano, isto devido a uma série de fatores, em destaque a retomada das exportações chinesas, que estão recompondo a participação de mercado; uma queda nas importações dos Estados Unidos, maior importador mundial de calçados e que era o principal destino dos calçados brasileiros, além do fim de um movimento de recomposição de estoques americano; e uma perda na participação dos calçados do Brasil nas importações da Argentina, perda de participação que está sendo substituída por calçados originários da China, Vietnã e Indonésia. Outro ponto digno de nota é que 2022 foi um ano extraordinário para as exportações de calçados, ficando muito acima do volume exportado nos anos anteriores, inclusive acima do que era exportado no pré-pandemia e mesmo com as quedas em 2023 as exportações continuam acima de 2019.

Quanto à produção de calçados, diferentemente do ano passado, em 2023 e 2024 o mercado externo não será o vetor do crescimento, mas sim o mercado interno. Com um rendimento médio maior e um aumento do consumo interno, a produção de calçados deve encerrar o ano com estabilidade frente ao ano anterior, porém abaixo de 2019, recuperando a produção que tinha no pré-pandemia somente em 2025. Por mais que essa notícia não seja muito animadora, o setor cresce acima da indústria de transformação, prometendo um crescimento de 1,5% a 2,8% na produção para 2024.

**INOVAÇÃO E TECNOLOGIA
PARA O MERCADO CALÇADISTA,
COM A LINHA MAIS COMPLETA
DE ADESIVOS E TERMOPLÁSTICOS.**



fcc

**Somos incansáveis na busca pelo novo, transformando
ideias em materiais que mudam o mundo.**

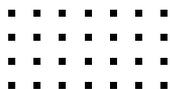
 (51) 2129-2200  fcc.com.br  [grupofcc](https://www.instagram.com/grupofcc)  [fcc_3](https://www.linkedin.com/company/fcc_3)

ABICALÇADOS PARTICIPA DE AGENDA INSTITUCIONAL EM MILÃO



A Abicalçados, que coordenou a presença de 76 marcas apoiadas pelo Brazilian Footwear na feira [Micam Milano](#), na Itália, participou de uma intensa agenda institucional na capital mundial da moda. Entre os dias 17 e 20 de setembro, o presidente-executivo, Haroldo Ferreira, a gestora de Projetos Letícia Masselli e a analista de Promoção Comercial da entidade, Paola Pontin, participaram de encontros com representantes de entidades internacionais, das feiras italianas Micam Milano e Expo Riva Schuh e do Consulado Brasileiro de Milão.

O objetivo dos encontros foi estreitar o relacionamento e também tratar de temas pertinentes ao desenvolvimento da indústria calçadista. O primeiro encontro foi com a secretária geral da Confederação Europeia do Calçado (CEC, sigla em inglês), Carmen Árias. “Na oportunidade, falamos sobre a importância crescente da sustentabilidade, não somente nos seus aspectos ambientais, mas também sociais, de respeito aos direitos humanos. Ressaltamos que a questão é fundamental não somente para o desenvolvimento humano, mas também para ganhos de competitividade, já que consumidores de todo o mundo estão cada vez mais atentos e exigindo que as marcas trabalhem de acordo com os preceitos de ESG”, conta.



Referência internacional

Segundo Ferreira, no encontro com a dirigente europeia foi falado também do Orígem Sustentável, única certificação de práticas sustentáveis no mundo voltada para empresas da cadeia produtiva do calçado. “O Orígem Sustentável, que já conta com mais de 100 empresas que respondem por cerca de 45% da produção brasileira de calçados, é um grande destaque e torna o Brasil uma referência internacional em produção sustentável no setor”, acrescenta o executivo, ressaltando que a dirigente europeia ficou positivamente impactada com o trabalho realizado pelo programa mantido pela Abicalçados em parceria com a Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal).

Assim como a sustentabilidade na indústria brasileira, foi pauta de encontro com a Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado, Componentes, Artigos de Pele e seus Sucedâneos (Apiccaps) a realização da Brazilian Footwear Show - BFSHOW, feira realizada pela Abicalçados com o objetivo de otimizar o calendário de mostras brasileiras com foco em transparência e negócios. “Falamos com o gerente geral da entidade portuguesa, João Maia, sobre a realização da BFSHOW e sobre a operação do Orígem Sustentável, principalmente de como o programa nos traz uma vantagem competitiva, especialmente diante dos competidores asiáticos, que não trabalham de acordo com práticas ESG”, comenta Ferreira.

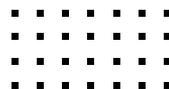
Mercosul e EU

Com a Câmara da Indústria do Calçado (CIC, sigla em espanhol) da Argentina, a pauta foi a urgência da conclusão do acordo comercial Mercosul e União Europeia (UE). “A conclusão do acordo, que está sendo discutida há anos, é fundamental para o desenvolvimento da indústria de calçados em ambos os países. A Europa é um mercado importante para o produto brasileiro, sendo a França o nosso terceiro principal destino no exterior. Certamente, com o acordo teremos possibilidades de ampliar ainda mais as nossas exportações para o Velho Continente”, destaca Ferreira. Por outro lado, os dirigentes falaram sobre as expectativas com a eleição presidencial na Argentina, o que coloca não somente o acordo em risco, mas o próprio Mercosul.

Consulado

Durante os dias da Micam Milano, em mais de uma oportunidade, Ferreira esteve com o embaixador Hadil da Rocha-Vianna, cônsul-geral do Brasil em Milão. “Podemos estreitar ainda mais os laços com o consulado, visando a destacar o calçado brasileiro na capital mundial da moda. Nos encontros, tratamos da sustentabilidade do produto nacional e dos eventos de ação comercial na Itália, em especial a Micam Milano, no qual tivemos a terceira maior delegação estrangeira, atrás apenas da Espanha e da Turquia”, conta. Além das reuniões institucionais, a Abicalçados participou do evento Brazil Summer Fashion, realizado pelo Consulado na Residenza Vignale, em Milão.

Durante a viagem à Itália, a Abicalçados também teve agendas com o coordenador de Indústria e Serviços da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), André Limp, e com dirigentes das feiras italianas Micam Milano e Expo Riva Schuh.





EM AUDIÊNCIA PÚBLICA, ABICALÇADOS DEFENDE REVOGAÇÃO DA ISENÇÃO PARA PLATAFORMAS INTERNACIONAIS

Com o objetivo de alertar a classe política sobre a importância de revogação da portaria governamental (Portaria MF nº 612/2023) que isenta do pagamento de impostos remessas de plataformas internacionais de e-commerce para pessoas físicas no valor de até US\$ 50, a Abicalçados participou, no dia 5 de outubro, de audiência pública no Congresso Nacional.

Representando a entidade, a coordenadora da Assessoria Jurídica da Abicalçados, Suély Mühl, ressaltou a preocupação da indústria calçadista nacional com a medida. “A Abicalçados vem alertando o Governo acerca dos impactos sociais e econômicos da portaria que isenta grandes empresas internacionais de pagar impostos para entrada de produtos no Brasil, justamente em uma faixa de até US\$ 50, que afeta diretamente o calçado produzido no País e que paga todos os seus impostos”, disse.

Perda de 30 mil empregos

Segundo ela, levantamento realizado pela Inteligência de Mercado da Abicalçados aponta que a isenção coloca em risco imediato mais de 30 mil postos de trabalho na indústria calçadista nacional. “Além da concorrência desleal com a indústria nacional, é preciso conscientizar o Governo e também a população que estamos apoiando uma produção que não respeita os direitos humanos e a sustentabilidade. Para dar um exemplo prático, as três principais origens das importações de calçados - China, Vietnã e Indonésia - ratificaram apenas 20 convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT). O Brasil ratificou mais de uma centena. Os países asiáticos não ratificaram convenções que possuem impacto direto em setores intensivos em mão-de-obra, como é o caso da indústria calçadista, por exemplo”, comentou a advogada, ressaltando que sequer os três países ratificaram a Convenção que trata da fixação de salário mínimo.

Levantamento

Recente estudo realizado pela Abicalçados e levado às autoridades aponta que, somente as duas maiores plataformas de e-commerce internacionais atuantes no País, faturaram cerca de R\$ 2 bilhões em 2022, 20% do valor total do varejo on-line de calçados no Brasil. “Esse valor deve quadruplicar nos próximos anos, especialmente diante da isenção das remessas até US\$ 50”, alertou Suély.

O levantamento da entidade estima que a cada R\$ 1 bilhão que a indústria calçadista nacional deixa de produzir – pela comercialização sem a devida isonomia tributária a qual as plataformas de comércio eletrônico deveriam estar submetidas –, o setor deixa de gerar 16,5 mil postos de trabalho de forma direta e indireta. “Ou seja, o faturamento somente das duas maiores plataformas internacionais de e-commerce coloca em risco imediato mais de 30 mil empregos no setor calçadista brasileiro”, frisou.

Na audiência, o deputado federal Zé Neto (PT-BA), que convidou a Abicalçados para o encontro, destacou a importância da apresentação no sentido de conscientizar a classe política e a sociedade sobre a questão e se colocou como um defensor da revogação da medida.

HUB DE INOVAÇÃO DO INSPIRAMAIS TEM 30 EMPRESAS CONFIRMADAS



Promovido pela Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal), o Hub Conexão Criativa, espaço que abriga materiais inovadores no INSPIRAMAIS, está em constante crescimento. Na 29ª edição do evento, estão confirmadas 30 empresas que apresentarão produtos com foco em sustentabilidade. O salão INSPIRAMAIS, que lança mais de mil produtos para as indústrias de calçados, confecções, automotivos, móveis e bijuterias, acontece nos dias 23 e 24 de janeiro de 2024, no Centro de Eventos FIERGS, em Porto Alegre/RS.

A curadora do espaço, Flávia Vanelli, enfatiza a crescente importância de apresentar negócios sustentáveis ao mercado de moda, design e arquitetura. “Ao longo de mais de dez edições, temos testemunhado a diversidade e a riqueza do design e do artesanato brasileiro, especialmente quando se trata de impacto positivo, com soluções sustentáveis que se alinham às demandas do mercado”, observa. Ela destaca que, desde sua criação, em 2018, o Hub Conexão Criativa já desempenhou um papel vital ao conectar mais de 300 empreendimentos sustentáveis com o mercado, servindo como um catalisador para que projetos notáveis encontrassem novos parceiros e clientes durante o INSPIRAMAIS.

[Confira as empresas confirmadas no link.](#)

ABICALÇADOS ARRECADA DOAÇÕES PARA ATINGIDOS POR ENCHENTES NO RS

Devido às fortes chuvas que atingiram - e atingem - diversas regiões do Rio Grande do Sul, a Abicalçados está mobilizada para arrecadar doações de roupas, calçados, cobertores, alimentos não perecíveis e materiais de higiene e limpeza.

A Entidade calçadista está buscando também a sensibilização das indústrias para a necessidade de flexibilizar negociações com lojistas nas regiões atingidas pela catástrofe natural.

A Abicalçados está recebendo as doações na sua sede - Rua Júlio de Castilhos, 561, Novo Hamburgo/RS - e também aceitando doações em dinheiro, via pix: CNPJ 90.833.203/0001-51.



ANDACCO: RECUPERAÇÃO GRADUAL

A Andacco, indústria de calçados que faz parte do grupo Cacique (São Sebastião do Paraíso/MG), está em recuperação gradual das perdas provocadas pelo período convivido diante da Covid-19, entre 2019 e 2021. O presidente da empresa, Benevenuto Arantes, conversou com exclusividade com o Abinforma sobre o mercado para calçados, investimentos e projeções para curto e médio prazos.



Abinforma: Quando foi criada a Andacco?

Benevenuto Arantes: A Andacco é parte do grupo Cacique, que além da calçadista possui um curtume e um frigorífico, todos em São Sebastião do Paraíso. O grupo foi criado em 1984, a calçadista em 1992, o curtume no ano 2000 e frigorífico em 2015.

Abinforma: O modelo é interessante, no sentido que o grupo produz sua matéria-prima, que é subproduto da carne que é vendida no frigorífico. Como nasceu a ideia? Atualmente, todos os calçados da Andacco são produzidos a partir de couros do curtume Cacique?

Arantes: Certamente ajudou muito no fornecimento de matéria-prima, ficando a Andacco menos propensa às oscilações do mercado. Atualmente, pelo menos 95% do couro utilizado na produção do nosso calçado é do curtume próprio, que vende os couros excedentes para o mercado.

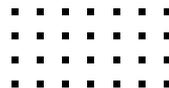
“CERTAMENTE AJUDOU MUITO - O GRUPO CONTAR COM CURTUME PRÓPRIO - NO FORNECIMENTO DE MATÉRIA-PRIMA, FICANDO A ANDACCO MENOS PROPENSA ÀS OSCILAÇÕES DO MERCADO. ATUALMENTE, PELO MENOS 95% DO COURO UTILIZADO NA PRODUÇÃO DO NOSSO CALÇADO É DO CURTUME PRÓPRIO, QUE VENDE OS COUROS EXCEDENTES PARA O MERCADO”

Abinforma: Qual é a produção do grupo hoje?

Arantes: São 5 mil pares de calçados diários, 2 mil metros de couros acabados por dia e uma capacidade de abate de 250 cabeças de gado por dia.

Abinforma: Como tem sido o ano de 2023 para a Andacco?

Arantes: Tem sido um ano difícil, em que estamos todos trabalhando dobrado para manter os números positivos. Notamos um desaquecimento parelho tanto no mercado doméstico quanto internacional, para onde são destinados 45% dos nossos calçados. Penso que, além dos juros elevados, que travam a economia mundial, temos uma inflação persistente que vem tirando o poder de consumo das pessoas.



Abinforma: Atualmente, quais são os principais mercados internacionais para a Andacco? A fatia exportada é a mesma de anos atrás? Qual é a fatia do *private label* (marca do cliente) nas exportações?

Arantes: Nossos principais mercados estão concentrados nos Estados Unidos, países da Europa e da América do Sul. Nossa fatia de exportações chegou a 60% antes da pandemia, até 2020. A pandemia bagunçou muito o mercado internacional. Queremos retomar essa fatia nos próximos anos. Hoje, metade do que exportamos é *private label*.

“NOSSA FATIA DE EXPORTAÇÕES CHEGOU A 60% ANTES DA PANDEMIA, ATÉ 2020. A PANDEMIA BAGUNÇOU MUITO O MERCADO INTERNACIONAL. QUEREMOS RETOMAR ESSA FATIA NOS PRÓXIMOS ANOS.”

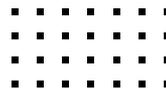
Abinforma: Em termos percentuais, qual foi a performance da Andacco em 2022 e até o momento em 2023?

Arantes: Crescemos cerca de 5% no comparativo com o mesmo momento do ano passado. Queremos manter esse número até o final do ano e para isso estamos trabalhando muito forte, com investimentos em maquinário e em mídia. Em 2022, havíamos crescido bem, cerca de 15% em produção e faturamento.

Abinforma: Para 2024, qual a perspectiva da Andacco?

Arantes: Os meses finais de 2023 já têm sido melhores para a empresa, principalmente no mercado internacional. Recentemente, participamos da Micam Milano, na Itália, com um ótimo desempenho, superior ao do ano passado. Também havíamos tido um bom desempenho na Expo Riva Schuh. Notamos que os compradores estão voltando aos poucos, especialmente os norte-americanos, que hoje são o nosso principal mercado. Já o mercado interno tem patinado mais, principalmente por essa questão das plataformas digitais que estão isentas de impostos de importação em remessas de até US\$ 50. É uma competição desleal com a nossa produção e atinge diretamente a nossa indústria. Seguindo nesse ritmo, aumentando a fatia das exportações durante 2024, devemos crescer cerca de 10% em produção de calçados.

“OS MESES FINAIS DE 2023 JÁ TÊM SIDO MELHORES PARA A EMPRESA, PRINCIPALMENTE NO MERCADO INTERNACIONAL. RECENTEMENTE, PARTICIPAMOS DA MICAM MILANO, NA ITÁLIA, COM UM ÓTIMO DESEMPENHO, SUPERIOR AO DO ANO PASSADO. [...] NOTAMOS QUE OS COMPRADORES ESTÃO VOLTANDO AOS POUCOS, ESPECIALMENTE OS NORTE-AMERICANOS, QUE HOJE SÃO O NOSSO PRINCIPAL MERCADO”

**Abinforma: A Andacco já recuperou as perdas provocadas pela pandemia?**

Arantes: Estamos 90% recuperados. Dando tudo certo, com as nossas estimativas, chegaremos aos mesmos patamares de 2019 no próximo ano.

Abinforma: A empresa realizou investimentos em 2023?

Arantes: Sim, estamos buscando ampliar a nossa produção, não somente de calçados, mas dos outros negócios. Para isso, estamos investindo em maquinários e na ampliação do parque fabril.

"[...] O MERCADO INTERNO TEM PATINADO MAIS, PRINCIPALMENTE POR ESSA QUESTÃO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS QUE ESTÃO ISENTAS DE IMPOSTOS DE IMPORTAÇÃO EM REMESSAS DE ATÉ US\$ 50. É UMA COMPETIÇÃO DESLEAL COM A NOSSA PRODUÇÃO E ATINGE DIRETAMENTE A NOSSA INDÚSTRIA"

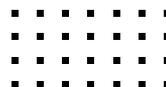
Abinforma: Aumentou o número de colaboradores durante o ano?

Arantes: Hoje, empregamos um total de 1,5 mil pessoas no grupo. Ao longo de 2023 já contratamos cerca de 150 pessoas, um incremento de 10% no quadro total de funcionários.

Abinforma: A Andacco está confirmada nas primeiras edições da BFSHOW?

Arantes: Já estamos confirmados tanto na primeira edição, em Porto Alegre/RS, quanto na segunda, em 2024, em São Paulo/SP. Nossas expectativas são muito positivas, visto que é uma feira em que o "dono" é o mercado. Para isso, há algum tempo, já viemos trabalhando no pré-feira, convidando nossos clientes para fazerem grandes negócios no evento.

"JÁ ESTAMOS CONFIRMADOS TANTO NA PRIMEIRA EDIÇÃO, EM PORTO ALEGRE/RS, QUANTO NA SEGUNDA, EM 2024, EM SÃO PAULO/SP (DA BFSHOW). NOSSAS EXPECTATIVAS SÃO MUITO POSITIVAS, VISTO QUE É UMA FEIRA EM QUE O "DONO" É O MERCADO. PARA ISSO, HÁ ALGUM TEMPO, JÁ VIEMOS TRABALHANDO NO PRÉ-FEIRA, CONVIDANDO NOSSOS CLIENTES PARA FAZEREM GRANDES NEGÓCIOS"





FEIRA ITALIANA DEVE GERAR MAIS DE US\$ 30 MILHÕES



A feira italiana Micam Milano, que aconteceu entre os dias 17 e 20 de setembro, em Milão, deve gerar mais de US\$ 30 milhões para as 76 marcas brasileiras expositoras. Integrando a terceira maior delegação estrangeira do evento, atrás da espanhola e turca, as empresas verde-amarelas foram apoiadas pelo Brazilian Footwear, programa de fomento à exportação 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 a feira confirmou as boas expectativas e até mesmo surpreendeu algumas empresas. “O evento não somente teve grande movimentação nos primeiros dias, mas também contou com compradores qualificados”, comentou. Segundo a analista, mesmo com os problemas macroeconômicos, a Europa se destacou como uma grande consumidora de calçados brasileiros durante o evento. “Além de europeus, as marcas brasileiras reportaram visitação de compradores do Oriente Médio, Ásia, Oceania e Américas. Foi uma Micam Milano bastante internacionalizada”, acrescenta. Relatório da Abicalçados aponta que, in loco, foram comercializados mais de 740 mil pares de calçados brasileiros, que geraram mais de US\$ 10,3 milhões.

Expositores

O coordenador de exportações da Andacco, Leandro Fernandes de Oliveira, conta que muitos pedidos foram concretizados no evento, o que transformou a edição da Micam Milano na melhor dos anos mais recentes. “Em comparação com a feira do ano passado, vendemos mais do que o dobro de calçados”, comemora. Segundo ele, além de clientes tradicionais, a empresa recebeu novos contatos de mercados da Austrália, Suíça, Arábia Saudita, Chile, entre outros. Com uma produção de 4 mil pares de calçados por dia, a empresa de São Sebastião do Paraíso/MG exporta cerca de 50% dos seus produtos, especialmente para os Estados Unidos, Europa e América Latina.



A CEO da marca Guilhermina, de Sapiranga/RS, Maristela Becker Hübner, avalia a participação como bastante positiva. “Recebemos clientes antigos e novos, principalmente dos Emirados Árabes Unidos, Israel, Austrália, Itália, França, Sérvia e até mesmo Ucrânia e Rússia”, conta. A empresa está buscando distribuidores para a Europa. “Na BFSHOW, em Porto Alegre/RS, receberemos um distribuidor italiano com o qual estamos negociando”, afirma a CEO. Produzindo de 800 a 1.000 pares diariamente, a Guilhermina exporta 50% de sua produção de calçados femininos *premium* para os Estados Unidos, Inglaterra, Emirados Árabes Unidos, Israel, Bélgica, África do Sul, República Dominicana, entre outros.

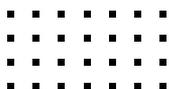
Estreando em feiras internacionais, a Kenner e a Redley, produzidas pelo grupo S2 Holding, do Rio de Janeiro/RJ, tiveram uma exposição positiva. Chamado para realizar a internacionalização das duas marcas, o diretor de exportações da empresa, Jefferson Berz, ressalta que a Micam Milano foi um marco na história da empresa. “Tivemos um *feedback* extremamente positivo, com negócios fechados já na feira e outros que ficaram alinhavados e que devem ocorrer na nossa próxima mostra, a BFSHOW”, avalia. Segundo o diretor, pelo menos 20% dos compradores que passaram no estande durante a mostra demonstraram interesse na mais nova feira internacional do calçado verde-amarelo que terá sua primeira edição na capital gaúcha. Com uma produção que totaliza 9 milhões de pares - somando Kenner e Redley -, a empresa busca a meta de exportar entre 10% e 20% dos seus calçados até 2028. “Para isso, as feiras internacionais são fundamentais”, conclui Berz.

Sustentável

No estande institucional do Brazilian Footwear uma exposição de calçados produzidos por empresas certificadas pelo Origem Sustentável, única certificação de ESG para a cadeia produtiva do setor no mundo, chamou a atenção. No total, foram expostos produtos de nove empresas que estavam com estandes na Micam Milano - Ramarim, Bibi, Calçados Beira Rio, Grendene, Kenner, Wirth, Piccadilly, Usaflex e Pegada.

A feira

Com 1,2 mil expositores, boa parte deles internacionais de mais de 30 países, a Micam Milano recebeu cerca de 45 mil compradores de mais de 130 países de todo o mundo. Participaram da 96ª edição da Micam Milano, com o apoio do Brazilian Footwear, as marcas Actvitta, Adrun, Anatomic Prime, Anatomic Shoes, Andacco, Andine, Archetti, Awana, Beira Rio, Bibi, BR Sport, Campesi, Capelli Rossi, Carrano, Cecconello, Cocco New York, Comfortflex, Cristófoli, Dakota, Democrata, Eléia, Ferracini, Ferricelli, Guilhermina, Ipadma, Itapuã, Jorge Bischoff, JotaPe, Kenner, Killana, Kolosh, Kolway, Lamara London, Levecomfort, Leveterapia, Levine, Lia Line, LigthGel, Loucos & Santos, Luiza Barcelos, Luz da Lua, Madeira Brasil, Mississipi, Modare Ultraconforto, Moema, Moleca, Molekinha, Molekinho, New Face, Offline, Opananken Antitensor, Pegada, Perlatto, Petite Jolie, Piccadilly, Pink Cats, Ramarim, Ramony, Redley, Satryani, Savelli, Smidt, Stéphanie Classic, Sua Cia, Suzana Santos, Tabita, Usaflex, Valentina, Variettá, Verofatto, Villione, Vizzano, Voices Culture, Werner, West Coast e Wirth.



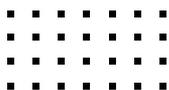
FEIRA NORTE-AMERICANA DEVE GERAR US\$ 1,9 MILHÃO PARA CALÇADISTAS

A feira norte-americana Magic NY, realizada em Nova Iorque entre os dias 19 e 21 de setembro, deve gerar US\$ 1,93 milhão para 11 marcas brasileiras presentes. Apoiadas pelo Brazilian Footwear, programa de fomento às exportações mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), as empresas comercializaram, in loco, 35 mil pares de calçados que geraram US\$ 535 mil. Para os próximos seis meses, em negócios que ficaram alinhavados no evento, a estimativa é de vender mais 83 mil e gerar mais US\$ 1,4 milhão.

A analista de Promoção Comercial da Abicalçados, Paola Pontin, ressalta que o mercado norte-americano, apesar de estar importando menos calçados, é o segundo principal destino para as exportações brasileiras do setor. “Os Estados Unidos são, hoje, os maiores importadores de calçados do planeta, em valores. Apesar disso, o *market share* do calçado brasileiro é menos de 1%. A presença em feiras locais, de forma constante, é essencial para o posicionamento de marca e também para o melhor aproveitamento desse potencial”, comenta a analista.

O relatório da Abicalçados aponta, ainda, que as marcas receberam a visita de grandes *players* dos Estados Unidos, Canadá, Colômbia, Equador, Honduras, Porto Rico, Nigéria, entre outros. “Foram quase 160 contatos, mais da metade deles novos”, informa Paola. Além de compradores, as marcas brasileiras expositoras da Magic NY receberam a visita do presidente e da diretora da ApexBrasil, Jorge Viana e Ana Repezza, que destacaram a importância do apoio do Brazilian Footwear para a promoção internacional das marcas verde-amarelas.

A Magic NY recebeu, apoiadas pelo Brazilian Footwear, as marcas Carrano, Beira Rio Conforto, Moleca, Molekinha, Molequinho, Vizzano, Modare Ultraconforto, BR Sport, Actvitta, Bottero e Schoen. A próxima edição da Magic NY será nos dias 20 a 22 de fevereiro de 2024.





EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS SOMAM MAIS DE US\$ 900 MILHÕES ATÉ SETEMBRO

Dados elaborados pela Abicalçados apontam que, entre janeiro e setembro, foram exportados 90,63 milhões de pares, os quais geraram US\$ 907,17 milhões, resultados inferiores tanto em volume (-16%) quanto em valores (-8,4%) em relação ao mesmo período do ano passado. O recorte mensal de setembro aponta para a exportação de 8,36 milhões de pares e US\$ 84 milhões, quedas de 19% e 23,2%, respectivamente, ante o mês nove de 2022. Na comparação com os nove primeiros meses da pré-pandemia, em 2019, o setor segue positivo em 6,1% em volume e em 23,7% em receita.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que, infelizmente, a queda nos embarques já estava “mapeada” pelo setor. “As exportações de calçados vêm caindo desde o início do ano por fatores macroeconômicos e também porque a base do ano passado é muito forte, então não existe nada de novo. No ano passado, não custa lembrar, tivemos o melhor resultado em 12 anos nas exportações de calçados. Em 2023, fatores como o retorno forte da China ao mercado, depois de rigorosas políticas de Covid Zero que atrasaram sua produção, a normalização dos preços dos fretes, o desaquecimento da economia mundial, em especial, a do nosso principal destino (Estados Unidos) e a alta da inflação têm prejudicado a nossa performance”, avalia. Segundo o executivo, nos próximos meses a queda deve ser menor, já que a base dos últimos meses de 2022 é mais fraca. “A estimativa da Abicalçados é de encerrarmos o ano com uma queda aproximada de 9% nos embarques”, prevê.

Ultrapassando os Estados Unidos como o principal destino das exportações de calçados brasileiros, entre janeiro e setembro, a Argentina importou 11,8 milhões de pares por US\$ 185,36 milhões, queda de 11,7% em volume e alta de 27,6% em receita, no comparativo com o período correspondente de 2022. “A Argentina, apesar de todos os seus problemas, como o represamento de pagamentos e a grave crise econômica interna, é um mercado fundamental para o calçado brasileiro”, avalia Ferreira.

BALANÇA COMERCIAL

O segundo destino, com importante retração nas suas importações de calçados verde-amarelos, é os Estados Unidos. Enfrentando uma crise inflacionária, os consumidores norte-americanos vêm consumindo menos calçados. Além disso, o Brasil, que tem um *market share* de menos do que 1% daquele mercado, vem perdendo posições para os asiáticos. Entre janeiro e setembro, foram embarcados para lá 7,9 milhões de pares, pelos quais foram pagos US\$ 174 milhões, quedas de 48,4% em volume e de 35,7% em receita em relação aos registros do mesmo íterim de 2022.

Na terceira posição entre os destinos do calçado nacional, apareceu a França, para onde foram embarcados 2,23 milhões de pares por US\$ 42 milhões, quedas de 57,8% em volume e de 14% em receita na relação com o mesmo intervalo do ano passado.

Importações em alta

Ao contrário das exportações, as importações de calçados seguem em alta. Entre janeiro e setembro, entraram no Brasil 23 milhões de pares, pelos quais foram pagos US\$ 348 milhões, incrementos tanto em volume (+13,4%) quanto em receita (+28,2%) em relação ao mesmo período do ano passado. As principais origens seguem sendo os países asiáticos, que respondem por mais de 85% do total de calçados que entram no País.

Segundo Ferreira, o aumento das importações é potencializado pelo problema da isenção de impostos para remessas de plataformas *cross border* (e-commerce internacional) em produtos de até US\$ 50. “A junção dos fatores trazem uma concorrência desleal e extremamente dura para a indústria brasileira de calçados”, comenta.

Em partes de calçados - cabedais, solas, saltos, palmilhas etc -, as importações de janeiro a setembro somaram US\$ 20,9 milhões, 4,4% menos do que no mesmo período 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 - SET 2022: 31,44 milhões de pares

JAN - SET 2023: 27,21 milhões de pares

VARIAÇÃO: -13,5%

RS

RIO GRANDE DO SUL

JAN - SET 2022: 33,18 milhões de pares

JAN - SET 2023: 27,28 milhões de pares

VARIAÇÃO: -17,8%

PB

PARAÍBA

JAN - SET 2022: 15,08 milhões de pares

JAN - SET 2023: 14,00 milhões de pares

VARIAÇÃO: -7,2%

TOTAL

JAN - SET 2022: 107,90 milhões de pares

JAN - SET 2023: 90,63 milhões de pares

VARIAÇÃO: -6,0%



IMPORTAÇÕES

PRINCIPAIS ORIGENS

Três primeiros países do ranking e o total do período

CHINA

JAN - SET 2022: 8,77 milhões de pares

JAN - SET 2023: 8,44 milhões de pares

VARIAÇÃO: -3,7%

VIETNÃ

JAN - SET 2022: 6,03 milhões de pares

JAN - SET 2023: 7,64 milhões de pares

VARIAÇÃO: 26,8%

INDONÉSIA

JAN - SET 2022: 2,29 milhão de pares

JAN - SET 2023: 3,27 milhões de pares

VARIAÇÃO: 42,9%

TOTAL

JAN - SET 2022: 20,28 milhões de pares

JAN - SET 2023: 22,99 milhões de pares

VARIAÇÃO: 13,4%

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

ABINFORMA

Outubro 2023 Nº 378 - Ano 33

 abicalcados
 abicalcadosoficial
 abicalcados
 company/abicalcados
 abicalcados



ABICALÇADOS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS
INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

40
ANOS

www.abicalcados.com.br