

ABINFORMA

INFORMATIVO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

NOVEMBRO/DEZEMBRO 2023 | Nº 379 | ANO 33



BFSHOW

BEM-VINDOS

WELCOME · BIENVENIDOS



BFSHOW
21-23 NOV. 2023

TERNA NA PALMA DA SUA MÃO A LISTA COMPLETA DE EXPOSITORES DA BFSHOW 2023 Exhibitors List

ESPECIAL

PRIMEIRA EDIÇÃO DA BFSHOW MOBILIZA SETOR CALÇADISTA NACIONAL



QUAL A LÓGICA DE REONERAR A GERAÇÃO DE EMPREGOS?

Haroldo Ferreira

Presidente-executivo da Abicalçados

Reindustrialização é a palavra de ordem. Não existe nenhum país no mundo que tenha obtido sucesso econômico e social sem investir na competitividade da indústria. Setor que mais gera empregos, a Indústria de Transformação pode ser considerada a mola propulsora de um país desenvolvido. No Brasil, há anos convivemos com um processo de desindustrialização acentuado por um custo produtivo crescente. Em momentos de crise, governos buscaram alternativas com medidas que aliviassem a atividade industrial. Uma delas foi a desoneração da folha de pagamentos, que desde o final de 2011 permite que a indústria dos segmentos que mais empregam substituam o pagamento de 20% sobre a folha de salários por 1% a 4,5% da receita bruta. Levantamento realizado pelas entidades setoriais que representam os 17 setores hoje abrangidos pela medida apontam que, desde 2018, foram preservados mais de 676 mil empregos. Já os salários médios nesses setores tiveram um incremento de mais de R\$ 400 em função da desoneração (de R\$ 2.033 para 2.430).

Por isso, o veto presidencial à continuidade da desoneração, aprovada com ampla maioria no Congresso Nacional, causou espanto não somente para a Abicalçados, mas para a sociedade brasileira. Sempre frisamos, em encontros com autoridades no Congresso Nacional e no Planalto, a importância da continuidade da política, o que parecia estar em entendimento em todas as casas. Afinal, a desoneração da folha de pagamentos reduz o custo direto do trabalho formal e estimula contratações e formalizações, uma relação lógica que fundamenta posicionamentos públicos não somente de entidades patronais, mas também das três principais centrais sindicais de trabalhadores do Brasil. Além de afastar o risco de fechamento de milhares de postos de trabalho, a desoneração segura aumento de preços de diversos produtos e serviços.

Calçados

Trazendo especificamente para o setor calçadista, levantamento realizado pela Inteligência de Mercado da Abicalçados aponta que o fim da política irá acarretar em uma carga tributária extra de R\$ 720 milhões por ano. Já o impacto no emprego será de 20 mil postos, quase 10% da mão de obra total empregada na atividade (296 mil postos).

Importante frisar que não “jogamos a toalha” e que a nossa batalha por melhores condições para a indústria continua. Estamos confiantes de que o Congresso Nacional derrubará o veto. Mas gera uma insegurança que não precisávamos após um ano difícil, em que se somam o desaquecimento do mercado brasileiro e mundial, a concorrência desleal das plataformas internacionais de e-commerce e o famigerado Custo Brasil.



CONHEÇA A ABICALÇADOS

CONSELHO DELIBERATIVO

Presidente: Caetano Bianco Neto

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

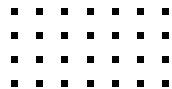
CONSELHEIROS HONORÁRIOS Rosnei Alfredo da Silva e Paulo Roberto Schefel

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

CONSELHO SINDICAL: Almir Manoel Atanázio dos Santos e Ronaldo Andrade Lacerda

PRESIDENTE-EXECUTIVO Haroldo Ferreira

SUMÁRIO



ABI NA MÍDIA

4 CONFIRA NOTÍCIAS SOBRE O SETOR QUE FORAM DESTAQUE NA IMPRENSA

ESPECIAL

7 BFSHOW ELEVOU O PATAMAR DAS FEIRAS DE CALÇADOS NO BRASIL

ABINOTÍCIAS

23 COM CONCORRÊNCIA DESLEAL DAS PLATAFORMAS, SETOR PERDE EMPREGOS NO ANO

ABINOTÍCIAS

24 ABICALCADOS E ASSINTECAL VÃO AO STF CONTRA ISENÇÃO DAS IMPORTAÇÕES VIA PLATAFORMAS

ABINOTÍCIAS

25 CALÇADISTAS LAMENTAM VETO PRESIDENCIAL À CONTINUIDADE DA DESONERAÇÃO DA FOLHA

ABINOTÍCIAS

27 EMPRESAS BUSCAM ABICALCADOS POR BENEFÍCIOS E PARTICIPAÇÃO NA BFSHOW

ABINOTÍCIAS

28 NOFAKE SE APROXIMA DO SETOR CALÇADISTA

ABINOTÍCIAS

29 KISAFIX REFORÇA VALORIZAÇÃO DO SAPATEIRO

OLHAR DE ESPECIALISTA

30 BFSHOW FORTALECE O SETOR CALÇADISTA

ABI ENTREVISTA

31 PEGADA DIVERSIFICA SEGMENTOS DE ATUAÇÃO

ACONTECE NOS POLOS

34 CALÇADO INFANTIL DE BIRIGUI RECEBE RECONHECIMENTO DO SELO DE INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA

BRAZILIAN FOOTWEAR

36 PLATAFORMA DE CONEXÕES INTERNACIONAIS DA INDÚSTRIA DE CALÇADOS CRESCE 23% NO ANO

BALANÇA COMERCIAL

37 EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS ALCANÇAM US\$ 1 BILHÃO

ABINFORMA

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

Novembro/Dezembro 2023 Nº 379 - 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

CONCORRÊNCIA DESLEAL NÃO RIMA COM INDUSTRIALIZAÇÃO

CONCORRÊNCIA DESLEAL NÃO RIMA COM INDUSTRIALIZAÇÃO

HAROLDO FERREIRA

Presidente executivo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (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 online 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 pouco tem relação com a indústria brasileira. O mesmo levantamento

grama Remessa Conforme, o governo federal isentou de qualquer imposto de importação as compras online de produtos até US\$ 50 feitas em plataformas internacionais. Isso mesmo, zero imposto! Diferentemente da indústria

O levantamento aponta que a isenção coloca em risco imediato – em um ano – mais de 30 mil postos de trabalho na indústria calçadista nacional

a questão, a Abicalçados publicou um levantamento sobre os impactos da medida. 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 apontando uma produção que não respeita os direitos humanos e a sustentabilidade, já que a maior parte desses produtos é oriunda da Ásia. Para dar um exemplo prático, as três

07 DE NOVEMBRO DE 2023
ZERO HORA | ARTIGOS | P. 25

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.

SETOR DE CALÇADOS QUESTIONA REMESSA CONFORME NO STF

Buscar Valor Legislação

Setor de calçados questiona Remessa Conforme no STF

Corte poderá se manifestar sobre o programa que zerou a alíquota do Imposto de Importação das compras internacionais de até US\$ 50

Por Beatriz Oliveira e Jessica Sant'anna, Valor — Brasil
09/11/2023 | 12:06:11 — Atualizado há 2 minutos

09 DE NOVEMBRO DE 2023
VALOR ECONÔMICO | GERAL

O Supremo Tribunal Federal (STF) poderá se manifestar sobre o Programa Remessa Conforme, que zerou a alíquota do Imposto de Importação incidente sobre compras internacionais de até US\$ 50. A Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) e a Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal) questionaram a validade da medida. A ação está sob a relatoria da ministra Cármen Lúcia (ADI 7503). As associações pedem liminar contra o programa. Não há previsão de quando será julgada. O programa Remessa Conforme entrou em vigor oficialmente dia 1º de agosto.

[Leia a matéria completa aqui.](#)

CALOR ELEVA CUSTOS DE EMPRESAS, REDUZ PRODUTIVIDADE E MUDA PADRÃO SAZONAL

INDÚSTRIA

Calor eleva custos de empresas, reduz produtividade e muda padrão sazonal

Trabalhos em canteiros de obras e com motores de avião sentem reflexos do clima

F S T W I P

Joana Cunha

SÃO PAULO As ondas de calor que vêm sendo registradas no país provocam impactos em diversas atividades da economia, que começam

NOVEMBRO 2023
FOLHA DE SP | GERAL

As ondas de calor que vêm sendo registradas no país provocam impactos em diversas atividades da economia, que começam a colocar em prática medidas de contingência já existentes e planejam novas adaptações para um cenário de aquecimento prolongado. Haroldo Ferreira, da Abicalçados, afirma que a instabilidade do clima, com recortes de calor no inverno, atingiu a venda dos produtos de frio. “Estamos vivendo extremo calor em grande parte do Brasil e sofrendo com enchentes no Sul. Se faz calor na coleção de inverno, o consumidor não compra. Se passa o timing, o varejo tem que liquidar. Quando liquida, desorganiza o fluxo de caixa dele e vai impactar as próximas compras da indústria”, diz.

[Leia a matéria completa aqui](#)

FAZENDA E ANALISTAS NÃO ACREDITAM QUE ARGENTINA VÁ DEIXAR MERCOSUL



21 DE NOVEMBRO DE 2023
O GLOBO | GERAL

No Ministério da Fazenda, a visão é que no curto prazo o presidente eleito da Argentina, Javier Milei, adotará um tom mais moderado e pragmático nas relações econômicas com o Brasil e não deve deixar o Mercosul. Empresários que exportam para o país vizinho também não esperam uma ruptura, pois o Brasil e o Mercosul são muito importantes para a Argentina. A corrente comercial (exportações e importações) entre os dois países movimentou algo próximo de US\$ 30 bilhões por ano, e o Brasil é o segundo maior parceiro da Argentina, atrás da China. Haroldo Ferreira, presidente executivo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), admite que uma ruptura da Argentina com o Mercosul afetaria o setor: o calçado brasileiro, que hoje entra no país vizinho com tarifa zero, teria uma taxa de 35%. A Argentina é o principal destino do calçado brasileiro no exterior. Entre janeiro e outubro, a Argentina importou 12,9 milhões de pares, por US\$ 202,9 milhões.

[Leia a matéria completa aqui](#)

BFSHOW: FEIRA REÚNE 150 IMPORTADORES DE CALÇADOS



22 DE NOVEMBRO DE 2023
RECORD | RIO GRANDE RECORD

Matéria sobre a primeira edição da BFSHOW, em Porto Alegre/RS

[Veja a matéria completa aqui](#)

SETORES REBATEM HADDAD E DIZEM QUE BENEFÍCIO GEROU NOVOS EMPREGOS



25 DE NOVEMBRO DE 2023
JORNAL DO BRASIL | GERAL

Empresários e representantes de centrais de trabalhadores rebateram ontem as declarações do ministro da Fazenda, Fernando Haddad, de que a desoneração da folha de pagamentos não teria representado a contratação de novos funcionários. Haddad disse ainda que a pressão para a prorrogação do benefício fiscal, com o argumento de manutenção dos atuais empregos, seria "chantagem". O presidente executivo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), Haroldo Ferreira, diz que a entidade realizou um levantamento do impacto de uma possível reoneração da folha de pagamentos. "O impacto imediato é de uma perda de 20 mil empregos já no primeiro ano. Taxar a geração de empregos vai de encontro à desejada política de reindustrialização do País." A avaliação no setor calçadista é de que o impacto seria uma carga tributária sobre

HÁ 40 ANOS PENSANDO NO FUTURO DA INDÚSTRIA CALÇADISTA



A Kisafix parabeniza a Abicalçados pelo seu aniversário de 40 anos. Para nós, é uma satisfação fazer parte dessa história. São quatro décadas de muito trabalho e dedicação ao mercado, sempre buscando por uma indústria mais competitiva, inovadora e desenvolvida.

Caminhamos lado a lado com parceiros, clientes, associações e entidades de referência. Trabalhamos juntos e dedicamos tempo e esforços para fortalecer o mercado calçadista.

Que a gente possa colar sempre com vocês.

PARABÉNS, ABICALÇADOS, PELOS 40 ANOS.

Kisafix, a maior marca de adesivos para calçados da América Latina.

 0800 886 3434

 KISAFIX.COM

 KISAFIX

 KISAFIX

 KILLINGSA



BFSHOW ELEVOU O PATAMAR DAS FEIRAS DE CALÇADOS NO BRASIL



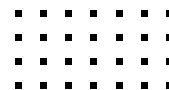
A primeira edição da feira calçadista Brazilian Footwear Show - BFSHOW, que reuniu 137 marcas no Centro de Eventos FIERGS, em Porto Alegre/RS, elevou o patamar de mostras setoriais no País. Focada em transparência, negócios e oportunidades para empresas de todos os polos, portes e nichos de mercado, a feira realizada pela Abicalçados e NürnbergMesse Brasil recebeu compradores nacionais e internacionais nos três dias de evento, gerando muitos negócios - que serão computados e divulgados em breve - e alinhando outros para os próximos meses.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que a feira teve um “pontapé inicial” que surpreendeu até mesmo os mais otimistas. “A BFSHOW, por ser uma feira realizada pelo mercado para o mercado, ouvindo todos os atores desse elo importante da cadeia produtiva do setor, já nasce recuperando o prestígio das feiras nacionais de calçados”. Segundo ele, também o fato de ser uma feira focada em negócios e que recebeu mais de 150 compradores internacionais de 30 países, além de lojistas de todo o País, gerou não somente negócios imediatos, mas prospectou vendas para o restante da temporada. “Muitas vendas, que não foram fechadas in loco, estão alinhavadas. A feira, além da visita expressiva, principalmente nos primeiros dias, foi efetiva, como deve ser um evento de negócios”, conclui.



“MUITAS VENDAS, QUE NÃO FORAM FECHADAS IN LOCO, ESTÃO ALINHAVADAS. A FEIRA, ALÉM DA VISITAÇÃO EXPRESSIVA, PRINCIPALMENTE NOS PRIMEIROS DIAS, FOI EFETIVA, COMO DEVE SER UM EVENTO DE NEGÓCIOS”

Haroldo Ferreira
Presidente-executivo da Abicalçados



Muito elogiada também foi a estrutura da BFSHOW, que foi organizada pela promotora alemã, com escritório no Brasil, NürnbergMesse. “Nós promovemos feiras em diversos segmentos econômicos e é a primeira vez que realizamos uma mostra calçadista. Estamos felizes com o resultado da parceria com a Abicalçados e de podermos unir nossa expertise com uma entidade que há mais de quatro décadas está dedicada ao desenvolvimento da indústria de calçados no Brasil”, comenta o CEO da NürnbergMesse Brasil, João Paulo Pico. Entre os pontos destacados, tanto por expositores quanto por visitantes, está a estrutura e a recepção da feira, em local que conta com amplo estacionamento pavimentado, fácil acesso ao Aeroporto Internacional Salgado Filho, opções de restaurantes e lanchonetes, conexão wifi de qualidade, entre outros pontos.



“ESTAMOS FELIZES COM O RESULTADO DA PARCERIA COM A ABICALÇADOS E DE PODERMOS UNIR NOSSA EXPERTISE COM UMA ENTIDADE QUE HÁ MAIS DE QUATRO DÉCADAS ESTÁ DEDICADA AO DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA DE CALÇADOS NO BRASIL”

João Paulo Pico
CEO da NürnbergMesse Brasil

Expositores

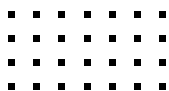
O gerente de Marketing da Ramarim (Nova Hartz/RS), Nelson Magagnin, destaca que a primeira edição da BFSHOW cumpriu o seu objetivo. “Tivemos uma boa visitação, principalmente nos primeiros dias. Abrimos novos mercados e recebemos clientes para relacionamento. Acredito que o ponto alto da feira, na capital, foi a estrutura e a logística facilitada ao evento”, avalia.

Para o diretor da Cactus (Jaú/SP), o destaque da feira foi a sua internacionalização. Tendo iniciado o processo de exportações no ano passado, a empresa prospectou novos mercados durante a BFSHOW, principalmente em países da América do Sul. “A BFSHOW é uma feira com grande potencial de crescimento. Em São Paulo, em maio, a feira será ainda maior, sendo que o estande coletivo de Jaú deve dobrar o número de empresas (6 para 12)”, destaca.

A opinião é compartilhada com Maurício Wendling, diretor da Calçados Wirth (Dois Irmãos/RS). Segundo ele, a BFSHOW já nasce internacionalizada, tendo recebido compradores de mais de 100 grupos de 30 países de todos os continentes. “A primeira edição da BFSHOW é a mais internacionalizada da qual participamos no Brasil nos últimos anos”, avalia. Nos três dias da feira, a calçadista recebeu compradores dos Emirados Árabes Unidos, Rússia, Itália, Portugal, Argentina, Chile, Equador, Guatemala, República Dominicana, entre outros.

A Savelli (Franca/SP) participou de uma feira “impecável”, segundo o seu diretor, Marcel Mendes. Ele ressalta que, apesar do momento econômico brasileiro e mundial, os resultados foram positivos. “As feiras são locais de relacionamento, onde se prospectam muitos negócios que ficam alinhavados para ocorrer futuramente. Recebemos clientes do Brasil, mas sobretudo do mundo, do Oriente Médio, Europa, África e América Latina”, ressalta.

Charles Werb, coordenador de Exportação da Itapuã (Cachoeiro de Itapemirim/ES), também destaca a qualidade dos contatos proporcionados pela feira. “Tivemos muitos negócios prospectados com compradores internacionais. O esforço da promoção da feira foi essencial para esse resultado”, avalia.





O QUE PENSAM OS EXPOSITORES



“Participar deste momento histórico para o setor, que é ter uma feira realizada pela sua entidade de classe máxima, a Abicalçados, é importante para mostrar todo o potencial da nossa indústria e discutir as pautas relevantes para a nossa atividade”

Pedro Bartelle
CEO da Vulcabras

“Fechamos bons negócios aqui e outros ficaram alinhavados. Negociamos com dois novos distribuidores no Uruguai e na Guatemala. Toda feira tem seu tempo de maturação e acreditamos muito no sucesso da BFSHOW. Já estamos com grandes expectativas e confirmados na edição de São Paulo”

Felipe Lermen
Gerente comercial da Bebecê



“Os dois primeiros dias foram bastante intensos em negócios, principalmente com compradores internacionais. Fechamos negócios com importadores da América Latina, Europa e Oriente Médio”

Deivis Gonçalves
Diretor da West Coast

“A BFSHOW é uma feira com grande potencial de crescimento. Em São Paulo, em maio, a feira será ainda maior, sendo que o estande coletivo de Jaú deve dobrar o número de empresas (6 para 12)”

Renato Darnado
Diretor da Cactus



“Tivemos uma boa visitação, principalmente nos primeiros dias. Abrimos novos mercados e recebemos clientes para relacionamento. Acredito que o ponto alto da feira, na capital, foi a estrutura e a logística facilitada ao evento”

Nelson Magagnin
Gerente de Marketing da Ramarim



O QUE PENSAM OS EXPOSITORES

“A primeira edição da BFSHOW é a mais internacionalizada da qual participamos no Brasil nos últimos anos”

Maurício Wendling
Diretor da Wirth



“As feiras são locais de relacionamento, onde se prospectam muitos negócios que ficam alinhavados para ocorrer futuramente. Recebemos clientes do Brasil, mas sobretudo do mundo, do Oriente Médio, Europa, África e América Latina”

Marcel Mendes
Diretor da Savelli

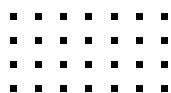
“Os primeiros dias surpreenderam em visitas. Recebemos muitos clientes antigos e novos, com alguns negócios fechados logo na largada do evento. Também temos a questão logística ideal para receber clientes internacionais, pois o Centro de Eventos FIERGS fica próximo ao aeroporto internacional”

João Gava
Gerente de Marketing e Canais Digitais da Kidy



“Tivemos muitos negócios prospectados com compradores internacionais. O esforço da promoção da feira foi essencial para esse resultado”

Charles Werb
Coordenador de Exportação da Itapuã



“Recuperou a relevância das feiras”

Por ser um evento gerador de negócios B2B (*business to business*), ou entre empresas, a feira comercial tem como objetivo principal gerar boas conexões e negócios para o abastecimento do varejo nacional e internacional. E neste ponto, a BFSHOW também deve destaque. Recebendo milhares de lojistas de todos os portes e partes do Brasil, a primeira edição da feira deixou os compradores ansiosos para a próxima edição, em maio do ano que vem, desta vez em São Paulo/SP. A lojista Silvia Léia Terno Ribeiro do Val, da Léia Calçados (Andradina/SP), destaca a qualidade da estrutura oferecida pela feira, que proporcionou conforto e agilidade para o trabalho. “Fechamos negócios em uma mostra diferenciada”, conta. Segundo ela, apesar da digitalização e das grandes redes, a tradição e o contato olho no olho ainda concedem um papel fundamental para as feiras comerciais.

A lojista Maria Bethania Cavalcante, da Econis (Alagoinhas/BA), rede com mais de 50 lojas no Nordeste, foi enfática: “a BFSHOW recuperou o glamour e a relevância das feiras de calçados”. Encantada com a estrutura e recepção oferecidas, a compradora conta que o grupo realizou bons negócios com expositores de diferentes segmentos. “Além de comprar, selecionamos produtos para comprar na sequência. Mais do que gerar negócios, a BFSHOW também nos permitiu visualizar a montagem da nossa vitrine de Outono/Inverno, graças à quantidade e qualidade das novidades apresentadas”, conclui.



O QUE PENSAM OS LOJISTAS

“Achamos o evento muito bem organizado, com ótima estrutura para facilitar o trabalho dos lojistas. Internet boa, boas opções de gastronomia nos deram todo o conforto necessário para realizar negócios e também pesquisar as tendências da próxima estação. Os expositores também tinham condições melhores, o que foi bastante importante”

João Henrique Gonçalves
Grupo Tigrão



O QUE PENSAM OS LOJISTAS



“Fechamos negócios em uma mostra diferenciada. Apesar da digitalização e das grandes redes, a tradição e o contato olho no olho ainda concedem um papel fundamental para as feiras comerciais”

Silvia Léia Terno Ribeiro do Val
Léia Calçados

“A BFSHOW recuperou o glamour e a relevância das feiras de calçados. Além de comprar, selecionamos produtos para comprar na sequência. Mais do que gerar negócios, a BFSHOW também nos permitiu visualizar a montagem da nossa vitrine de Outono/Inverno, graças à quantidade e qualidade das novidades apresentadas”

Maria Bethania Cavalcante
Econis



“Impecável! Recepção com atendentes extremamente educados e gentis, acesso facilitado, com traslado, hotel e local da feira próximos. A estrutura do local com amplo estacionamento e carrinho até a porta, visto que estava chovendo, foi outro diferencial. Uma ótima estrutura que facilitou muito o fechamento de negócios”

Lilian Lipolis
Lis Magazine



Qualidade internacional

O comprador da Nova Zelândia, Glen Maher, da Maher Shoes, ressalta que a feira o surpreendeu positivamente. “Não esperava ver esse número de marcas e de segmentos aqui, Viemos para comprar calçados masculinos e acabamos levando femininos também”, conta. E vai mais longe: “os estandes são mais vistosos e bonitos do que os da Micam”. O padrão internacional, segundo ele, faz com que a BFSHOW tenha um potencial “incrível” de crescimento nos próximos anos. Marcelo Meurer, comprador da MP Imports do Paraguai, também destaca a organização e as facilidades de um evento pensado para o conforto do expositor e dos compradores. “Além de negócios, ficamos encantados com a hospitalidade e o tratamento. Ficou claro que cada detalhe foi cuidado com carinho para tornar a experiência excelente”, avalia, ressaltando que irá retornar para as próximas edições.

O QUE PENSAM OS IMPORTADORES

“Não esperava ver esse número de marcas e de segmentos aqui. Viemos para comprar calçados masculinos e acabamos levando femininos também. Os estandes são mais vistosos e bonitos do que os da Micam”

Glen Maher
 Maher Shoes (Nova Zelândia)



“Além de negócios, ficamos encantados com a hospitalidade e o tratamento. Ficou claro que cada detalhe foi cuidado com carinho para tornar a experiência excelente. Queremos retornar nas próximas edições”

Marcelo Meurer
 MP Imports (Paraguai)

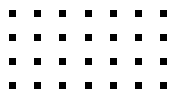
“A BFSHOW foi um ótimo evento. Eu acredito totalmente que o calçado brasileiro adicionará grande valor ao meu negócio, criando uma excelente combinação de design, qualidade, tecnologia, diversidade e sustentabilidade”

Feras Mansour
 Mostafawi Group (Dubai)



“A BFSHOW, com certeza, será lembrada por muito tempo. Além disso, o evento vai possibilitar futuras colaborações com empresas recém-conhecidas”

Adam Janukowicz
 Apia (Polônia)



União

A BFSHOW é uma feira realizada pela Abicalçados e organizada pela NürnbergMesse Brasil, que conta com a parceria oficial da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil). O apoio é dos sindicatos das indústrias de calçados do Rio Grande do Sul, Bahia, Paraíba, Estância Velha, Sapiranga, Birigui, Campo Bom, Dois Irmãos, Jaú, Fortaleza, Farroupilha, Parobé, Franca, Igrejinha, Nova Serrana e Novo Hamburgo. A feira teve o patrocínio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). A próxima edição da BFSHOW, que acontecerá no Transamérica Expo Center, em São Paulo/SP, apresentará coleções de Primavera/Verão nos dias 21 a 23 de maio de 2024.

O QUE PENSAM OS PARCEIROS

“Trata-se de uma feira que reúne tudo de bom que o setor calçadista brasileiro tem. Trazer os compradores para verem isso é um mecanismo para a gente acelerar o processo da internacionalização das empresas brasileiras. Além de levarmos, junto com a Abicalçados, as empresas nacionais para as feiras internacionais, nós estamos trazendo os compradores para cá. É uma cadeia produtiva que emprega muito, que expõe o Brasil positivamente lá fora e é fruto do talento das pessoas”



Jorge Viana

Presidente da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil)

“É fundamental para o Sebrae reforçar a importância do segmento calçadista em nossa economia, além de reforçar a tradição de qualidade e design do calçado brasileiro. Destacamos que a BFSHOW mostrou-se neste primeiro ano já como uma verdadeira vitrine de oportunidades para as empresas participantes de nossas iniciativas, possibilitando que os pequenos negócios intensifiquem sua capacidade de venda, prospectem novas oportunidades e mercados, além de aprimorar seus produtos do ponto de vista tecnológico e qualitativo”



Daniela Machado

Analista de Articulação de Projetos de Moda do Sebrae RS



INDÚSTRIA CALÇADISTA PROJETA CRESCIMENTO DE 2,2% EM 2024

Depois de uma queda de 1,1% na produção de calçados em 2023, para 839,3 milhões de pares, a indústria calçadista nacional projeta um crescimento de 2,2% no próximo ano, alcançando 857,8 milhões de pares produzidos no País. As projeções foram divulgadas na coletiva de imprensa da Brazilian Footwear Show – BFSHOW.

Na oportunidade, o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, iniciou os trabalhos ressaltando que, embora os dados não sejam tão positivos, a Abicalçados é uma entidade de classe comprometida com fatos e que divulga números reais que orientam as mais de 4 mil indústrias brasileiras de calçados nos seus planejamentos e estratégias. “O Brasil é um país com grande potencial, mas infelizmente, algumas condições de competitividade estão prejudicadas. Temos um alto custo produtivo, um mercado desaquecido, tanto aqui quanto no exterior e uma concorrência desleal feroz por parte das plataformas internacionais, hoje isentas de qualquer imposto de importação em remessas de até US\$ 50”, destacou.

O CEO da NürnbergMesse Brasil, João Paulo Picolo, destacou que a primeira edição da BFSHOW aponta para um horizonte promissor para o setor calçadista. “Os *feedbacks* sobre a primeira edição estão sendo bastante positivos, especialmente pela infraestrutura dos pavilhões da FIERGS. O nosso negócio é baseado na satisfação dos nossos clientes e na hospitalidade, recebendo as pessoas com bom atendimento e conforto nas instalações”, comentou.

Parceira oficial na realização da BFSHOW, a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) também esteve na coletiva de imprensa, representada pela sua gerente de Indústria e Serviços Maria Paula Velloso. Na oportunidade, a gestora ressaltou o esforço conjunto para a atração de mais de 150 compradores internacionais de 30 países, o que gerou muitos negócios no evento.

A coletiva de imprensa contou ainda com a presença da analista de Articulação de Projetos de Moda do Sebrae RS, Daniela Machado, e dos empresários Pedro Bartelle (Vulca-bras), Sérgio Bocayuva (Usaflex), Carlos Mestriner (Klin), Ronaldo Lacerda (Lynd) e Marcelo Paludetto (Democrata).



DEPOIMENTOS

“A BFSHOW vem para fortalecer o setor calçadista brasileiro, recuperando o prestígio das feiras nacionais. Além de negócios gerados, estamos participando de uma feira com estrutura diferenciada para atender nossos clientes nacionais e internacionais”

Sergio Bocayuva
CEO da Usaflex



“A BFSHOW é um sonho antigo do setor calçadista brasileiro. Mostra que, apesar das dificuldades, estamos encontrando caminhos certos para seguir. Estamos esperançosos para os rumos da empresa em 2024”

Carlos Mestriner
CEO da Klin

“Ter uma feira feita pela indústria, voltada ao mercado, é a certeza de que todos, independente de porte, polo de atuação ou segmento terão espaços. A Abicalçados tem olhado cada vez mais para todos os polos calçadistas e a BFSHOW é prova disso”

Ronaldo Lacerda
Presidente da Lynd



“Estamos muito felizes de estar aqui. É um momento muito importante para a gente discutir o setor e dizer que a Vulcabras está presente nessa feira inicial e estará nas próximas também”

Pedro Bartelle
CEO da Vulcabras

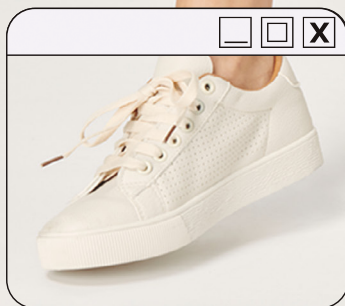
“A feira possibilita mostrarmos toda a força econômica e social da indústria calçadista nacional. Estamos fazendo uma feira que está à altura da nossa história. Parabenizamos a Abicalçados pela coragem de tirar essa ideia do papel”

Marcelo Paludetto
Diretor comercial da Democrata



nofake

A tecnologia que está reinventando a Proteção de Marca



Conheça a Nofake,





a solução completa para proteger a sua marca, de maneira personalizada, contra a pirataria online.

MARCAS PROTEGIDAS
+400
MARCAS PROTEGIDAS

SCORE NET PROMOTER
90
SCORE NET PROMOTER

PROTEGIDOS
32.956.785
TOTAL DE CONSUMIDORES



[instagram.com/nofake](https://www.instagram.com/nofake) 
[linkedin.com/company/nofake](https://www.linkedin.com/company/nofake) 
[nofake.com.br](https://www.nofake.com.br) 
contato@nofakebrands.com.br 



ABICALÇADOS CELEBRA SEUS 40 ANOS E ASSINA PROTOCOLO DE INTENÇÕES PARA RENOVAÇÃO DO BRAZILIAN FOOTWEAR DURANTE A BFSHOW

No primeiro dia da BFSHOW, a Abicalçados realizou um evento de comemoração dos 40 anos da entidade. O evento, realizado no auditório da FIERGS, foi recheado de discursos que enaltecem a importância da atividade, metas para os próximos anos e também a assinatura de um protocolo de intenções para a renovação do convênio Brazilian Footwear. O programa de apoio às exportações mantido pela Abicalçados em parceria com a ApexBrasil prevê investimentos de mais de R\$ 36 milhões em ações para o fomento dos embarques de calçados brasileiros nos próximos dois anos.

Presente no evento, o governador do Rio Grande do Sul, Eduardo Leite, destacou a relevância do setor calçadista, que tem no Estado os seus principais polos produtores. A atividade, no Rio Grande do Sul, emprega diretamente cerca de 90 mil pessoas, um terço do total empregado pelo segmento no Brasil. “Parabenizando essa importante entidade pelos seus 40 anos, reforço aqui o meu compromisso com o desenvolvimento sustentável do setor e do Rio Grande do Sul”, disse.

O presidente do Conselho Deliberativo da Abicalçados, Caetano Bianco Neto, em um breve discurso, enalteceu a entidade e agradeceu o privilégio de ser escolhido para presidir a entidade no momento histórico, não somente de comemoração das quatro décadas de atuação, mas da criação da feira BFSHOW. “Agradeço a equipe que se superou nesse evento maravilhoso e também aos empresários que confiaram a mim o orgulho de ser presidente do Conselho Deliberativo de uma associação tão importante quanto a Abicalçados.”

Brazilian Footwear

Em momento especial da noite de comemoração foi assinado um protocolo de intenções para a renovação do Brazilian Footwear, que prevê investimentos da ordem de R\$ 36 milhões em ações de promoção comercial e de imagem para o calçado brasileiro no exterior. Na oportunidade, o presidente da ApexBrasil, Jorge Viana, destacou que a indústria calçadista brasileira, outrora terceira maior produtora de calçados no mundo e hoje a quinta, a maior fora da Ásia, reúne todas as condições de voltar aos patamares de anos passados. “O sapato desenvolvido aqui não perde em qualidade para nenhum no mundo. A BFSHOW, com suas mais de 130 marcas expositoras e mais de 150 compradores de 30 países, mostra isso. Temos todas as condições de voltarmos a ser um dos três maiores produtores de calçados do mundo, pois temos todas as condições para isso. Uma cadeia completa e integrada e uma indústria criativa que produz calçados de excelente qualidade. Vou levar essa mensagem ao presidente Lula, para pactuar que vamos trabalhar com todos os polos calçadistas para voltarmos a estar entre as três maiores potências produtoras no mundo”, ressaltou.

Recentemente, a Abicalçados e a ApexBrasil já haviam selecionados seus mercados-alvo para o próximo biênio do programa Brazilian Footwear. Foram eleitos como mercados-alvo prioritários os Estados Unidos, a Colômbia, o Chile, os Emirados Árabes Unidos, a Alemanha e a Angola. Já os mercados-alvo secundários, que serão trabalhados para entendimento e prospecção para ações futuras durante o biênio, serão Arábia Saudita e Austrália.

Também discursaram no evento de 40 anos o deputado federal e presidente da Frente Parlamentar em Defesa do Setor Coureiro-Calçadista, Lucas Redecker (PSDB/RS); o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira; o CEO da NürnbergMesse Brasil, João Paulo Picolo; o presidente da FIERGS e vice-presidente da Confederação Nacional da Indústria, Gilberto Porcello Petry; e o diretor técnico do Sebrae RS, Ayrton Ramos.

EVENTO DA ABICALÇADOS DESTACA EMPRESAS E LIDERANÇAS DO SETOR CALÇADISTA

A noite do último dia 21 de novembro foi de gratidão e reconhecimento. Nesta data, a Abicalçados realizou evento de comemoração dos seus 40 anos, reconhecendo também empresas e lideranças nas categorias Exportação, História e Tradição, Sustentabilidade e Lideranças Femininas.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que comemorar as quatro décadas de atuação da entidade engloba também reconhecer empresas e lideranças que fizeram - e fazem - a história da maior indústria de calçados fora da Ásia, a quinta maior do mundo. “É um simples agradecimento para empresas que tornam possível o desenvolvimento de uma atividade tão importante para o Brasil”, ressalta.

Na categoria Exportação, que reconhece empresas associadas à Abicalçados e participantes do Brazilian Footwear, programa de apoio aos embarques de calçados mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), foram destacadas as melhores colocadas no ranking de exportações do setor no ano de 2022. Foram elas: Grendene S.A (categoria Grande Empresa), Calçados Wirth (Média Empresa) e Alex Senne (Micro e Pequena Empresa).

Na categoria Sustentabilidade, que reconhece empresas que alcançaram o nível máximo do programa Origem Sustentável, o Diamante, foram reconhecidas as empresas Arezzo&Co, Bebecê, Bibi, Pegada, Ramarim, Grendene, Piccadilly, Tess Indústria, Usaflex e Vulcabras.

Destacando as mais antigas indústrias de calçados em atividade, a categoria História & Tradição reconhece as empresas Calçados Jacob/marca Kildare (95 anos), Calçados Wirth (75 anos), Calçados Bibi (74 anos), Henrich & Cia/marca Carrano (69 anos), A.Grings/marca Piccadilly (68 anos), Calçados Itapuã (67 anos), Calçados Ramarim (61 anos), Brito & Cia/marca Pimpolho (61 anos) e Cambuci S.A/marca Penalty (57 anos).

Já na categoria Lideranças Femininas, foram destacadas mulheres que ocupam o mais alto cargo de uma empresa de calçados associada à Abicalçados. De forma simbólica, representando 54 empresas com alto comando feminino, foram reconhecidas as empresárias: Anna Barroso (Anna Barroso), Cristine Grings (Piccadilly), Andrea Kohlrausch (Bibi), Fabiana Luiza Petri da Silva (Satryani), Angela Pulicano Moreira de Freitas (Byara), Rodaika Diel (Neorubber), Maristela Becker Hubner (Guilhermina), Maria Aparecida Mestriner Colli (Pampili) e Elizabeth Alves de Brito (Strike).

A festa de 40 anos da Abicalçados marcou o início da primeira edição da BFSHOW e teve parceria oficial da ApexBrasil, do Sebrae Nacional, o patrocínio Ouro da Kisafix e Nofake, além do patrocínio Prata da Biason Assessoria Empresarial, Boxflex/Pollibox e Patrus Transportes.



ABICALÇADOS REFORÇA PARCERIA COM EXPO RIVA SCHUH


Dirigentes da Abicalçados e da feira italiana Expo Riva Schuh, que ocorre duas vezes por ano em Riva del Garda, estiveram reunidos durante a BFSHOW. Na oportunidade, a delegação da Abicalçados, formada pelo presidente-executivo, Haroldo Ferreira, pela gestora de Projetos, Leticia Sperb Masselli, pela coordenadora de Relacionamento, Aline Maldaner, e pela analista de Promoção Comercial Paola Pontin, destacou o relacionamento de longa data com a Expo Riva Schuh. “Participamos com a maior delegação estrangeira na mais recente edição da feira e queremos ampliar ainda mais essa participação. Foram 69 marcas que fizeram negócios na ordem de US\$ 32 milhões”, comenta Ferreira, ressaltando que o interesse dos compradores, principalmente europeus, é crescente em calçados brasileiros, especialmente pelos atributos que unem qualidade, conforto e sustentabilidade.

Já o presidente da feira italiana, Roberto Pellegrini, destaca que o relacionamento com a Abicalçados sempre fornece *feedbacks* importantes, que são levados em consideração para a melhor e mais efetiva participação verde-amarela no evento.

Além de Pellegrini, participaram da reunião pela Expo Riva Shoe, a diretora geral Alessandra Albarelli, a gerente geral Gianpaola Pedretti, a assessora de negócios Claudia Garcia e o conselheiro Faustino Villa.

JORNALISTAS E INFLUENCIADORES DE QUATRO PAÍSES CONHECEM DE PERTO A INDÚSTRIA CALÇADISTA BRASILEIRA



Os diferenciais da indústria calçadista brasileira foram apresentados a jornalistas e influenciadores internacionais durante agenda especial desenvolvida junto à feira BFSHOW. O Brazilian Footwear, programa mantido pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), trouxe ao Brasil sete jornalistas da Argentina, Colômbia, Espanha e Itália e cinco influencers colombianos.

As ações contaram, além da visita à feira, que ocorreu de 21 a 23 de novembro no Centro de Eventos da FIERGS, com atividades culturais que mostraram um pouco da cultura brasileira e visitas a duas fábricas de calçados no Vale do Paranhana, na última sexta-feira, dia 24. A coordenadora de Promoção de Imagem da Abicalçados, Alice Rodrigues, destaca que as duas ações foram positivas para a imagem da indústria nacional. “Na primeira edição da feira BFSHOW conseguimos mostrar a diversidade dos calçados brasileiros, com diferenciais de design, tecnologia e uma grande variedade de produtos. Os convidados tiveram a oportunidade de ver os calçados e conversar com as lideranças das empresas. Já nas visitas às fábricas eles puderam ver de perto o trabalho que é realizado nas unidades produtivas, desde o desenvolvimento, os testes até a fabricação de cada par de calçado.”

O jornalista argentino Mauricio Herzovich, editor da CueroAmerica, afirma que desde o anúncio da BFSHOW com a Abicalçados como organizadora do evento, assim como ocorre em outros países, o evento tem chamado atenção. “E a feira foi excelente, muito preparada e com uma bela decoração, recebeu um grande número de compradores. Seguramente foi um grande impulso para o setor e será uma grande feira brasileira.”

A jornalista espanhola Maite Ruiz Atela, da revista Global Fashion Export, comenta que a viagem ao Brasil é sempre muito interessante. “Comprovar o resultado de uma feira que foi idealizada há dois, foi um desafio que tive a oportunidade de presenciar. A organização e a atitude dos expositores foi muito boa. Os compradores ficaram contentes pelo equilíbrio e qualidade das propostas apresentadas. É uma certeza que a próxima edição da feira vai ser um sucesso e um desafio ainda maior. Foi uma experiência muito positiva e enriquecedora”, pontua.

Já o influenciador colombiano Jahir Rueda salienta que a agenda pensada para o grupo de influenciadores foi excelente. “A mescla entre as visitas à feira e as atividades e experiências culturais permitiram conhecer mais o Brasil”, fala, ao dizer que a BFSHOW estava muito bonita.

Além dos Projetos Imagem e Influenciadores, a BFSHOW recebeu o Projeto Comprador. Mais de 150 compradores internacionais de 30 países e milhares de lojistas nacionais visitaram essa primeira edição do evento que é realizado pela Abicalçados e organizado pela Nürnberg-Messe Brasil. Patrocinada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), a feira tem a parceria oficial foi da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil). O apoio foi dos sindicatos das indústrias de calçados do Rio Grande do Sul, Bahia, Paraíba, Estância Velha, Sapiranga, Birigui, Campo Bom, Dois Irmãos, Jaú, Fortaleza, Farroupilha, Parobé, Franca, Igrejinha, Nova Serrana e Novo Hamburgo. A próxima edição da BFSHOW, que acontecerá no Transamérica Expo Center, em São Paulo/SP, apresentará coleções de Primavera/Verão nos dias 21 a 23 de maio de 2024.

A BFSHOW recebeu
milhares de pessoas
em sua 1ª edição,
em Porto Alegre



**AGORA,
NOS VEMOS
EM SÃO PAULO!**

BFSHOW
A FEIRA DO CALÇADO BRASILEIRO

Transamerica
Expo Center
SÃO PAULO/SP

**21
a 23**
Maio 2024



COM CONCORRÊNCIA DESLEAL DAS PLATAFORMAS, SETOR PERDE EMPREGOS NO ANO

O setor calçadista brasileiro segue sentindo os reflexos negativos da isenção das compras de até US\$ 50 em plataformas internacionais de e-commerce, em vigência desde agosto. Conforme dados elaborados pela Abicalçados, entre janeiro e setembro a indústria calçadista registrou a perda de 333 postos de trabalho, número que pode aumentar até o final do ano. Atualmente, a atividade emprega, diretamente, 296 mil pessoas, 6,4% menos do que no mesmo íterim de 2022.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que é o pior resultado, tirando o ano atípico da pandemia de Covid (2020), desde o início da série histórica, em 2000. “O impacto vem sendo muito forte na atividade, pois o limite de US\$ 50 dólares pega justamente a faixa de preços de muitos calçados”, lamenta. Segundo ele, com a entrada de calçados sem nenhum tipo de imposto, a indústria nacional, que paga seus impostos em cascata, tem prejuízos produtivos diante de uma “concorrência desleal”. “Estamos exportando empregos. Se nada for feito, até o final do ano a tendência é acentuar essa crise”, acrescenta o executivo.

Ferreira conta, ainda, que entre janeiro e setembro o setor produziu 618,5 milhões de pares de calçados, 1,6% menos do que no mesmo período do ano passado. Por outro lado, o consumo aparente cresceu 1,9%, para 550,9 milhões de pares. “O dado mostra que as importações predatórias estão sendo o vetor do incremento do consumo, em detrimento da produção nacional”, explica.

Recentemente, a Abicalçados e a Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal) entraram com ação para barrar a medida no Supremo Tribunal Federal (STF).



ABICALÇADOS E ASSINTECAL VÃO AO STF CONTRA ISENÇÃO DAS IMPORTAÇÕES VIA PLATAFORMAS

A Abicalçados e a Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal), no legítimo interesse de proteção de suas indústrias, distribuíram uma ação direta de inconstitucionalidade (ADI 7503) com pedido de medida cautelar no Supremo Tribunal Federal (STF) contra a isenção do imposto de importação para remessas internacionais de plataformas digitais.

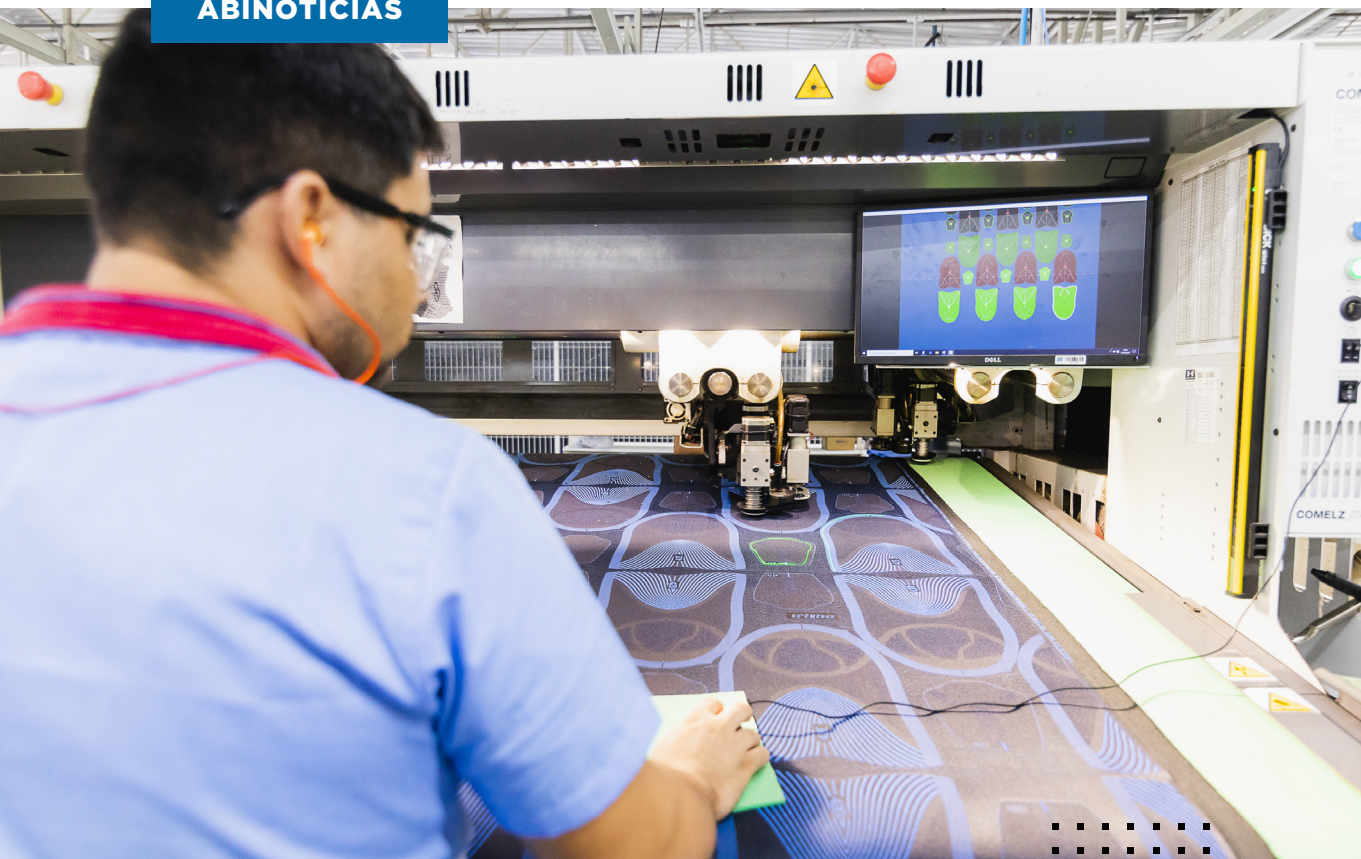
Conforme a ação, que está sob relatoria da ministra Cármen Lúcia, a isenção do imposto para importações “viola flagrantemente a Constituição Federal, em seu aspecto formal, uma vez que editado por autoridade (Ministro da Fazenda) absolutamente incompetente para dispor sobre as alíquotas do imposto de importação”.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que a Portaria 612, em vigor desde agosto passado, viola o princípio constitucional da isonomia tributária, dado que privilegia o produto importado e o comércio realizado por empresas sediadas no exterior, em detrimento da produção e o varejo nacionais. “Desde que a medida entrou em vigor, estamos perdendo mercado para produtos que estão entrando no Brasil sem qualquer tipo de tributação. É uma concorrência desleal, pois pagamos impostos em cascata”, avalia o executivo. Recentemente, a Abicalçados divulgou dados oficiais que ilustram o impacto da distorção tributária. Entre janeiro e setembro, o setor produziu 618,5 milhões de pares, 1,6% menos do que no acumulado do ano passado. Já o consumo aparente, no mesmo período e no mesmo comparativo, cresceu 1,9%, para 550,9 milhões de pares. “Tendo o consumo aparente crescimento superior ao da produção, fica óbvio que as importações estão sendo o vetor de incremento do consumo, em detrimento da produção nacional. Estamos exportando empregos!”, acrescenta Ferreira.

Os reflexos da concorrência injusta em favor dos produtos comercializados pelos *marketplaces* também se apresentam no estoque de emprego do setor. Em setembro, conforme dados mais recentes, a indústria criou apenas 391 empregos e tem saldo negativo de 333 postos no acumulado de 2023. No mesmo mês do ano anterior, o setor havia criado mais de 4 mil postos de trabalho.

Conscientização

Segundo as entidades, é preciso conscientizar o Governo e também a população que o ganho imediato, de comprar um produto mais barato nessas plataformas, pode ceifar empregos. Além de alimentar a concorrência desleal, desprovida do mínimo de isonomia tributária e colocando em risco o sustento de milhares de famílias brasileiras, o consumidor que compra esses calçados está apoiando países que, em sua maioria, não respeitam os direitos humanos e os mais triviais conceitos de sustentabilidade.



CALÇADISTAS LAMENTAM VETO PRESIDENCIAL À CONTINUIDADE DA DESONERAÇÃO DA FOLHA

A Abicalçados demonstrou surpresa com o veto do presidente Lula à continuidade da política da desoneração da folha de pagamentos para os 17 setores que mais empregam na economia brasileira. A notícia do veto ao PL, aprovado no Congresso Nacional após uma intensa mobilização de entidades industriais e sindicatos laborais, impacta negativamente a indústria calçadista nacional, que deve ter uma carga tributária extra de R\$ 720 milhões por ano, o que terá impacto na produção e, conseqüentemente, no emprego.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que a entidade realizou um levantamento do impacto de uma possível reoneração da folha de pagamentos. “O impacto, imediato, é de uma perda de 20 mil empregos já no primeiro ano. Taxar a geração de empregos vai de encontro à desejada política de reindustrialização do País”, comenta o dirigente.

Para a Abicalçados, a desoneração é uma política que vinha auxiliando na manutenção dos empregos na atividade, que vem passando por dificuldades, especialmente diante da isenção de impostos de remessas internacionais das plataformas digitais. “O que já estava complicado, deve piorar a partir do próximo ano se a medida não for revertida no Congresso Nacional. Estamos retomando os trabalhos para evitar que o pior aconteça”, conclui Ferreira.

Entenda

Adotada desde 2011, a desoneração da folha de pagamentos é uma política que visa preservar empregos nas atividades que mais empregam no Brasil. O mecanismo permite a substituição da contribuição previdenciária patronal de 20%, incidente sobre a folha de salários, por alíquotas que variam entre 1% e 4,5% sobre a receita bruta. No caso da indústria calçadista, a alíquota é de 1,5%.

VAI COMPRAR?
COMPRE DO
PEQUENO
NEGÓCIO.

compre do
pequeno

SEBRAE



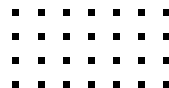
0800 570 0800 baixe o app e siga o @sebrae nas redes sociais.



Em qualquer lugar, tem sempre um pequeno negócio que está ao nosso lado. Eles movimentam a economia local e geram empregos e oportunidades para o Brasil inteiro. **Vai comprar? Compre do pequeno negócio.**

Saiba mais em: sebrae.com.br/compredopequeno.

SEBRAE



EMPRESAS BUSCAM ABICALÇADOS POR BENEFÍCIOS E PARTICIPAÇÃO NA BFSHOW

A primeira edição da Brazilian Footwear Show - BFSHOW foi um sucesso, como pode ser percebido na [matéria especial do Abinforma](#). O fato chamou a atenção de empresas de calçados de todo o Brasil, que além de terem todos os benefícios da associação à Abicalçados, poderão com a parceria ter melhores condições para participação na Feira do Calçado Brasileiro.

Uma delas é a Apogeu, de Nova Serrana/MG. Retornando ao quadro associativo, a empresa irá participar da BFSHOW em maio de 2024, em São Paulo/SP. Especializada na produção de tênis, a Apogeu conta com infraestrutura completa e profissionais altamente qualificados para a produção dos calçados nas linhas baby, infantil e adulto, nas marcas Steel, Dalmata Baby e Magic Kids. “Nossa associação à Abicalçados tem como principais objetivos participar da BFSHOW e das ações de exportações no âmbito do Brazilian Footwear”, conta o presidente da empresa, De Angels Machado Maneti. Saiba mais sobre a empresa no site steelcalçados.com.br.

A empresa Dray Artigos Esportivos também buscou a associação com o objetivo de usufruir dos benefícios proporcionados pela entidade, especialmente para a participação facilitada na BFSHOW. Há 30 anos no mercado, a Dray desempenha uma verdadeira relação de parceria com seus clientes. Com matriz em Saudades/SC, a empresa participou da primeira edição da Feira do Calçado Brasileiro, em Porto Alegre/RS, e irá participar da próxima, em São Paulo/SP no ano que vem. Saiba mais sobre a empresa no site dray.ind.br.

Visando fortalecer o setor calçadista nacional e também seguir participando ativamente da BFSHOW, a Cactus Shoes, de Jaú/SP, também buscou a associação à Abicalçados. Produzindo *private label* (marca do cliente) e também marca própria, a indústria desenvolve calçados femininos em couro e em material sintético de alta qualidade. Saiba mais sobre a empresa no Instagram [instagram.com/cactuscalçadosoficial](https://www.instagram.com/cactuscalçadosoficial).

Empresa tradicional do polo catarinense, a Aye Aye, de São João Batista/SC, somou-se à Abicalçados com o objetivo de participar como associada da feira BSHOW, em São Paulo. Desde 1996, a indústria produz calçados femininos em couro, principalmente coturnos, botas, sapatilhas e rasteiras. Além de produzir com marca própria, a empresa atende a demanda *private label*. Saiba mais sobre a empresa no Instagram [instagram.com/aye_ayecalçados](https://www.instagram.com/aye_ayecalçados).

Exportações

A competitividade e o apoio para a exportação de calçados foi a principal motivação para a Thiale DiBorges, marca de roupas, mochilas, bolsas e sneakers nascida em Milão/Itália. Criada pelo designer homônimo, a marca trabalha com produtos de alto valor agregado em couros exóticos. Saiba mais sobre a marca no Instagram [instagram.com/diborgesofficial](https://www.instagram.com/diborgesofficial).

Empresa de origem familiar e com uma produção feminina e artesanal de calçados de couro, a Dizzia, de Franca/SP, tem mais de 20 anos de mercado e buscou a associação à Abicalçados com o principal objetivo de participar de feiras internacionais usufruindo do programa Brazilian Footwear. Saiba mais sobre a marca no site dizza.com.br.

Fortalecimento setorial

A MCVL Representações, empresa especializada na assessoria e gestão de calçados, também buscou a Abicalçados com o objetivo de fortalecer a atividade, especialmente em busca de melhores condições de competitividade. Realizando gestão completa de compra, desenvolvimento e produção de calçados com marca própria para lojistas, a empresa de Sapiranga/RS buscou a Abicalçados com o objetivo de inserção maior no mercado calçadista, além de auxiliar no fortalecimento da atividade. Saiba mais sobre os serviços prestados no site mcvl.com.br.

Associativismo

Fundada em 1983, a Abicalçados conta, em seu quadro de associados, com empresas de todos os portes e que respondem por mais de 65% da produção nacional do setor - de mais de 840 milhões de pares. A entidade tem como objetivo auxiliar no desenvolvimento da atividade, tendo o Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações de calçados mantido em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), como seu braço internacional.

NOFAKE SE APROXIMA DO SETOR CALÇADISTA



A Nofake, empresa que criou uma plataforma inovadora para proteger grandes marcas e seus consumidores dos chamados “produtos piratas”, está em fase de aproximação com o setor calçadista brasileiro. Para isso, desde julho a empresa é parceira da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) no Clube de Benefícios e foi patrocinadora ouro da celebração dos 40 anos da entidade, que aconteceu no dia 21 de novembro, no primeiro dia de realização da Brazilian Footwear Show - BFSHOW, na FIERGS, em Porto Alegre/RS.

O CEO da Nofake, João Carlos da Silva Souza, conversou exclusivamente com a reportagem do Abinforma sobre o mercado de pirataria no Brasil, a história da empresa, os resultados já alcançados e as perspectivas para o futuro.

Abinforma: Conte um pouco da história da Nofake.

João Carlos da Silva Souza: Iniciamos nossas operações em dezembro de 2020, em uma parceria com a Associação Brasileira das Indústrias Ópticas (AbiÓptica). Nesses três anos, já notificamos extrajudicialmente mais de 35 mil empresas e protegemos mais de 20 milhões de consumidores no Brasil.

Abinforma: Hoje, quais os setores atendidos pela Nofake?

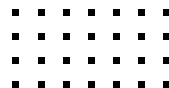
Souza: Atualmente, seguimos com um trabalho bastante forte no setor óptico, sendo que em apenas um ano conseguimos reduzir as perdas para a pirataria em quase R\$ 2 bilhões, conforme dados do Fórum Nacional contra a Pirataria e Ilegalidade (FNCP). Neste ano, estamos entrando para o segmento do futebol, já atendendo clubes como Cruzeiro, América Mineiro, E.C Vitória e Avaí. Estamos nos aproximando também do setor calçadista, no qual já atendemos duas grandes empresas.

Abinforma: Como funciona o trabalho da Nofake?

Souza: Não existe nenhum trabalho “policia” sendo que tudo se dá no ambiente on-line e do diálogo. Realizamos um trabalho de mapeamento de produtos piratas no âmbito digital e notificamos as lojas. Após a notificação extrajudicial, as empresas devem se comprometer a retirar anúncios e produtos do mercado. A maior parte das empresas respeita a notificação, pois caso não respeite nós derrubamos a página. É um prejuízo muito maior do que retirar determinados produtos do ar.

Abinforma: Atualmente, qual a estrutura da empresa?

Souza: Temos uma equipe de 60 colaboradores, em trabalho híbrido. Nossa sede fica em Santos Dumont/MG e também temos escritórios em Brasília e São Paulo. Em 2024, vamos ampliar nossa atuação e devemos contratar, pelo menos, mais 90 pessoas.



KISAFIX REFORÇA VALORIZAÇÃO DO SAPATEIRO



A Killing, indústria que produz insumos e materiais para 23 segmentos e é líder no fornecimento de adesivos para a indústria calçadista na América Latina por meio da marca Kisafix, vem reforçando o seu compromisso com a valorização do sapateiro. A marca foi patrocinadora ouro da celebração dos 40 anos da Abicalçados, que ocorreu no dia 21 de novembro, em Porto Alegre/RS. Com mais de 60 anos no mercado, a indústria de Novo Hamburgo/RS produz, anualmente, mais de 40 milhões de litros de tintas e adesivos e emprega mais de 500 funcionários. A reportagem do Abinforma conversou com Jean Pinheiros, diretor comercial e de marketing do grupo gaúcho.

Abinforma: Qual é o *market share* do setor de adesivos para calçados da Killing?

Jean Pinheiro: Passamos de um *market share* de 17%, em 2012, para mais de 50% atualmente.

Abinforma: Qual a fórmula para esse crescimento em um setor tão competitivo quanto o calçadista?

Pinheiros: Primeiro, não estamos focados apenas em preço, vendemos soluções de qualidade para os nossos clientes. Também não os vemos como CNPJs, mas como empresas feitas por pessoas, com famílias, que dependem do negócio para sobrevivência. Clientes competitivos, nos deixam satisfeitos. Não são apenas números. Acredito que isso faça uma grande diferença. Por exemplo, nos últimos três anos realizamos ações de valorização do profissional sapateiro em empresas de calçados em diferentes regiões. Neste ano, fomos até os polos de calçados do Rio Grande do Sul e de Franca, em São Paulo. No total, impactamos mais de 140 mil profissionais do setor, presencialmente nos eventos ou por meio de campanhas digitais. O objetivo é estarmos próximos do setor, dentro das empresas, valorizando quem faz o nosso calçado, um dos mais bonitos do mundo. Nas ações nas fábricas, fazemos dinâmicas com entregas de brindes e reunimos profissionais de diversos setores. Do aplicador de adesivo ao administrativo. Do laboratório à diretoria. Todos com a mesma proposta: valorizá-los em uma data tão importante, o Dia do Sapateiro - 25 de outubro.

Abinforma: A empresa foi uma das patrocinadoras da festa de 40 anos da Abicalçados, em Porto Alegre/RS. Qual a importância da Abicalçados para a competitividade do setor?

Pinheiros: A Killing, com a sua marca Kisafix, está ao lado dos seus clientes, fornecedores, parceiros. Trabalhamos juntos, com um mesmo propósito. Estamos nos principais polos calçadistas, realizando ações de valorização profissional, treinamentos técnicos. Queremos ampliar o nosso relacionamento com a Abicalçados e também com sindicatos, os braços regionais da entidade. O setor unido e competitivo é o nosso objetivo principal.



BFSHOW FORTALECE O SETOR CALÇADISTA

Carlos A. Mestriner
CEO da Klin

O setor calçadista é conhecido por sua resiliência e capacidade de se adaptar às mudanças constantes. Estamos em um mercado dinâmico e altamente competitivo, mas ao longo dos anos, a Klin consolidou-se como uma marca comprometida com a qualidade, o conforto e a segurança das crianças, permitindo que elas explorem o mundo de forma livre, confiante e saudável.

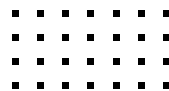
Em 2023, enfrentamos desafios notáveis, tanto no mercado nacional quanto internacional. No mercado nacional, as oscilações no consumo são inerentes ao setor do varejo, mas a Klin continua determinada a superar esses desafios. No mercado internacional, acreditamos que a qualidade e relevância dos produtos Klin nos posicionam bem para competir globalmente, e estamos comprometidos com nosso propósito e em entregar resultados sólidos, com a expectativa de superar 2022, mesmo que de forma comedida.

Quanto às expectativas para 2024, estamos focados na expansão de nossas franquias, no crescimento sustentável e na melhoria da experiência de nossos clientes. Continuaremos a buscar inovações e evoluir em nossa estratégia de negócios.

E, claro, não poderia deixar de destacar a importância da BFSHOW neste momento. Eventos como este desempenham um papel crucial na promoção do setor calçadista. A BFSHOW é especialmente relevante, pois é gerida pela Abicalçados, que representa o setor e seus interesses de forma direcionada. A BFSHOW proporcionará uma plataforma para reunir as principais empresas e profissionais do setor, permitindo a troca de experiências e o desenvolvimento de relacionamentos de negócios.

Participar de eventos como a BFSHOW nos permite segmentar nosso público-alvo e nos concentrar em nichos específicos. Além disso, é uma oportunidade valiosa para aprender com especialistas e líderes de mercado, adquirindo conhecimento e *insights* que podem moldar o futuro de nosso setor. A BFSHOW e eventos semelhantes fortalecem o setor como um todo e contribuem para o crescimento e inovação contínuos.

Nossa jornada é de constante evolução, comprometida em entregar produtos de alta qualidade, inovar e promover a sustentabilidade. A BFSHOW é um passo importante nessa jornada, e espero que nossa participação contribua para o fortalecimento do setor calçadista como um todo. Juntos, continuaremos caminhando em direção a um futuro promissor, calçando gerações.



PEGADA DIVERSIFICA SEGMENTOS DE ATUAÇÃO

Astor Ranft é uma das personalidades mais atuantes e conhecidas da indústria calçadista nacional. Tendo iniciado sua trajetória no setor ainda adolescente, na Travesso Calçados, tradicional indústria de calçados de Dois Irmãos/RS que encerrou sua atividade na década de 90, Ranft tem o calçado no DNA. Em 1989, o empresário fundou a Calçados Pegada e deu início ao que seria uma das principais fabricantes do produto no Brasil. O empresário recebeu a reportagem do Abinforma na matriz da fábrica, em Dois Irmãos, e falou sobre sua carreira, o mercado de calçados e seus desafios, perspectivas, investimentos, entre outros temas.



Abinforma: Conte um pouco da história da Pegada.

Astor Ranft: Fundamos a empresa em 1989, quando eu já havia me formado em Economia (1985). Como tínhamos incertezas sobre o negócio, em um mercado muito oscilante, continuei trabalhando na Travesso até 1994, quando passei a me dedicar exclusivamente à Pegada. Na Travesso, passei por quase todos os setores, na produção, almoxarifado, programação de custos, entre outros. Aprendi muito sobre calçado e decidi ter meu próprio negócio. No início da Pegada, com uma produção bastante modesta, nós mesmos - eu e os sócios - vendíamos os calçados. Primeiro, para amigos e pessoas próximas, depois para lojas da região do Vale do Sinos. Éramos nós mesmos os representantes comerciais. Fomos contratar o primeiro funcionário depois de um ano de empresa.

Abinforma: Hoje, a Pegada é uma das gigantes do calçado brasileiro. Qual é a estrutura da empresa?

Ranft: Atualmente, temos oito unidades no Rio Grande do Sul e na Bahia. Os empregos diretos somam mais de 5,4 mil funcionários que produzem mais 7 milhões de pares por ano (34 mil pares por dia). Desse volume produzido, cerca de 10% é exportado para mais de 60 países, principalmente para América do Sul, Estados Unidos, Canadá e países do Oriente Médio. Toda a nossa exportação é com marca própria.

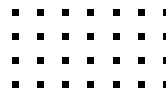
“ATUALMENTE, TEMOS OITO UNIDADES NO RIO GRANDE DO SUL E NA BAHIA. OS EMPREGOS DIRETOS SOMAM MAIS DE 5,4 MIL FUNCIONÁRIOS QUE PRODUZEM MAIS DE 7 MILHÕES DE PARES POR ANO (34 MIL PARES POR DIA). DESSE VOLUME PRODUZIDO, CERCA DE 10% É EXPORTADO PARA MAIS DE 60 PAÍSES”

Abinforma: Conhecida pela produção de calçados masculinos, recentemente a Pegada lançou uma linha de produtos femininos. Qual o motivo da estratégia?

Ranft: Fizemos um mapeamento das principais marcas internacionais de calçados e percebemos que as com mais sucesso são as que atendiam mais de um segmento. Dessa forma, há seis anos lançamos nossa linha feminina, que hoje responde por cerca de 15% da produção da Pegada. No futuro, queremos lançar linhas para o público infantil.

Abinforma: Esse volume de exportação é confortável para a empresa?

Ranft: Não, queremos exportar uma fatia maior, chegar a 15% da produção. Mas, o mercado internacional oscila bastante e as principais economias estão mais fracas desde a pandemia de Covid-19. Saímos de uma pandemia para uma guerra entre Rússia e Ucrânia e agora outra no Oriente Médio. Isso afeta toda a economia mundial.



"[...] O MERCADO INTERNACIONAL OSCILA BASTANTE E AS PRINCIPAIS ECONOMIAS ESTÃO MAIS FRACAS DESDE A PANDEMIA DE COVID-19. SAÍMOS DE UMA PANDEMIA PARA UMA GUERRA ENTRE RÚSSIA E UCRÂNIA E AGORA OUTRA NO ORIENTE MÉDIO. ISSO AFETA TODA A ECONOMIA MUNDIAL"

Abinforma: Como foi o ano de 2022 para a empresa?

Ranft: O ano de 2022 foi muito bom para a Pegada. Tivemos um incremento de cerca de 25% na produção, com bom desempenho tanto no mercado interno como internacional.

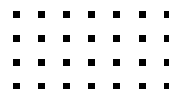
Abinforma: E como tem sido 2023?

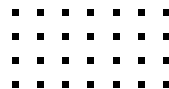
Ranft: É um ano bastante desafiador, não somente no mercado interno, que ainda está muito incerto, mas também no mercado internacional. Conversamos muito com parceiros e lojistas, percebemos que ainda existe muita insegurança política e preocupação com os rumos da economia, Os investimentos estão travados e o consumo também. Neste contexto, nossa projeção é de um crescimento pequeno, de no máximo 5% na produção.

Abinforma: Atualmente, quais são os principais desafios do setor calçadista?

Ranft: Além de todas as incertezas do mercado, com juros e inflação elevados nas grandes economias, temos desafios internos importantes. Aqui, percebemos uma geração, que por ideal, vem consumindo menos. É preciso uma adequação. Como sempre produzimos calçados com excelente qualidade e com alta durabilidade, não sentimos tanto esse problema. É uma geração de consumidores também muito ligada nos conceitos de sustentabilidade, e estão com razão. Por isso, aqui na Pegada trabalhamos fortemente o conceito, aumentando nossos índices de reciclagem e reaproveitamento de materiais, otimizando o uso de energia, entre muitos outros pontos. Hoje, temos a certificação do Origem Sustentável, o programa dá garantia de que estamos produzindo de acordo com os conceitos de ESG.

"CONVERSAMOS MUITO COM PARCEIROS E LOJISTAS, PERCEBEMOS QUE AINDA EXISTE MUITA INSEGURANÇA POLÍTICA E PREOCUPAÇÃO COM OS RUMOS DA ECONOMIA, OS INVESTIMENTOS ESTÃO TRAVADOS E O CONSUMO TAMBÉM"





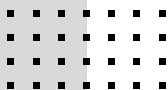
Abinforma: O setor tem sentido, diretamente, o impacto da concorrência desleal com as plataformas internacionais de comércio eletrônico, que estão isentas de remessas em compras de até US\$ 50. Como a empresa vê essa questão?

Ranft: As plataformas estão atingindo em cheio a indústria brasileira, não somente a calçadista. No momento em que produtos, principalmente oriundos da Ásia, entram aqui sem qualquer tributação, temos um caso de concorrência desleal com uma indústria que paga uma alta carga tributária para produzir no Brasil. Recebemos a notícia de que a Abicalçados entrou com uma ação no STF para reverter a situação e estamos aguardando. O Governo precisa entender e fazer algo sobre a questão, pois essa isenção está colocando em risco milhares de empregos.

"RECEBEMOS A NOTÍCIA DE QUE A ABICALÇADOS ENTROU COM UMA AÇÃO NO STF PARA REVERTER A SITUAÇÃO E ESTAMOS AGUARDANDO. O GOVERNO PRECISA ENTENDER E FAZER ALGO SOBRE A QUESTÃO, POIS ESSA ISENÇÃO ESTÁ COLOCANDO EM RISCO MILHARES DE EMPREGOS"

Abinforma: A Pegada realizou investimentos em estrutura ao longo de 2023? E para 2024, quais são os projetos?

Ranft: Em março deste ano, inauguramos uma planta fabril na cidade de Esplanada, na Bahia. Com 6,8 mil metros quadrados, a unidade somou mais 800 empregos diretos na Pegada. Em 2024, será inaugurada mais uma unidade, desta vez em Sapeaçu, também na Bahia. A unidade terá cerca de 4 mil metros quadrados e vai empregar, pelo menos, mais 500 pessoas.





CALÇADO INFANTIL DE BIRIGUI RECEBE RECONHECIMENTO DO SELO DE INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA

Visando aumentar o valor agregado dos calçados produzidos em Birigui/SP, o Sindicato das Indústrias do Calçado e Vestuário de Birigui (Sinbi), após muita mobilização, noticia que a indústria local conta agora com um Selo de Procedência por meio da Lei de Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/1996), que regulamenta as Indicações de Procedência junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI).

Conforme a entidade, trata-se de uma conquista significativa para a cidade reconhecida internacionalmente por ser a Capital Nacional do Calçado Infantil. “Este Selo não é apenas um distintivo comercial, mas um reconhecimento da qualidade dos calçados de Birigui. Ele atesta de forma enfática que a empresa certificada segue criteriosos padrões de conformidade, aderindo às melhores práticas industriais desde a escolha das matérias-primas até o uso de tecnologia de ponta, tudo isso aliado ao compromisso inabalável com o meio ambiente e à sustentabilidade, à valorização de seus recursos humanos e ao estrito cumprimento da legalidade”, diz em nota, que destaca ainda que lojistas sempre estão interessados em oferecer produtos que atendam aos interesses dos consumidores e que, nesse sentido, a inclusão de produtos com certificações de qualidade e autenticidade em seu catálogo se torna um atrativo comercial.

As regras para solicitação e obtenção do Selo de Indicação de Procedência estão previstas no Caderno de Especificações Técnicas, que fica disponível no [link](#).



CORANTE NATURAL COM RASPAS DE MANDIOCA É DESTAQUE NO INSPIRAMAIS

A 29ª edição do INSPIRAMAIS, salão que lança anualmente mais de dois mil materiais inovadores e sustentáveis para as indústrias de calçados, vestuário, móveis e de bijuterias, está com inscrições abertas para compradores e profissionais. Um dos destaques da edição, que acontece nos dias 23 e 24 de janeiro de 2024, no Centro de Eventos FIERGS, em Porto Alegre/RS, é a apresentação do indígena e pesquisador Sioduhi Piratapuya, que no primeiro dia do evento apresentará a tecnologia ManioColor, que desenvolve corante natural a partir de raspas de mandioca.

Sioduhi, indígena do povo Piratapuya, do território do Alto Rio Negro, desenvolve a tecnologia há dois anos, e ressalta que o projeto faz parte da sensibilização sobre o uso sustentável do potencial da Amazônia. O pesquisador aponta que a opção do corante natural é 100% biodegradável e resolve um problema ainda comum na indústria da moda, que é o corante sintético. “O uso do corante sintético é prejudicial para a floresta, principalmente quando falamos de contaminação das nossas águas”, ressalta.

As inscrições para o INSPIRAMAIS são gratuitas e podem ser realizadas no site inspiramais.com.br.

IR ALÉM E CONQUISTAR O MUNDO.

É DO BRASIL. É DOS BRASILEIROS.



A maior biodiversidade do planeta é do Brasil. E, cada vez mais, a capacidade de transformar os sabores, as essências e as texturas que a natureza nos presenteou em produtos de sucesso, em todo o mundo, de forma sustentável, é dos brasileiros. Um agro forte, que alimenta o planeta, é do Brasil. E o trabalho duro, a pesquisa de ponta, o desenvolvimento tecnológico, que fazem nossos produtores baterem recordes de produção e abastecerem o mundo, são dos brasileiros. Mas o Brasil não é só o que vem da terra. Hoje ser reconhecido pelo seu grande parque industrial, pela capacidade produtiva, pela matriz energética limpa, pela inovação e pelo maior programa de inclusão social do mundo também é do Brasil. Assim como ser respeitado pelo talento e pela criatividade que conquistam o mundo é dos brasileiros. São esses valores, do Brasil e dos brasileiros, que a ApexBrasil leva para o mundo todo. Promovendo o potencial dos produtos do Brasil e a capacidade de produção e criatividade dos brasileiros, muitos mercados se abrem para as nossas empresas. Isso ajuda a desenvolver a nossa economia. Só este ano, já foram US\$ 98 bilhões em parcerias internacionais. Em apenas oito meses, foram mais de US\$ 225 bilhões em exportações. O melhor resultado da história. Nada menos que 42 novos mercados foram abertos neste ano para a comercialização da nossa produção agrícola. E isso é só o começo. E, assim, o Brasil está retomando e fortalecendo sua presença internacional, participando ativamente de feiras, eventos e fóruns de negociação. Nosso país está indo cada vez mais longe e marcando a posição que merece.

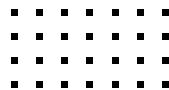
É do Brasil. É sustentável. É para o mundo todo.



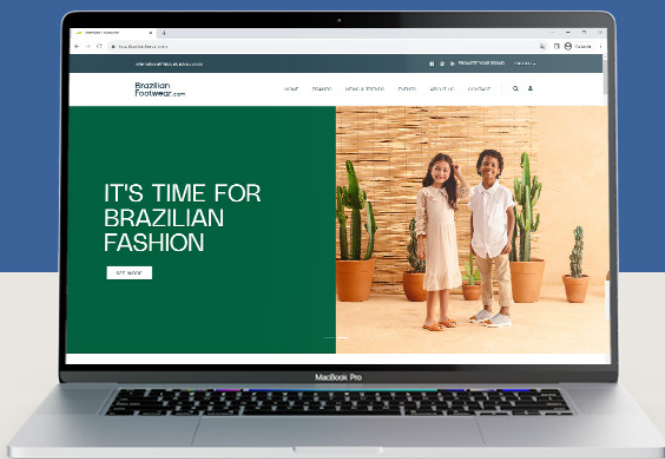
apexBrasil

MINISTÉRIO DO
DESENVOLVIMENTO,
INDÚSTRIA, COMÉRCIO
E SERVIÇOS

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO



PLATAFORMA DE CONEXÕES INTERNACIONAIS DA INDÚSTRIA DE CALÇADOS CRESCE 23% NO ANO



Brazilian Footwear.com

A digitalização é um caminho sem volta para o setor calçadista brasileiro. Ciente dessa tendência, a Abicalçados, por meio do Brazilian Footwear, programa mantido em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), criou uma plataforma de apoio à internacionalização em 2015. O BrazilianFootwear.com, que traz informações de 205 marcas de calçados, cresceu 23% em número de acessos em 2023.

A analista de Promoção Comercial da Abicalçados, Carla Giordani, destaca que a plataforma vem em crescimento e aprimorando suas funcionalidades. “Em 2023, até outubro, foram mais de cem mil acessos, sendo que 82% deles foram de novos usuários, o que demonstra que as campanhas de divulgação estão tendo ótimo alcance”, conta. Outro atrativo da plataforma tem sido as constantes melhorias. Neste ano, por exemplo, o BrazilianFootwear.com passou a permitir mais *logins* por empresa, possibilitando também que o administrador possa selecionar países e funcionalidades de acesso para cada tipo de usuário. “Desta forma, cada marca pode gerir sua equipe por países, otimizando os resultados da exposição”, comenta.

Segundo Carla, a principal origem dos acessos é dos Estados Unidos, que representa mais de 20% do total das visitas. Na sequência, aparecem Colômbia, Reino Unido, Canadá, Equador, Austrália, Índia, África do Sul, Peru e Itália.

Como funciona

Voltado para empresas exportadoras que desejam intensificar o contato com compradores internacionais, a plataforma digital BrazilianFootwear.com conta com perfis constantemente atualizados com informações gerais, fotos de coleções e contatos das marcas participantes. A plataforma, além de promover a divulgação das calçadistas brasileiras, permite que negociações sejam iniciadas diretamente no site para que, posteriormente, o contato seja personalizado por parte da empresa para cada comprador. Conheça e participe: brazilianfootwear.com. Mais informações pelo e-mail relacionamento@abicalcados.com.br.



EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS ALCANÇAM US\$ 1 BILHÃO

Dados elaborados pela Abicalçados apontam que as exportações do setor, no mês de outubro, somaram 11,8 milhões de pares, que geraram US\$ 100 milhões, resultado 5,2% superior em pares e 12,3% inferior em receita em relação ao mesmo mês do ano passado. No acumulado dos dez meses de 2023, as exportações somaram 102,45 milhões de pares e US\$ 1 bilhão, resultados inferiores tanto em volume (-14%) quanto em receita (-8,8%) em relação ao mesmo período de 2022. Apesar da queda nos embarques, o setor segue com resultados positivos ante a pré-pandemia (6,2% em volume e 23% em receita).

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que os números refletem uma economia mundial em desaquecimento. “O FMI reduziu, em outubro, em 0,1% o crescimento da economia mundial para 2024. O mundo está crescendo abaixo da média histórica dos últimos três anos”, comenta. Segundo ele, soma-se ao desaquecimento das principais economias, entre elas Estados Unidos e países da Europa, que convivem com juros e inflação elevados, a recomposição da China no mercado de calçados. No último mês divulgado, em setembro, a China exportou 746,4 milhões de pares de calçados, 3% a mais do que no mesmo mês do ano anterior. No acumulado do ano, as exportações chinesas já chegaram a 6,8 bilhões de pares. “Logicamente, o aumento da concorrência da China no ambiente internacional, tem reflexos nos embarques brasileiros”, informa o dirigente. Já as importações totais de calçados dos Estados Unidos, maior importador de calçados do mundo, caíram 30,5% no acumulado de janeiro a setembro de 2023, ante o mesmo período do ano anterior.

BALANÇA COMERCIAL

Destinos

Principal destino das exportações brasileiras de calçados, entre janeiro e outubro, a Argentina importou 12,9 milhões de pares por US\$ 202,9 milhões, resultado 10% inferior em volume e 28,7% superior em receita na relação com o mesmo período do ano passado.

O segundo destino foi os Estados Unidos. Nos dez meses, foram embarcados para lá 8,62 milhões de pares, pelos quais foram pagos US\$ 191,2 milhões, quedas tanto em volume (-35,4%) quanto em receita (-47%) em relação ao intervalo correspondente de 2022. "Nossas exportações para os Estados Unidos estão caindo mais do que a média mundial, sendo que a China vem conquistando cada vez mais espaço naquele país", avalia Ferreira.

O terceiro destino do calçado brasileiro em 2023 foi a França. Entre janeiro e outubro, os franceses importaram 2,5 milhões de pares verde-amarelos por US\$ 49 milhões, quedas de 55% em volume e de 9,2% em receita na relação com o mesmo íterim do ano passado.

Importações asiáticas seguem em alta

As importações de calçados da Ásia mantêm a elevação ao longo de 2023. Nos primeiros dez meses do ano, as importações totais somaram 24,66 milhões de pares, pelos quais foram pagos US\$ 377,58 milhões, incrementos tanto em pares (+12,5%) quanto em receita (+24%) em relação ao intervalo correspondente de 2022. As principais origens seguem sendo três países asiáticos (China, Vietnã e Indonésia), que respondem por mais de 85% das importações de calçados. Em partes de calçados - cabedais, palmilhas, solados etc - as importações até outubro somaram US\$ 23,74 milhões, 0,8% menos do que no mesmo período do ano passado.



EXPORTAÇÕES

PRINCIPAIS ORIGENS

Três primeiros estados do ranking e o total do período

CE

CEARÁ

JAN - OUT 2022: 34,78 milhões de pares

JAN - OUT 2023: 31,25 milhões de pares

VARIAÇÃO: -10,2%

RS

RIO GRANDE DO SUL

JAN - OUT 2022: 36,57 milhões de pares

JAN - OUT 2023: 30,46 milhões de pares

VARIAÇÃO: -16,7%

PB

PARAÍBA

JAN - OUT 2022: 16,34 milhões de pares

JAN - OUT 2023: 14,85 milhões de pares

VARIAÇÃO: -9,1%

TOTAL

JAN - OUT 2022: 119,14 milhões de pares

JAN - OUT 2023: 102,44 milhões de pares

VARIAÇÃO: -14,0%



IMPORTAÇÕES

PRINCIPAIS ORIGENS

Três primeiros países do ranking e o total do período

CHINA

JAN - OUT 2022: 9,18 milhões de pares

JAN - OUT 2023: 8,83 milhões de pares

VARIAÇÃO: -3,8%

VIETNÃ

JAN - OUT 2022: 6,72 milhões de pares

JAN - OUT 2023: 8,23 milhões de pares

VARIAÇÃO: 22,5%

INDONÉSIA

JAN - OUT 2022: 2,56 milhões de pares

JAN - OUT 2023: 3,54 milhões de pares

VARIAÇÃO: 38,1%

TOTAL

JAN - OUT 2022: 24,66 milhões de pares






JAN - OUT 2023: 21,91 milhões de pares

VARIAÇÃO: 12,5%

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

ABINFORMA

Novembro/Dezembro 2023 Nº 379 - Ano 33

 abicalcados
 abicalcadosoficial
 abicalcados
 company/abicalcados
 abicalcados



ABICALÇADOS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS
INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

40
ANOS

www.abicalcados.com.br