

# Abinforma

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados



Matéria especial

## Mulheres se destacam em cargos de liderança na indústria calçadista

Leia também:

Segunda edição da BFSHOW acontece em maio, em São Paulo

13

Abicalçados discute Remessa Conforme com ministro Haddad

18

Feira italiana gera mais de US\$ 31 milhões para exportações de calçados

28



## **Olhar feminino é fundamental para o desenvolvimento da sociedade**

**Haroldo Ferreira**  
Presidente-executivo da Abicalçados

O Abinforma de março é dedicado às mulheres, em especial as que fizeram - e fazem - a história do setor calçadista brasileiro. Na última década, as mulheres têm obtido mais espaço na indústria do nosso setor e tendo papel cada vez mais fundamental para o seu desenvolvimento. Quando as mulheres avançam, em qualquer setor social ou econômico, avançamos todos enquanto sociedade. A empatia, o cuidado e o carinho colocados pelas mulheres não somente na produção, mas na linha de frente de grandes empresas do setor, são peças-chave para o desenvolvimento da nossa atividade.

Embora ainda tenhamos um caminho pela frente e inúmeros desafios em um setor ainda bastante masculino, tenho a percepção de que são cada vez mais numerosos os rostos femininos em todos os setores das nossas fábricas. Hoje, quase um terço dos postos de liderança são exercidos por mulheres no nosso setor, número muito superior ao da Indústria de Transformação em geral. Mas ainda está longe de ser o suficiente e tenho convicção de que vamos avançar ainda mais nos próximos anos, diante da urgência de temas ligados às práticas ESG, que contemplam, entre seus pontos, a importância da maior representação feminina em todos os setores das empresas.

E, quando falamos em práticas ESG, é importante frisar que estamos adiantados em relação aos nossos concorrentes internacionais e que isso se deve muito aos esforços conjuntos realizados pela Abicalçados e pela nossa parceira setorial, a Assintecal, que possui grande representação entre os nossos fornecedores de materiais. Ambas as entidades, em um esforço conjunto, desde 2013 mantêm o Origem Sustentável, que entre as suas premissas busca uma maior diversidade de gênero no ambiente de trabalho.

Parabéns a todas as mulheres e obrigado por tudo o que fizeram e fazem pelo Brasil, tanto na sociedade quanto na atividade de produzir calçados com excelência, carinho e cuidado.

Boa leitura!



## CONSELHO DELIBERATIVO

**Presidente:** Caetano Bianco Neto

**Conselheiros:** Almir Santos, Analdo Slovinski Moraes, Ana Carolina Grings, Astor R. Ranft, Carlos Alberto Mestriner, Claudio Chies, Daniel Marcelino Gewehr, Diego Colli, Giuliano Spinelí Gera, Irvan 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 Mauricio de Vargas (suplente)

**Conselho Sindical:** Almir Manoel Atanázio dos Santos, Renato Klein e Ronaldo Andrade Lacerda

**Presidente-executivo:** Haroldo Ferreira

## Abinforma

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

**Março 2024 N° 382 - Ano 34**

### EDIÇÃO

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

### TEXTOS

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

### FOTOS

Equipe Abicalçados e Divulgação






### PRODUÇÃO GRÁFICA

Gabriel Dias | @gabrieldias.ppg

### CONTATO

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

### REDES SOCIAIS

 abicalcados  abicalcadosoficial  abicalcados  company/abicalcados  abicalcados

05

ABI NA MÍDIA

**Confira notícias sobre o setor que foram destaque na imprensa**

07

ESPECIAL

**Mulheres se destacam em cargos de liderança na indústria calçadista**

13

ABINOTÍCIAS

**Com o dobro do tamanho, segunda edição da BFSHOW acontece em maio, em São Paulo**

16

ABINOTÍCIAS

**Sustentabilidade na indústria calçadista é destaque em encontro da ApexBrasil**

17

ABINOTÍCIAS

**Abicalçados assina manifesto contra PL que insiste na reoneração**

18

ABINOTÍCIAS

**Abicalçados discute Remessa Conforme com ministro Haddad**

19

ABINOTÍCIAS

**BFSHOW marca presença na 28ª FENOVA, em Minas Gerais**

20

ABINOTÍCIAS

**Indústria calçadista terá novo prazo para adequação à NR-12**

21

OLHAR DE ESPECIALISTA

**Desbravando Caminhos: A Jornada Desafiadora da Mulher**

22

ABINOTÍCIAS

**Coalizão Indústria apresenta pautas para o MDIC**

23

ABINOTÍCIAS

**Marluvas recebe certificação de sustentabilidade**

24

ABI ENTREVISTA

**ApexBrasil quer ampliar participação feminina nas empresas exportadoras**

27

ACONTECE NOS POLOS

**Setor coureiro-calçadista apresenta novidades na Fimec**

28

BRAZILIAN FOOTWEAR

**Feira italiana gera mais de US\$ 31 milhões para exportações de calçados**

30

BRAZILIAN FOOTWEAR

**Circuito de feiras nos Estados Unidos deve gerar US\$ 4,7 milhões para calçadistas**

31

BRAZILIAN FOOTWEAR

**Mocassin: um best seller com o DNA do Brasil**

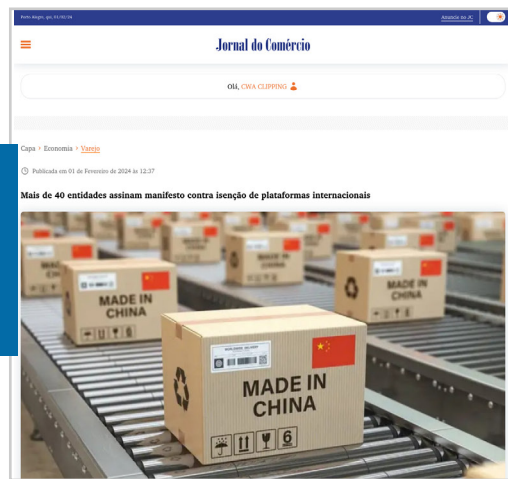
33

BALANÇA COMERCIAL

**Exportações de calçados começam ano em queda**

01 DE FEVEREIRO DE 2024 JORNAL DO COMÉRCIO | GERAL

## Mais de 40 entidades assinam manifesto contra isenção de plataformas internacionais



Sob o título “Danos da desigualdade tributária são claros. Não há mais o que analisar”, 41 entidades representativas da indústria e do varejo brasileiro, entre elas a Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), assinaram nota conjunta tratando dos impactos da isenção das plataformas digitais internacionais em remessas de até US\$ 50,00 (R\$ 250,00). O documento foi divulgado nesta quarta-feira (31), conforme a Abicalçados. O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que, desde agosto passado, quando as plataformas internacionais passaram a ter isenção de impostos de importação, a indústria nacional vem perdendo espaço no varejo nacional. “É uma concorrência desleal, pois pagamos os impostos todos em cascata. É uma medida que vem ceifando milhares de empregos no Brasil e destruindo a indústria nacional”, comenta o dirigente.

[Leia a matéria completa aqui.](#)

05 DE FEVEREIRO DE 2024 O ESTADO DE S. PAULO | ECONOMIA & NEGÓCIOS

## Setor fecha 21 mil vagas e culpa as importações

O setor calçadista fechou 20,75 mil postos de trabalho em 2023, maior volume de demissões desde 2020, durante a pandemia, quando a atividade perdeu 23 mil vagas, segundo a Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados). As empresas do ramo encerraram o ano com 275,58 mil trabalhadores, 7% a menos do que em 2022. Segundo o presidente da Abicalçados, Haroldo Ferreira, o setor sofreu impacto do desaquecimento da economia internacional, com queda nas exportações, e também do aumento das importações de calçados da Ásia. Em 2023, as importações somaram 28,36 milhões de pares e US\$ 442,73 milhões, altas de 9,8% e 20,6%, respectivamente.



Indústria de calçados Cenário adverso

### Setor fecha 21 mil vagas e culpa as importações

O setor calçadista fechou 20,75 mil postos de trabalho em 2023, maior volume de demissões desde 2020, durante a pandemia, quando a atividade perdeu 23 mil vagas, segundo a Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados). As empresas do ramo encerraram o ano com 275,58 mil trabalhadores, 7% a menos do que em 2022. Segundo o presidente da Abicalçados, Haroldo Ferreira, o setor sofreu impacto do desa-

12 DE FEVEREIRO DE 2024 GZH GERAL

## Indústrias de calçados renovam apoio à exportação com R\$ 36 milhões até 2025



Foi renovada até 2025 a parceria entre a Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) que desde 2000 mantém o Brazilian Footwear, programa de apoio aos embarques internacionais de calçados. Para os próximos dois anos, o programa prevê investimentos de aproximadamente R\$ 36 milhões em ações voltadas à internacionalização e promoção da indústria calçadista. Metade vem da ApexBrasil, e o restante é aportado pelas empresas participantes da iniciativa.

[Leia a matéria completa aqui.](#)

23 DE FEVEREIRO DE 2024 ISTO É DINHEIRO GERAL

### Calçados crescem a passos largos

#### CALÇADOS CRESCEM A PASSOS LARGOS

A JULGAR PELO TAMANHO DA FEIRA BFSHOW DESTE ANO, MAIOR EVENTO DE NEGÓCIOS DA INDÚSTRIA BRASILEIRA DE CALÇADOS, ORGANIZADO PELA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CALÇADOS (ABICALÇADOS) EM PARCERIA COM A NÜRNBERGMESSE BRASIL, O SETOR ESTÁ MAIS DO QUE OTIMISTA. A FEIRA TERÁ NESTE ANO O DOBRO DA DIMENSÃO DO ÚLTIMO ENCONTRO, EM PORTO ALEGRE. DESTA VEZ SERÁ NOS DIAS 21 A 23 DE MAIO, NO TRANSAMÉRICA EXPO CENTER, NA CAPITAL PAULISTA. A ESTIMATIVA DA ORGANIZAÇÃO É QUE SEJAM GERADOS MAIS DE US\$ 130 MILHÕES EM VENDAS INTERNACIONAIS, MAIS DE 10% DO VOLUME EXPORTADO PELO SETOR EM TODO O ANO. PARA O PRESIDENTE-EXECUTIVO DA ABICALÇADOS, HAROLDO FERREIRA, O BRASIL VAI FORTALECER SEU PROTAGONISMO COMO UM DOS MAIORES FORNECEDORES DE CALÇADOS.



A julgar pelo tamanho da feira BFSHOW deste ano, maior evento de negócios da indústria brasileira de calçados, organizado pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) em parceria com a NürnbergMesse Brasil, o setor está mais do que otimista. A feira terá neste ano o dobro da dimensão do último encontro, em Porto Alegre. Desta vez será nos dias 21 a 23 de maio, no Transamérica Expo Center, na capital paulista. A estimativa da organização é que sejam gerados mais de US\$ 130 milhões em vendas internacionais, mais de 10% do volume exportado pelo setor em todo o ano. Para o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, o Brasil vai fortalecer seu protagonismo como um dos maiores fornecedores de calçados.

[Leia a matéria completa aqui.](#)

28 DE FEVEREIRO DE 2024 O GLOBO ECONOMIA

### Recuo do governo

O presidente Luiz Inácio Lula da Silva assinou, na noite de ontem, uma medida que revoga a reoneração da folha de pagamentos de 17 setores da economia intensivos em mão de obra. Essa reoneração está hoje em vigor em medida provisória (MP) em tramitação no Congresso Nacional. Com a revogação desse trecho, esses setores, que empregam mais de 9 milhões de pessoas, voltam a ter desoneração sobre a folha. A reversão atende a acordo político firmado pelo governo com o presidente do Senado, Rodrigo Pacheco (PSD-MG). Ao mesmo tempo, o governo enviará ao Congresso Nacional um projeto de lei prevendo a reoneração gradual da folha de pagamento desses setores. [...] - Se for uma cópia da medida provisória anterior, de nada serve. O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, afirma que a retirada do trecho conserta um “equivoco político” da MP de dezembro, já que o projeto que renova a desoneração da folha de pagamentos até 2027 já havia sido aprovado no Congresso por duas vezes, sendo uma derrubada de veto presidencial.



28 DE FEVEREIRO DE 2024 BAND TV JORNAL DA BAND

### Alívio nas empresas sem MP da reoneração



Em entrevista para o Jornal da Band, Suely Muhl, coordenadora da Assessoria Jurídica da Abicalçados, repercutiu recuo do Governo.

[Assista aqui.](#)

## Mulheres se destacam em cargos de liderança na indústria calçadista



Desde 1910, o Dia Internacional da Mulher é celebrado no dia 8 de março e passa longe de ter uma origem festiva. É um dia que marca a luta por melhores condições de vida e de trabalho para as mulheres, que ao longo dos anos conquistaram direitos elementares, como o direito ao voto e ao trabalho digno.

Trazendo para a realidade do setor calçadista brasileiro, embora ainda existam desafios a serem ultrapassados, o número de mulheres, tanto no emprego em geral quanto em cargos de liderança, cresceu nos últimos anos. Dados elaborados pela Abicalçados apontam que, atualmente, 29% dos cargos de liderança (direção) no setor são preenchidos por mulheres, número que vem crescendo na última década. O registro é ainda mais significativo levando em consideração que, na Indústria de Transformação brasileira, apenas 19,8% dos cargos de liderança são preenchidos por mulheres. Já nos empregos do setor calçadista, em geral, as mulheres respondem por 49,4%, conforme o mesmo levantamento. Na Indústria de Transformação, 30,2% dos postos são ocupados por mulheres.

Recente pesquisa da consultoria McKinsey mostra que a presença de mulheres no mercado de trabalho, principalmente em cargos de liderança, pode gerar um aumento de até US\$ 12 trilhões no Produto Interno Bruto (PIB) global até 2025. No Brasil, o acréscimo seria de cerca de US\$ 410 bilhões. Especialistas alegam que as mulheres têm melhor desempenho social, com maior chance de retenção de talentos, mais empatia e resiliência.

### **Cristine Grings: avanços e desafios**

A CEO e sócia da Piccadilly Company, Cristine Grings, está à frente de uma empresa com destaque no mercado nacional e internacional. Fundada em 1955, na cidade de Igrejinha/RS, a empresa produz mais de 8 milhões de pares de calçados femininos por ano, dos quais exporta 35% para mais de 100 países.

Valorizando a inovação e o trabalho em equipe, além da sustentabilidade em todos os aspectos produtivos, Cristine destaca que o setor calçadista vem avançando na equidade de gênero, mas que existem muitos desafios a serem enfrentados. “Infelizmente, ainda somos uma indústria, na sua grande maioria, liderada por homens, mesmo quando se trata do segmento de calçados femininos. A mulher ainda precisa provar que é capaz e que tem condições de ocupar cargos de liderança”, ressalta a gestora, acrescentando que, na Piccadilly Company, 50% da diretoria/conselho e 60% das lideranças da empresa em geral são mulheres. Segundo Cristine, o fato de ter a maior parte de lideranças femininas facilita o entendimento das necessidades das consumidoras da marca.

Entre os aspectos mais valiosos para a líder, está a questão da sustentabilidade, não somente no seu pilar ambiental, mas também social, levando em consideração a diversidade e a inclusão no quadro de trabalho. “São temas urgentes e ao mesmo tempo sensíveis. É preciso ter coerência entre discurso e prática e o desejo genuíno de compreender as transformações e se adaptar a elas. Na Piccadilly, temos promovido esta discussão quando se trata de diversidade como um todo”, diz. A preocupação com a sustentabilidade, inclusive, faz com que a Piccadilly Company seja uma das empresas certificadas no nível máximo do Origem Sustentável (Diamante), única certificação de ESG para a cadeia produtiva do calçado no mundo.



*“É preciso ter coerência entre discurso e prática e o desejo genuíno de compreender as transformações e se adaptar a elas. Na Piccadilly, temos promovido esta discussão quando se trata de diversidade como um todo”*

**Cristine Grings**  
CEO da Piccadilly Company

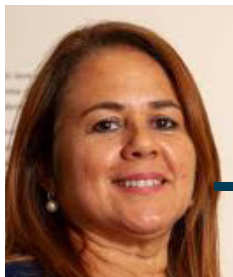
### **Maria Zélia Damasceno: independência e sustentabilidade**

Destacando a importância da independência feminina, Maria Zélia Damasceno é uma liderança feminina com profunda ligação com a sustentabilidade ambiental e social, adotando a sinergia entre a produção de calçados e a Amazônia como um princípio do negócio. Em parceria com comunidades extrativistas da floresta, a empresa Seringô (Castanhal/PA), liderada por ela, transforma látex em produtos de moda, empoderando seringueiros e quebrando barreiras da indústria por meio de tecnologias que não só criam produtos 100% biodegradáveis, mas que também geram renda para 30 comunidades locais.

Para Maria Zélia, a empresa é uma missão social, econômica e ambiental. “As possibilidades de utilização da borracha amazônica para a produção de artesanatos e calçados sustentáveis é algo fantástico, pois, além de gerar uma renda digna para os produtores, mantém a floresta em pé. Hoje, com a necessidade de se manter a Amazônia e a floresta, torna-se viável a atividade no formato de remuneração de serviços ambientais para os seringueiros, que além de colher e produzir a borracha acabam sendo vigias da floresta”, conta.

A empresária explica que o foco da Seringô é incluir a população carente, proporcionando oportunidades e renda. “O sonho de consumo de um seringueiro sempre foi comprar uma casa, mesmo que modesta, na cidade mais próxima para que os filhos pudessem ir buscar estudo e trabalho. Hoje, com Internet e oportunidades de trabalho na própria comunidade, muitos jovens ficam na sua comunidade e estão fazendo cursos de graduação EAD, sem precisar ir de forma contínua para a cidade”, orgulha-se.





*“As possibilidades de utilização da borracha amazônica para a produção de artesanatos e calçados sustentáveis é algo fantástico, pois, além de gerar uma renda digna para os produtores, mantém a floresta em pé.”*

**Maria Zélia Damasceno**

Diretora da Seringô

### **Suzana Santos: mudanças positivas**

Para a diretora comercial do Grupo Suzana Santos (São João Batista/SC), Suzana Santos, apesar das barreiras que persistem, existe uma mudança positiva acontecendo com relação às mulheres no mundo corporativo. A própria gestora diz que encontrou barreiras em um ambiente “muito masculino” até fundar o setor de exportação da empresa, que tem uma capacidade produtiva de 30 mil pares diários e que entrou para o mercado internacional em 2010. Hoje, a diretora orgulha-se de exportar 15% de seus calçados femininos para mais de 45 países, principalmente para América Central e Oriente Médio.

Para Suzana, o negócio nunca pode estar apartado do amor ao que se faz e é por isso que estar sempre conectada às tendências do mercado, com entrega de inovação e qualidade para diferentes estilos de mulheres faz parte de sua vida. “Eu acredito que o elemento fundamental do sucesso reside no amor e no propósito do negócio”, afirma a diretora. Segundo a gestora, faz parte do sucesso em liderança estar ao lado do time, “fazendo junto e não só cobrando”. “O time está sempre buscando entender o que pode ser melhorado, tanto como pessoa quanto como parte da empresa. Além de motivar, precisamos estar juntos. Uma boa líder é a que tem uma visão inovadora, que enxerga um futuro para a empresa, que tem propósito e não trabalha apenas pelo dinheiro”, opina.

Segundo Suzana, apesar dos desafios, existe uma mudança positiva no cenário da indústria calçadista, onde mais mulheres estão ganhando espaço, envolvidas em áreas como estilo, inovação e marketing. Para ela, a visão feminina no negócio e a habilidade de focar no comportamento do consumidor são fundamentais para atuar estrategicamente em um setor tão dinâmico como o calçadista.



*“Além de motivar, precisamos estar juntos. Uma boa líder é a que tem uma visão inovadora, que enxerga um futuro para a empresa, que tem propósito e não trabalha apenas pelo dinheiro”*

**Suzana Santos**

Diretora comercial do Grupo Suzana Santos

### **Rafaela Furlanetto: paixão pela moda desde o berço**

Estilista e diretora criativa na Vicenza, empresa de calçados femininos *premium* fundada por seu pai, Ariovaldo Furlanetto, na cidade de Igrejinha/RS, Rafaela Furlanetto é hoje o nome à frente do sucesso da marca inspirada nas confecções italianas.

A ligação de Rafaela com a criação de calçados iniciou, na prática, quando ela tinha 16 anos e passou a integrar o estúdio de desenvolvimento de seu pai. Logo, a jovem já era destaque na criação de coleções para mais de dez empresas locais. Rafaela conta que, diante do desafio de ser mulher em um mundo masculino como o do calçado, sempre buscou se apegar a estímulos positivos. “Mulheres enfrentam desafios todos os dias, mas o importante é se apegar àqueles que dão estímulos positivos e ultrapassar as barreiras. Eu tive a oportunidade de estar amparada pelo meu pai e ter todas as portas abertas com muito respeito e respaldo durante minha trajetória até aqui. Foi muito importante esse incentivo e apoio, isso fortaleceu ainda mais minha personalidade”, conta. O sucesso da Vicenza foi reconhecido no ano passado, quando a marca foi adquirida pelo grupo Arezzo&Co em uma transação de mais de R\$ 170 milhões.

Em consonância com a sensibilidade feminina, Rafaela encorpa o coro das apaixonadas pelo que faz. “A palavra convence, mas o exemplo arrasta. É um clichê, sim, mas que funciona. Sempre enxergo os resultados como consequência e os resultados são construídos no dia a dia, no detalhe e na paixão pelo que se faz”, diz. Sempre atenta às tendências mundiais do mercado, a criativa ressalta que cada vez mais as consumidoras buscam produtos exclusivos e que destaquem as suas identidades.



*“Mulheres enfrentam desafios todos os dias, mas o importante é se apegar àqueles que dão estímulos positivos e ultrapassar as barreiras”*

**Rafaela Furlanetto**

Diretora criativa da Vicenza

**Irá Salles: destaque internacional**

Outra liderança importante do setor calçadista nacional é Irá Salles, estilista e CEO de marca homônima de sapatos, bolsas e acessórios de Salvador/BA. A marca, criada em 1999, está presente em mais de 50 pontos do Brasil, além de 30 pontos de venda no exterior distribuídos entre Estados Unidos, Canadá, Japão, França e Inglaterra. Atenta às necessidades de sua comunidade, Irá trabalha com artesanatos locais, além de estar envolvida em projetos sociais em comunidades carentes.

Irá Salles conta que foi inspirada pela sua avó, que amava moda e arte. “Depois de ter me formado em Comunicação no Brasil, fui estudar moda na Parsons, em Nova Iorque. Minha formação era no vestuário, mas migrei por acaso para os acessórios, sapatos e bolsas”, conta a estilista, orgulhosa de, hoje, ter suas bolsas expostas no maior museu de bolsas do mundo, o Tassen Museum of Bags and Purses, na Holanda.

Líder nata, para ela uma liderança inspiradora é aquela que consegue motivar e servir como exemplo, impulsionando mudanças significativas. “Ser uma liderança inspiradora é ter capacidade de trazer seguidores e ser um exemplo para conseguir mudanças significativas no mundo. Uma liderança deve sempre ser o motivo de fazer algo melhor”, diz.



*“Ser uma liderança inspiradora é ter capacidade de trazer seguidores e ser um exemplo para conseguir mudanças significativas no mundo. Uma liderança deve sempre ser o motivo de fazer algo melhor”*

**Irá Salles**

CEO da Irá Salles

**Anna Barroso: arte para os pés**

À frente de uma empresa que carrega seu nome em Belo Horizonte/MG, Anna Barroso é uma liderança da indústria de calçados com participação ativa em grupos de empresários, em especial na Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG). Trabalhando com foco na confecção exclusiva de sapatos e acessórios desde 2014, Anna produz verdadeiras joias para os pés. Filha de uma empreendedora do setor, Anna absorveu a essência da moda desde cedo, mas foi somente após cursar Artes Plásticas que ela percebeu que a moda era sua expressão autêntica. “Embora tenha cursado Artes Plásticas e cogitado seguir carreira como artista, não pude fugir das minhas raízes. Hoje vejo que a moda é, de fato, minha expressão mais autêntica e intrínseca”, conta.

Para Anna, o maior desafio enquanto liderança feminina é a gestão de pessoas, “desde encontrar talentos até retê-los”. “Busco criar uma cultura em que todos se sintam parte essencial do que estamos construindo e que vistam mesmo a camisa. Minha geração enfrenta o preconceito menor do que as passadas, mas ainda persiste a visão cultural de que somos menos competentes ou capazes do que os homens. Acredito que aos poucos estamos conquistando nosso espaço e em breve essas barreiras estarão superadas”, comenta a empresária.

Segundo Anna, o mundo vem caminhando para a sustentabilidade e isso está refletindo nos negócios. “Vejo os consumidores se preocupando com as cadeias de produção, com a condição de trabalho dos funcionários e com as matérias-primas utilizadas. As pessoas vão se tornar cada vez mais conscientes de tudo que está por trás de um produto, se preocupando inclusive com o descarte dele no futuro”, prevê a líder.



*“Busco criar uma cultura em que todos se sintam parte essencial do que estamos construindo e que vistam mesmo a camisa. Minha geração enfrenta o preconceito menor do que as passadas, mas ainda persiste a visão cultural de que somos menos competentes ou capazes do que os homens”*

**Anna Barroso**

Diretora da Anna Barroso

De diferentes polos da indústria calçadista brasileiras, essas seis lideranças femininas enfatizam o protagonismo do setor com relação à presença de mulheres dentro da Indústria de Transformação. Exemplos e cases de sucesso que dão voz à campanha *It's Time for Women*, do Brazilian Footwear. Os seis perfis já estão disponíveis na plataforma [BrazilianFootwear.com](https://www.BrazilianFootwear.com) e estão sendo ativados ao longo deste mês nas redes sociais do Brazilian Footwear.

BFSHOW  
A FEIRA DO CALÇADO BRASILEIRO

# MAIS DE 180 MARCAS JÁ ESTÃO CONFIRMADAS



*Faça parte de uma  
BFSHOW ainda maior.  
Credenciamento on-line  
disponível no site*

# 21a23

maio 2024

## SÃO PAULO/SP

Transamerica  
Expo Center

**CLIQUE AQUI E FAÇA O SEU**

**BFSHOW**  
A FEIRA DO CALÇADO BRASILEIRO

\*Lista de marcas atualizada em março/24.



## Com o dobro do tamanho, segunda edição da BFSHOW acontece em maio, em São Paulo

Com um crescimento de mais de 100% na área de exposição, alcançando 10 mil metros quadrados, e grandes marcas já confirmadas, a 2ª edição da BFSHOW, feira de calçados realizada pela Abicalçados em parceria com a NürnbergMesse Brasil, tem mais de 80% do seu espaço comercializado. Até março, mais de 180 marcas já estavam confirmadas. O evento, que lançará as coleções de Primavera-Verão de calçadistas brasileiras, acontecerá nos dias 21 a 23 de maio, no Transamerica Expo Center, em São Paulo/SP.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que, após uma primeira edição de sucesso no Rio Grande do Sul, a BFSHOW conquista seu espaço e prepara uma feira maior e melhor para o mês de maio. “Teremos empresas de todos os portes e segmentos, que receberão uma visitação estimada em mais de 10 mil compradores nacionais e internacionais, que virão de forma independente ou através de projetos realizados em esforços conjuntos entre Abicalçados, NürnbergMesse Brasil e Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil)”, projeta.

Segundo ele, o fato de a feira ter dobrado de tamanho já na sua segunda edição demonstra o amadurecimento da proposta e o engajamento crescente dos calçadistas brasileiros de todos os portes e polos produtivos. “Temos muitas novas empresas aderindo à BFSHOW”, comemora Ferreira. O grupo de expositores que buscam ter sua primeira experiência na BFSHOW está crescendo, com a aderência de grandes empresas, como Calçados Beira Rio, Grendene, Sugar Shoes e Petite Jolie, e também de médio e pequeno portes como Giulia Domna, Ferricelli, Perlatto, Akazzo, Black Free, entre muitas outras (veja a lista completa abaixo).

### Negócios

Ferreira também destaca o otimismo com relação aos negócios. “O Brasil é reconhecido internacionalmente como um dos maiores fornecedores de calçados de verão, coleção que responde por mais de 70% do total comercializado (mais de 600 milhões dos cerca de 900 milhões de pares produzidos anualmente). Somos referência para o mundo e isso, certamente, será refletido nas vendas durante a BFSHOW”, comenta. Na primeira edição da mostra, em novembro passado, foram comercializados, somente para o exterior, mais de US\$ 65 milhões (R\$ 315 milhões, na cotação da época).

### Localização privilegiada

João Paulo Pico, CEO da NürnbergMesse Brasil, ressalta a importância da localização da segunda edição da BFSHOW. “Realizar o evento em São Paulo, a maior cidade e capital mercantil da América Latina, com todas as facilidades de uma infraestrutura completa com ampla e qualificada rede de restaurantes, bares e opções culturais, favorece a visita de compradores de todo o Brasil e do mundo”, avalia Pico, ressaltando que a cidade está situada em um dos principais centros aeroportuários globais.

O Transamerica Expo Center é um dos mais modernos espaços de exposição da América Latina. Localizado próximo à rede de transporte público de São Paulo, a 12 km do Aeroporto de Congonhas e a 42 km do Aeroporto Internacional de Guarulhos, o Transamerica Expo Center tem, em um raio de 10 km, mais de 7 mil apartamentos disponíveis.

Já estão confirmadas na 2ª edição da BFSHOW as marcas Actvitta, ADG Export, ADRUN, Aéropostale, Akazzo, Alex Senne, Amaia Brasil, Amanda Amaral, Amora Maria, Anatomic Gel, Andacco, Anna Flor, Apogeu, Aramis, Ayura, Ayê, Azaleia, B/Green, Barbie, Batatinha, Bebecê, Beira Rio, Bibi, BKR, Black Free, Blitz, Boaonda, Bottero, Box 200, BR Sport, BTA, By Brava, Byara, Camin, Campesi, Carrano, Cartago, Classe Couro, Colcci, Coca Cola Shoes, Colorê, Comfortflex, Confort Way, Corinthians, Crato, Cravo & Canela, Crep, Cromic, Dakota, Data System, Dem-bas, Democrata, Di Valentini, Diadora, Diversão, Euro Soccer, Ferracini, Ferricelli, Fiocco, Flor Amor, Florence, Fofioro, Freeway, Frizzante, Giovanna Fashion, Giulia Domna, GLK, Gogowear, Grendene Kids, Grendha, Guilhermina, Hello Kitty, Improviso, Ipanema, Itapuã, Izalu, K360, Kidy, Killana, Klin, Kolosh, Kolway, Krisle, La Fitty, Levecomfort, Leveterapia, Lorena Fernandes, LPS, Luma Luz, Lynd, Manchester, Manutt, Marina Carvalho, Mary Jane, Mezzo Punto, Minecraft, Mississippi, Modare Ultraconforto, Moleca, Molekinha, Molekinho, Mormaii, Mr. Dias, Nadia Talita, Nautica, Neske, New Face, One Flip, Opananken Antistress, Ortopasso, Oxn Futebol, Pampili, Pampili Mini, Patrus Transportes, Pegada, Perlatto, Petite Jolie, Piccadilly, Pimpolho, Pink Cats, Plugt, Polo Go, Power Sport, Rainha, Ramarim, Randall, Raquel Dias, Rayon, Rep-Play, Rider, Rubro, Sandili, Savelli, Scatamacchia, Serenix, Serenity, Shelter, Slink Kids, Sophia Almeida, Start Flex, Street, Strike, Sugar Shoes, SVL Footwear, Talita Dias, Tanara, Topper, Torrenezzi, Tree Shoes, Trilha da Lua, Tweenie, Usaflex, Via Marte, Via Uno, Via Vip, Viccini, Villarosa, Villione, Vip Star, Vizzano, Voices, Vorax, Vulcabras, Walk Way, West Coast, Wini Peg, Wirth, World Colors, Zareia e Zaxy.

O credenciamento para visita da 2ª BFSHOW está aberto no site [www.bfshow.com.br](http://www.bfshow.com.br).

### Marque na agenda

#### 2ª BFSHOW

Lançamentos de Primavera/Verão

**Data:** 21 a 23 de maio de 2024

**Local:** Transamerica Expo Center, São Paulo/SP

Mais informações e credenciamento: [www.bfshow.com.br](http://www.bfshow.com.br).

SEMINÁRIO:

# mulheres e negócios internacionais



Celebração de 1 ano  
e dos resultados do  
Compromisso de  
Equidade de Gênero  
da **ApexBrasil**

**18/3, às 14h.**  
Transmissão ao vivo.

Conheça o programa **Mulheres e Negócios Internacionais**, criado pela **Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos** para aumentar a participação de empresas brasileiras lideradas por mulheres nas cadeias globais de valor e nas exportações brasileiras.

Saiba mais sobre casos de sucesso e as novidades do programa para este ano.



Assista ao evento online no canal da Folha no YouTube.



Aponte a câmera do celular ou tablet para o QR code para conhecer e se inscrever de forma gratuita no programa.

Realização:

Estúdio**FOLHA**  **apexBrasil** 

MINISTÉRIO DO  
DESENVOLVIMENTO,  
INDÚSTRIA, COMÉRCIO  
E SERVIÇOS

GOVERNO FEDERAL  
**BRASIL**  
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO



## Sustentabilidade na indústria calçadista é destaque em encontro da ApexBrasil

A sustentabilidade da maior indústria de calçados do Ocidente foi destaque durante o Encontro Nacional da Indústria e Serviços realizado pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) no último dia 5 de março. Na oportunidade, o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, participou do painel “Perspectivas dos Complexos setoriais de Indústria e Serviços no contexto da Nova Política Industrial”. O evento ocorreu na sede da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), em São Paulo/SP, e contou com as presenças do vice-presidente e titular do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) Geraldo Alckmin, do presidente da ApexBrasil Jorge Viana, representantes de entidades e autoridades da indústria.

No encontro, Ferreira destacou que existe um tripé necessário para a ampliação e a qualificação da indústria de calçados no Brasil. O primeiro é a competitividade, com uma indústria que tenha menores custos produtivos; O segundo ponto é a promoção comercial no exterior, que se dá sobretudo com o fortalecimento da ApexBrasil e, conseqüentemente, dos setores apoiados pela agência em iniciativas que visam ao incremento das exportações. Já o terceiro ponto é o desenvolvimento da própria indústria do portão para dentro da fábrica, com melhorias no processo produtivo em direção a uma maior produtividade e à sustentabilidade, conceito que hoje é fundamental como um diferencial de imagem perante o consumidor internacional.

### **Sustentabilidade**

O dirigente calçadista falou também da importância da Nova Indústria Brasil (NIB), lançada recentemente pelo Governo Federal para reindustrializar o Brasil. “Além de auxiliar na industrialização brasileira, por meio do apoio com linhas de crédito, a NIB também estimula a sustentabilidade, prática pela qual o setor calçadista brasileiro é referência internacional”, disse. Segundo ele, uma pesquisa divulgada no Relatório Setorial da Indústria de Calçados do ano passado demonstra que o setor calçadista está caminhando a passos largos para uma produção cada vez mais sustentável. “A pesquisa mostra, por exemplo, que 95% das empresas respondentes possuem um trabalho de destinação ambientalmente adequada dos seus resíduos produtivos; 79% das indústrias executam controle das substâncias restritas; 74% da produção do setor está vinculada a empresas que realizam inventário de emissões de gases; e 62% das indústrias consomem energia elétrica 100% oriunda de fontes renováveis.

Para Ferreira, “certamente, a NIB, com sua meta de reduzir em 30% a emissão de carbono da indústria nacional, terá na indústria calçadista e no Orígem Sustentável parceiros de primeira hora”. Única certificação de ESG para empresas da cadeia produtiva do calçado no mundo, o Orígem Sustentável tem mais de 100 empresas de calçados e componentes certificadas ou em processo de certificação. Juntas, elas respondem por quase metade da produção nacional do setor.

### **BFSHOW**

No final do evento, Ferreira convidou Alckmin e Viana para a próxima edição da BFSHOW, feira de calçados que acontece no Transamerica Expo Center, em São Paulo/SP, nos próximos dias 21 a 23 de maio.

### **O Encontro**

Alinhado com as estratégias da ApexBrasil, o Encontro Nacional da Indústria e Serviços discutiu tendências, oportunidades e perspectivas para o futuro da indústria e dos serviços frente ao mercado externo, contribuindo para a nova industrialização do País, de modo sustentável, com inovação e responsabilidade social.





## Abicalçados assina manifesto contra PL que insiste na reoneração

Não é reprise. A Abicalçados vê com extrema preocupação a persistência do Governo Federal na reoneração da folha de pagamentos para os 17 setores que mais empregam na economia brasileira.

Após intensas discussões, o Governo Federal revogou o trecho da reoneração da folha de pagamentos da Medida Provisória 1.202, assumindo um equívoco político. Na oportunidade, destacou que enviaria o tema via Projeto de Lei (PL) para que voltasse a ser discutido no Congresso Nacional. Para a surpresa das empresas, dois dias depois o Executivo enviou à Casa Legislativa, em caráter de urgência, um PL com a repetição do texto publicado anteriormente na MP.

Diante da insistência do Governo Federal em trazer novamente para a discussão um projeto que já foi duas vezes amplamente aprovado no Congresso Nacional, sendo uma derrubada de veto, a Abicalçados assina manifesto conjunto de entidades que representam os 17 setores que seriam atingidos pela reoneração da folha de pagamentos, destacando a importância da manutenção da política da desoneração para a competitividade da indústria e para a geração de empregos.

[Confira a manifestação.](#)



## Abicalçados discute Remessa Conforme com ministro Haddad

Um encontro organizado pela Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) no último dia 8 de março, trouxe à tona a importância do programa Remessa Conforme e também a urgência de retomar a taxa para remessas internacionais de até US\$ 50 (R\$ 250). Na oportunidade, a Abicalçados, representada pelo seu presidente do Conselho, Caetano Bianco Neto, destacou os efeitos da isenção na indústria nacional, em especial nas produtoras de calçados. O encontro aconteceu no Escritório do Ministério da Fazenda em São Paulo/SP, e contou com a participação do ministro Fernando Haddad, do secretário da Receita Federal Robinson Barreirinhas (remota), do presidente da FIESP, Josué Guimarães e de representantes de sindicatos das indústrias de calçados de São Paulo.

Conforme a Abicalçados, desde agosto passado, quando passou a valer a isenção de impostos para remessas internacionais de até US\$ 50, o mercado de calçados foi “inundado” por produtos asiáticos. “Não somos contrários às importações, mas precisamos de condições de isonomia para concorrer com os calçados estrangeiros. A indústria nacional paga impostos em cascata, que chegam a 120%, enquanto esses produtos pagam apenas o ICMS, de 17%. A indústria brasileira vem perdendo competitividade e o reflexo se dá diretamente na geração de empregos”, alerta Bianco Neto.

### Impacto no emprego

Segundo dados elaborados pela Abicalçados, somente em 2023, o setor perdeu mais de 20 mil empregos. “Caso prossiga a isenção das plataformas internacionais, perdemos mais postos ao longo do ano. A estimativa é de um impacto de 30 mil empregos perdidos nos próximos dois anos”, acrescenta o dirigente, destacando que a perda será resultado de uma queda de cerca de 20% na produção de calçados brasileiros.

### Importância do Programa

Por outro lado, Bianco Neto, destacou a importância do Programa de Conformidade da Receita Federal, o Remessa Conforme, que ajudou a mapear os produtos que entram no Brasil via plataformas internacionais. “Se por um lado, agora sabemos o que está entrando no País, por outro lado também sabemos o tamanho do problema para a indústria nacional, ainda mais com esses produtos isentos de impostos de importação”, frisou o dirigente, destacando que, caso prossiga a isenção, a indústria nacional também deveria ser isenta para poder competir em condições de igualdade com os calçados internacionais. “Nós reconhecemos a importância da implementação do Programa que lançou luz e tornou o debate mais racional. Também teve um efeito positivo sobre a receita dos Estados, já que recuperou ICMS perdido quando não havia esse controle”, avaliou.

### Resposta

Na oportunidade, segundo Bianco Neto, o ministro Haddad se mostrou sensível ao problema enfrentado pela indústria nacional e frisou a importância do Remessa Conforme, destacando que “estão sendo implementados passos para aprimorar o sistema”, deixando o setor esperançoso de uma resolução em curto prazo.

### Entenda

Foi publicada no Diário Oficial da União do dia 30 de junho de 2023 a Portaria MF nº 612/2023, que alterou a Portaria MF nº 156/1999 para modificar as regras de tributação das compras internacionais realizadas por meio de empresas de comércio eletrônico. As novas regras entraram em vigor a partir do dia 1º de agosto de 2023. Uma das alterações é a redução da alíquota do Imposto de Importação para 0% em compras on-line de até US\$ 50, mesmo quando o remetente for pessoa jurídica.



## BFSHOW marca presença na 28ª FENOVA, em Minas Gerais

Em acordo com a estratégia de aproximação com os principais polos calçadistas brasileiros, a BFSHOW desembarcou em Nova Serrana/MG para participar da 28ª edição da Fenova, principal feira de calçados de Minas Gerais. O evento, que aconteceu entre os dias 27 e 29 de fevereiro, no Centro de Convenções da cidade, trouxe tendências para a estação Outono-Inverno de mais de 90 marcas do polo calçadista mineiro.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que o polo calçadista local é um dos principais do Brasil, com quase 800 empresas e mais de 19 mil empregos diretos. “O setor calçadista brasileiro está presente, com força econômica, em mais de 10 estados brasileiros. O polo calçadista de Nova Serrana é um exemplo dessa pujança e certamente o fato refletiu nas negociações durante a feira”, comenta o executivo, ressaltando que o polo mineiro é apoiador da BFSHOW desde a sua concepção.

Também presente na feira, a Head Comercial da NürnbergMesse Brasil, Verônica Botelho, destaca que, na sua primeira edição, o polo de Nova Serrana participou ativamente da BFSHOW. “Estar aqui na Fenova, apoiando o desenvolvimento do polo local, mais do que um reconhecimento é uma forma de agradecer a parceria do Sindinova, sindicato da indústria que promove a feira”, destaca Verônica.

### **BFSHOW**

A segunda edição da BFSHOW já tem mais de 180 marcas confirmadas e acontecerá nos dias 21 a 23 de maio, no Transamerica Expo Center, em São Paulo/SP. O credenciamento está aberto no site [www.bfshow.com.br](http://www.bfshow.com.br).

### **Sindinova**

O Sindicato Intermunicipal das Indústrias de Calçados de Nova Serrana (Sindinova), na qualidade de representante das empresas do Arranjo Produtivo Local de Nova Serrana, é o realizador da Fenova, que conta com a parceria da FIEMG, SEBRAE, FCDL, CDL, Prefeitura de Nova Serrana, Conselho Municipal de Turismo e Sicoob Credinova.



## Indústria calçadista terá novo prazo para adequação à NR-12

Após uma intensa mobilização, a Abicalçados divulgou, no último dia 27 de fevereiro, a publicação da Portaria MTE nº 224 no Diário Oficial da União (DOU). A publicação prevê a extensão do prazo para adequação das máquinas utilizadas na indústria calçadista (NR-12/Anexo X) para o dia 2 de janeiro de 2025.

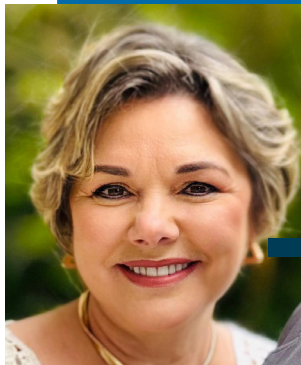
A coordenadora da Assessoria Jurídica da Abicalçados, Suély Mühl, conta que a extensão do prazo traz maior segurança jurídica para as mais de 4 mil indústrias de calçados em todo o País. “Em 2018, quando foi incorporada à Norma Regulamentadora (NR-12) um anexo específico tratando do setor calçadista, foi criado um cronograma para adequação das máquinas que encerrou em abril passado. A partir da pandemia de Covid-19, que além da tragédia humanitária dificultou a ação das empresas, passamos a pleitear a extensão do prazo, o que foi concedido em publicação no DOU”, conta a advogada, ressaltando que, no pleito para a extensão do prazo, a Abicalçados contou com o apoio da Confederação Nacional da Indústria (CNI) dentro da Comissão Tripartite Paritária Permanente

### Entenda

Em abril de 2018, após longas tratativas da Abicalçados, o Ministro do Trabalho assinou a Portaria nº 252, incorporando à NR-12 a nova redação do anexo X, que trata especificamente dos requisitos de segurança no trabalho em máquinas e equipamentos do setor calçadista. A nova redação objetivou a proteção do trabalhador e criou um cronograma de prazos para que o maquinário usado fosse readequado à nova legislação.

Porém, durante o período estabelecido como prazo, o mundo se deparou com uma pandemia de Covid-19, o que impactou diretamente na capacidade das empresas de cumprirem os prazos previstos. Desta forma, a Abicalçados passou a trabalhar pela extensão dos prazos, encerrados em abril do ano passado.

Após intenso trabalho junto ao Governo e Comissão Tripartite, com o apoio especial da CNI, no dia 26 de fevereiro de 2024 foi publicada no DOU a Portaria MTE nº 224, determinando que passam a vigorar a partir de 2 de janeiro de 2025 as disposições da NR-12.



## Desbravando Caminhos: A Jornada Desafiadora da Mulher

**Sílvia Mestriner**

Presidente-executiva do Sindicato das Indústrias de Calçado e Vestuário de Birigui (Sinbi)

Estamos testemunhando uma mudança significativa no cenário profissional, onde as mulheres estão ocupando cada vez mais espaços em áreas que antes eram predominantemente masculinas. Historicamente, as mulheres têm desempenhado papéis essenciais na área educacional e social, mas, nas últimas décadas, temos visto uma expansão de suas áreas de atuação.

As mulheres estão conquistando, cada vez mais, espaço no mundo corporativo, ocupando cargos de liderança, empreendendo seus próprios negócios e influenciando as políticas e práticas empresariais. Elas estão se destacando em áreas como tecnologia, finanças, ciência, engenharia e muitas outras, desafiando estereótipos de gênero e contribuindo para a diversidade e o crescimento econômico.

Hoje, vemos, de forma ainda tímida, o avanço feminino no setor calçadista, mas temos brilhantes casos em nosso setor. Mulheres escrevendo histórias e deixando um belíssimo legado. Acompanho o dia a dia dessa evolução no polo de Birigui, quer seja na composição do Conselho Diretor do Sindicato, nas reuniões com as lideranças, na direção de empresas etc.

Atuando à frente da entidade (Sinbi), sinto-me valorizada e respeitada pelos empresários, parceiros, autoridades e pelo universo feminino, em qualquer situação que esteja representando nosso polo calçadista. Penso que todo profissional, independentemente do sexo, é fundamental ter a clareza do seu propósito e ser apaixonado pelo que faz, mantendo-se conectado e buscando constantes melhorias. Sinto-me orgulhosa da trajetória profissional que fiz. Já atuei em vários setores no segmento do calçado, bem como na administração pública, e esse conhecimento em muito contribui na gestão do Sinbi. Nossa equipe interna é formada exclusivamente por mulheres que, antes de tudo, são mães, esposas, e brilhantes profissionais, realizando projetos fantásticos, contribuindo para o engrandecimento de nosso segmento.

É claro que, apesar dos avanços conquistados ao longo dos anos, ainda existem desafios significativos que as mulheres enfrentam, em especial no ambiente corporativo. Contudo, é inegável que as mulheres trazem uma perspectiva única e valiosa para as organizações. Sua capacidade de pensar de forma criativa, resolver problemas de maneira colaborativa, comunicar-se de forma eficaz, habilidade em liderança, demonstrando empatia, resiliência e capacidade de inspirar e motivar suas equipes, são características que enriquecem a diversidade e a tomada de decisões nas empresas.

É importante celebrar e apoiar essa expansão dos horizontes profissionais das mulheres, pois isso não só promove a igualdade de oportunidades, como, também, enriquece as organizações ao impulsionar o progresso econômico e social como um todo. Ao reconhecer e valorizar as contribuições das mulheres em todos os campos, estamos construindo um mundo mais justo, inclusivo e próspero para as gerações presentes e futuras.



## Coalizão Indústria apresenta pautas para o MDIC

A Coalizão Indústria, grupo formado por 15 entidades que representam a indústria nacional, entre elas a Abicalçados, esteve, no último dia 20 de fevereiro, em reunião com o secretário-executivo do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), Márcio Elias Rosa. No encontro, representantes do setor detalharam as principais pautas da atividade com o objetivo de incrementar a competitividade nos cenários nacional e internacional.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destacou que o encontro ajudou o setor a explanar suas dificuldades nesse início de ano, em que ainda se espera um crescimento de cerca de 2% na produção de calçados (para mais de 900 milhões de pares). “Mas, para que isso ocorra, precisamos de previsibilidade, segurança e concorrência leal, com a manutenção da desoneração da folha de pagamentos para os setores econômicos que mais empregam e a retomada da taxação das plataformas digitais internacionais, que desde agosto passado estão isentas de impostos e provocando uma concorrência predatória com a indústria nacional”, disse.

Segundo Ferreira, a desoneração da folha de pagamentos, ainda em discussão entre o Congresso Nacional e o Governo Federal, será fundamental para o crescimento e a manutenção de empregos em um momento de muita instabilidade, especialmente no cenário internacional. Já o retorno dos impostos de importação para as plataformas de *cross-border* será fundamental para que a indústria calçadista possa concorrer em par de igualdade com os gigantes asiáticos, os grandes beneficiários da política de isenção para remessas internacionais de até US\$ 50 (R\$ 250).

### Coalizão

A Coalizão Indústria foi organizada em 2018 para discutir os assuntos relevantes à indústria nacional. Ela reúne representantes de 15 setores produtivos, que juntos equivalem a 45% do Produto Interno Bruto da indústria brasileira (R\$ 485 bilhões); 65% das exportações manufatureiras (R\$ 167 bilhões); 30 milhões de empregos diretos e indiretos; e contribuem com R\$ 250 bilhões em pagamento de impostos. Integram a Coalizão a Abicalçados, a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea), a Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos (Abrinq), a Associação da Indústria Farmacêutica de Pesquisa Interfarma, a Associação de Comércio Exterior do Brasil (AEB), a Associação Brasileira Indústria Elétrica Eletrônica (ABINEE), a Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (Abimaq), a Associação Brasileira da Indústria do Plástico (Abiplast), a Associação Brasileira da Indústria Química (Abiquim), a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit), a Associação Brasileira de Cimento Portland (ABCP), a Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos (Eletros), a Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC) e o Instituto Aço Brasil e o Grupo FarmaBrasil (FarmaBrasil).



## Marluvas recebe certificação de sustentabilidade

O último dia 28 de fevereiro foi de celebração na Marluvas, indústria de calçados profissionais e de segurança de Dorés de Campos/MG. Nesta data, a empresa recebeu o presidente do Conselho e o presidente-executivo da Abicalçados, Caetano Bianco Neto e Haroldo Ferreira, respectivamente, para a entrega da certificação do Origem Sustentável no nível Prata (mais de 40% dos indicadores do programa atingidos). Com uma produção de aproximadamente 50 mil pares de calçados por dia, a empresa mineira vem investindo na utilização de matérias-primas sustentáveis e na eficiência do processo produtivo. A empresa havia sido certificada em janeiro, mas a entrega ocorreu agora, durante visita dos dirigentes da Abicalçados.

O líder de ESG da Marluvas, Emerson Leão, destaca que a empresa, desde sua fundação, em 1972, tem como missão a sustentabilidade, não somente econômica, mas também ambiental e social. “A proteção está em nosso DNA e sabemos que ela só é completa quando preservado o ambiente em que vivemos. Por isso, investimos em soluções verdes, realizamos compensação ambiental e racionalizamos os recursos utilizados na produção”, comenta.

Leão conta que a Marluvas tem buscado matérias-primas sustentáveis e já oferece ao mercado produtos com forração oriunda de garrafa *pet*, por exemplo. “Para cada par de calçado, uma garrafa *pet* é reciclada, transformada em fibras e devolvida à sociedade num novo produto. As linhas de calçados TXT e Nexus já recebem esse tipo de forração”, conta o profissional, ressaltando que a garrafa também está presente no contraforte da maior parte dos produtos e em mantas utilizadas na linha Premier.

A Marluvas vem investindo em processos mais eficientes e que garantam o aproveitamento máximo da matéria-prima, com destaque para o reaproveitamento de quase 100% do poliuretano (PU) e 100% do PVC utilizado na base na produção do solado. Quando o assunto é reaproveitamento de insumos, a empresa também compartilha boas práticas: as aparas de couro dos sapatos são co-processadas e viram insumos para fornos de clínquer - *blend* utilizado para o aumento da temperatura dos fornos de cimenteiras -, sendo as cinzas incorporadas no próprio cimento. Já os recortes de espumas passam a compor estofados e as caixas de papelão que seriam descartadas são recolhidas por empresas de reciclagem.

### Cultura

Leão ressalta, ainda, a cultura de sustentabilidade que a empresa cria oficialmente desde o ano de 2004, quando nasceu o Programa de Coleta Seletiva. Na época, a Marluvas adotou o uso consciente de energia elétrica, com a substituição de todas as lâmpadas por *led*; o tratamento do esgoto gerado; a arborização das suas unidades fabris; a instalação de lixeiras no centro das cidades em que está inserida; e um programa de educação ambiental para colaboradores e estudantes.

### 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 [www.origemsustentavel.org.br](http://www.origemsustentavel.org.br).

## ApexBrasil quer ampliar participação feminina nas empresas exportadoras



Criada em 1997 com o objetivo de apoiar as exportações brasileiras, a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) tem um papel fundamental para a indústria. Neste Abinforma especial em homenagem às mulheres, nada mais justo do que conversar com uma das principais lideranças da entidade, a diretora de negócios Ana Repezza. Na entrevista, a executiva cita os avanços e os desafios para uma maior inserção de lideranças femininas na sociedade brasileira.

---

### **Abinforma: Qual sua formação e quando aceitou o desafio da diretoria da ApexBrasil?**

**Ana Repezza:** Minha formação acadêmica é em Administração na UFMG, e mais tarde realizei um MBA em Gestão de Comércio Exterior e Negócios Internacionais, pela FGV, seguido por um mestrado focado em Gestão Internacional da Sustentabilidade pela Universidade de Londres. Na ApexBrasil, desempenhei diversos papéis de liderança ao longo dos anos. Passei por cargos como Coordenadora de Inteligência de Mercado, Coordenadora de Relações com Parceiros, Gerente Geral de Negócios, Gerente de Facilitação de Negócios e Gerente de Estratégia de Mercados. Essa experiência proporcionou uma compreensão abrangente dos desafios e oportunidades no cenário internacional. Em 2023 recebi o convite do presidente Jorge Viana para atuar no cargo de diretora de negócios.

### **Abinforma: Como avalia o atual mercado de trabalho para as mulheres no Brasil, especialmente em cargos diretivos? Estamos avançando?**

**Ana:** Sabemos que as mulheres representam fatia crescente do empresariado no Brasil: em 2022, chegou-se ao recorde de mais de 10 milhões de donas de negócios no País. Esse volume, entretanto, ainda representa um terço do total. Segundo dados da FIA Business School, em 2023, as mulheres ocupavam 38% dos cargos de liderança nas maiores empresas brasileiras. Contudo, quando falamos de C-level, que são as posições de alta diretoria, a porcentagem cai para 28%. Ainda estamos longe da equidade, mas a tendência tem sido de reconhecimento por parte do mundo corporativo do potencial de incluir mais lideranças femininas nos seus corpos diretivos. Além de socialmente impactante, a inclusão da diversidade nas empresas é lucrativa. Diversos índices já demonstram que as firmas mais diversas são mais bem-sucedidas em diferentes aspectos.

*“Ainda estamos longe da equidade, mas a tendência tem sido de reconhecimento por parte do mundo corporativo do potencial de incluir mais lideranças femininas nos seus corpos diretivos”*



**Abinforma: Quanto evoluímos e quanto precisamos evoluir para alcançar a equidade de gênero, não somente em termos de empregabilidade e cargos de lideranças, mas também em termos salariais?**

**Ana:** Estamos evoluindo nessa trajetória rumo à igualdade, mas ainda temos um longo caminho a trilhar. No que tange ao comércio exterior, a participação das mulheres ainda é muito tímida. Por isso, a ApexBrasil tem intensificado esforços para promover uma cultura de equidade de gênero, por meio do nosso Programa Mulheres e Negócios Internacionais. Afinal, os empreendimentos que exportam protegem-se de crises no mercado doméstico, obtêm mais lucros, pagam maiores salários e crescem com mais dinamismo do que os não exportadores. E quando mais mulheres participam desse processo, o círculo se torna ainda mais virtuoso, já que quanto maior a renda delas, maior o investimento em saúde e educação nas suas comunidades. Ou seja, a participação de mais lideranças femininas na exportação representa um vetor valioso de desenvolvimento nacional.

**Abinforma: Quais são os principais desafios para que as mulheres galguem mais espaços no mercado, em especial em cargos diretivos?**

**Ana:** Os desafios incluem a persistência de estereótipos de gênero e falta de oportunidades iguais. A questão da distribuição ainda desequilibrada dos trabalhos domésticos e a sobrecarga com atividades de cuidado certamente contribuem para manter muitas mulheres longe de posições de maior destaque no mercado de trabalho. Além disso, crenças limitantes e os vieses inconscientes têm um impacto muitas vezes imperceptível, mas com consequências muito palpáveis no mercado de trabalho. Para mudar essa realidade, precisamos criar redes de apoio que permitam que as mulheres confiem nos seus potenciais.

*“[...] crenças limitantes e os vieses inconscientes têm um impacto muitas vezes imperceptível, mas com consequências muito palpáveis no mercado de trabalho”*

**Abinforma: No seu dia a dia, na Agência, como é a relação com os demais colaboradores?**

**Ana:** No meu dia a dia na Agência, busco promover uma relação colaborativa e inclusiva com os demais colaboradores. A ideia de criar o Programa Mulheres e Negócios Internacionais surgiu justamente quando percebi, logo ao retornar para a ApexBrasil em janeiro 2023, que eu teria o privilégio de trabalhar com oito mulheres dentre os dez gerentes da minha área. No total, as lideranças femininas na Agência ultrapassavam 40%. Frente a essa realidade, entendi que esse ciclo precisava ser institucionalizado; que era nosso dever extrapolar nossas conquistas individuais para estruturar um plano que oferecesse oportunidades a mais mulheres. A celebração do Compromisso de Equidade de Gênero da ApexBrasil destacou o engajamento de toda a equipe com essa causa, reforçando a importância de construirmos juntos uma cultura organizacional que valorize a diversidade e a igualdade. A transformação que buscamos não se limita à criação de atividades exclusivas para mulheres. Nosso intuito é desenvolver uma nova cultura, em que a busca pela paridade de gênero seja incorporada como pressuposto em todas as atividades da Agência.

*“No total, as lideranças femininas na Agência ultrapassavam 40%. Frente a essa realidade, entendi que esse ciclo precisava ser institucionalizado; que era nosso dever extrapolar nossas conquistas individuais para estruturar um plano que oferecesse oportunidades a mais mulheres.”*

**Abinforma: O que a ApexBrasil tem feito para trabalhar a promoção de uma cultura de equidade de gênero no comércio exterior?**

**Ana:** Atualmente, as mulheres são sócias majoritárias de apenas 14% das empresas brasileiras exportadoras. Frente a essa realidade, em março de 2023, a ApexBrasil estabeleceu seu compromisso com a equidade de gênero e se comprometeu com o desenvolvimento de um programa voltado para mulheres que atuam ou querem atuar no mercado internacional. Assim, em junho, lançamos oficialmente o Programa Mulheres e Negócios Internacionais (MNI), cujo objetivo é reunir diversas entidades parceiras no esforço de ampliar a participação de empresas brasileiras lideradas por mulheres nas exportações, na internacionalização e na atração de investimentos. Empresárias de todos os setores, sócias ou em posições executivas, interessadas em expandir-se no mercado internacional, estão convidadas a participar. Nos seis primeiros meses de implementação do Programa, os resultados já são visíveis. Os atendimentos da ApexBrasil a empresas lideradas por mulheres aumentaram 32%, passando de 2.161, em 2022, para 2.883, em 2023. No total, quase 700 novas empresas com liderança feminina foram apoiadas pela Agência no último ano, as quais participaram diretamente de mais de 30 ações realizadas no âmbito do Programa.

*“Nos seis primeiros meses de implementação do Programa (MNI), os resultados já são visíveis. Os atendimentos da ApexBrasil a empresas lideradas por mulheres aumentaram 32%, passando de 2.161, em 2022, para 2.883, em 2023”*

**Abinforma: Existem novos projetos em andamento? Quais poderias destacar?**

**Ana:** Com relação ao programa Mulheres e Negócios Internacionais, entre as ações realizadas em 2023, estão atividades de mentoria e workshops, rodadas de negócios, seminários e sessões de *networking* para empresas lideradas por mulheres, entre outras. Para este ano, estão sendo planejadas novas edições das iniciativas ocorridas em 2023, além de novidades, como: lançamento de cursos virtuais, comunidade digital, podcast, premiações, vitrine digital e física itinerante nos escritórios da ApexBrasil no País e no exterior, catálogo de produtos e serviços, chamada de estudos e pesquisas, sempre com foco em empresas lideradas por mulheres, é claro.

**Abinforma: Deixe uma mensagem para as mulheres brasileiras, tanto as que estão iniciando quanto as que já possuem experiência no mercado.**

**Ana:** O Brasil é um dos países mais empreendedores do mundo, e a taxa de participação de mulheres empresárias tem crescido. O nosso desafio é qualificar essas mulheres, tanto as capacitando em questões técnicas como as auxiliando na superação de crenças limitantes e vieses inconscientes. Conhecer a experiência de empresárias bem-sucedidas é fundamental para as que estão trilhando a mesma trajetória ou têm interesse em trilhar. Para empreendedoras, eu gosto de enfatizar: não tenham medo de contar a trajetória de vocês nas negociações, porque é justamente isso que vai fazer a diferença. A construção da marca e do produto de vocês tem valor no mercado internacional. Cada empresa vai ter sua trajetória, mas as histórias de vocês valem muito. Não tem ninguém mais dona da história de vocês do que vocês mesmas.

## Setor coureiro-calçadista apresenta novidades na Fimec



Diego Soares/Fimec

A Fenac recebe milhares de visitantes durante a 47ª Fimec (Feira Internacional de Couros, Produtos Químicos, Componentes, Máquinas e Equipamentos para Calçados e Curtumes). De 12 a 14 de março, os pavilhões do centro de eventos, em Novo Hamburgo/RS, reúnem novidades e tecnologias do cluster coureiro-calçadista em uma área de exposição de 14 mil m<sup>2</sup>. Reconhecida como a maior feira do setor na América Latina, a Fimec apresenta soluções da produção à logística, incluindo couros e peles, produtos químicos, componentes, máquinas, tecnologia e inovação.

Com cerca de 400 expositores no total, a Fimec 2024 reúne indústrias de todo o Brasil e 80 empresas estrangeiras vindas da China, Japão, Argentina, Itália, França, Alemanha, Inglaterra e Peru.

O credenciamento é gratuito pelo site [www.fimec.com.br](http://www.fimec.com.br).

## Grupo Mulheres Mais terá workshop sobre regulação emocional

O Grupo Mulheres Mais, realizado em conjunto Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal), Abicalçados, Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit), Associação Brasileira das Indústrias de Mobiliário (Abimóvel), Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil (CICB) e Associação Brasileira das Indústrias de Máquinas e Equipamentos para os Setores do Couro, Calçados e Afins (Abrameq) e apoio da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), está com inscrições abertas para a sua primeira ação em 2024. Será o workshop “Regulação emocional e conversas difíceis”, às 10 horas do dia 9 de abril. Desde 2023, o grupo vem se reunindo para desenhar ações que visam incentivar e apoiar profissional e emocionalmente mulheres no mundo corporativo.

Ministrado no formato on-line pela psicóloga, Mestre e Doutora em Psicologia Renata Ross, o workshop terá como subtemas a ativação emocional e as narrativas; o propósito da conversa, como não perder o foco?; e o papel dos valores na mudança de comportamento. Inscrições gratuitas no [link](#).



## Feira italiana gera mais de US\$ 31 milhões para exportações de calçados

Encerrando a temporada de vendas das coleções de Inverno, a feira italiana Micam Milano reafirmou sua posição como uma exposição de alcance global. Entre os dias 18 a 21 de fevereiro, em Milão, as 76 marcas brasileiras receberam compradores de mais de 90 países. No total, foram mais de US\$ 31,7 milhões em negócios, entre efetivados *in loco* e alinhavados. A participação do Brasil foi promovida pelo Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações de calçados mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil).

Ao longo dos quatro dias da mostra, foram realizados mais de 1 mil contatos com compradores de todos os continentes. “Os resultados da Micam Milano foram positivos dentro do contexto de uma edição de Inverno. Grande parte das marcas reportaram contato com novos clientes, o que representa a importância do evento não somente para a manutenção, mas também para a prospecção e posicionamento das marcas no mercado internacional”, avalia Paola Pontin, analista de Promoção Comercial da Abicalçados.

### Expositores

Para Leandro Moscardini, gerente de exportação da Opananken (Franca/SP), a feira proporcionou à empresa trabalhar na manutenção dos negócios, além de abrir novos clientes e mercados. “Durante a Micam abrimos os mercados dos Estados Unidos, Cingapura, Romênia, Chile, Panamá e um novo cliente no Japão. Fizemos um trabalho intenso antes da Micam Milano, contatando compradores de países como Índia, Cingapura, Alemanha, Israel, Kuwait e Emirados Árabes Unidos, e todos eles vieram. Então, a feira foi uma surpresa positiva em termos de novos novos contatos e dentro do esperado na agenda que tínhamos programado”, contou Moscardini.

Resultados positivos também foram contabilizados na Voices Culture (Farrroupilha/RS), empresa que participou pela quarta vez da mostra italiana. De acordo com a gerente de exportação Nathália Schneider, a qualificação dos compradores que visitaram o estande chamou a atenção. “Tivemos boas negociações, conseguimos abrir clientes e mercados que ainda não trabalhamos, bem como ampliamos a nossa distribuição na Europa. Então, mesmo apresentando a coleção de Inverno, foi bem positiva a nossa participação e superou as expectativas”, destacou a gerente da Voices Culture, marca brasileira que iniciou seus negócios no mercado internacional e foi lançada no Brasil durante a BFSHOW, em novembro.

Em sua primeira participação na Micam Milano, as marcas By Cool, 365 Soft e Solis Brasil saíram com a sensação de dever cumprido. “Estávamos há algum tempo avaliando a participação na Micam Milano por ser uma porta de entrada para Europa. Então nos preparamos para atender o mercado, adaptamos produtos, fizemos amostras com foco nos compradores europeus e tivemos uma aceitação muito boa, especialmente da marca 365 Soft pelo conforto, forro e palmilha de couro”, ressaltou Schirley Sá, gerente de exportação das marcas produzidas em São João Batista (SC). Nos quatro dias da mostra, o grupo iniciou negociações com novos clientes e conseguiu efetivar vendas *in loco*.

Participaram da Micam Milano, com o apoio do Brazilian Footwear, as marcas Dotz, Cartago, Cecconello, Degalls, Grendene, Grendha, Guilhermina, Ipanema, Luiza Barcelos, Luz da Lua, Rider, Santa Lolla, Satryani, Vicenza, Werner, Zaxy, 365 Soft, Activitta, Adrun, Andacco, Beira Rio, BR Sport, By Cool, Campesi, Capelli Rossi, Carrano, Comfortflex, Cristófoli, Dakota, Jorge Bischoff, Kolosh, Kolway, LigthGel, Loucos & Santos, Madeira Brasil, Maithê, Mississipi, Modare Ultraconforto, Moleca, Molekinha, Molequinho, Perlatto, Petite Jolie, Pink Cats, Ramarim, Ramony, Solis Brasil, Tabita, Usaflex, Verofatto, Villione, Vizzano, Voices Culture, West Coast, Wirth, Anatomic Prime, Anatomic Shoes, Archetti, Democrata, Ferracini, Ferricelli, Jota Pe, Levecomfort, Leveterapia, Moema, Opananken Antitensor, Pegada, Piccadilly, Savelli, Andine, Eléia, Killana, Stéphanie Classic, Valentina e Variettá. A próxima edição da feira ocorre de 15 a 18 de setembro.



## Circuito de feiras nos Estados Unidos deve gerar US\$ 4,7 milhões para calçadistas

O circuito de feiras nos Estados Unidos, realizado por meio do Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações de calçados mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), deve gerar mais de US\$ 4,7 milhões para 26 marcas apoiadas. O valor está em relatório da Abicalçados e contempla a participação nas feiras Magic Las Vegas (13 a 15 de fevereiro), Atlanta Shoe Market (17 e 19 de fevereiro) e Magic NY (20 e 22 de fevereiro).

Nas feiras Magic Las Vegas e Magic NY foram feitos 206 contatos, sendo 186 deles inéditos, e gerados US\$ 706 mil com vendas in loco. Com as vendas que ficaram alinhavadas nos eventos, a expectativa de negócios ultrapassa US\$ 2,8 milhões. Uma das empresas satisfeitas com a participação na Magic Las Vegas é a Klin. “Participar da feira foi uma experiência incrível. Na oportunidade, pudemos nos conectar com profissionais de todo o mundo e compartilhar produtos e experiências no maior mercado de calçados do mundo. Realizamos novos e importantes contatos que certamente gerarão novos negócios para a empresa”, destaca Camila Chamoun, gerente internacional da empresa. Além da Klin, participaram da Magic Las Vegas as marcas Actvitta, Beira Rio, BR Sport, Carrano, Cartago, Cristina Sabatini New York, Ipanema, Lavish by Trica Milaneze, Melissa, Modare Ultraconforto, Moleca, Molekinha, Molequinho, Vizzano e We R Brand. Já na Magic NY o Brasil foi representado pela marca Carrano.

A terceira participação nacional aconteceu na Atlanta Shoe Market, onde foram realizados 208 contatos, sendo 86 deles inéditos. Na oportunidade, foram gerados US\$ 571,7 mil, valor que ultrapassa US\$ 1,8 milhão se somadas as expectativas com negócios que ficaram alinhavados no evento. “Atlanta superou nossas expectativas. O nosso espaço ficou incrível e conseguimos abrir novos clientes nos Estados Unidos e na América Central”, avalia o gerente Financeiro e de Logística da Cocco Miami, Paulo Rech Filho. Participando pela primeira vez da feira norte-americana, a Itapuã destaca a importância do mercado local para a estratégia internacional da empresa. “A Atlanta Shoe Market é uma das feiras que mais cresce nos Estados Unidos e, dentro da nossa estratégia, era importante estarmos aqui. Tivemos ótimos contatos e fechamos negócios na feira”, comenta o gerente de exportação da empresa, Charles Werb. Além da Cocco Miami e Itapuã, participaram da feira de Atlanta as marcas Actvitta, Beira Rio, Bottero, BR Sport, Carrano, Cartago Kids, Cartago, Cocco New York, Ipanema Kids, Ipanema, Melissa, Mini Melissa, Modare Ultraconforto, Moleca, Molekinha, Molequinho, New Face, Pegada, Quick Shoes, Schutz, Usaflex, Vicenza e Vizzano.

### **Mercado**

Principal mercado para as exportações brasileiras de calçados, os Estados Unidos são considerados estratégicos para o Brazilian Footwear. No ano passado, os Estados Unidos importaram quase 2,5 bilhões de pares, com um crescimento de mais de 3% no pós-pandemia. Muitas dessas importações, no entanto, são da Ásia. A frequente participação nas feiras locais, mais do que negócios, tem o objetivo de criar uma conexão com aquele mercado, posicionando o Brasil como fornecedor internacional de calçados de qualidade e produzidos em acordo com o conceito de ESG, este último um diferencial importante em relação à produção asiática.



## Mocassim: um *best seller* com o DNA do Brasil

A indústria calçadista brasileira tem o design como um dos grandes diferenciais reconhecidos pelo mercado ao longo de mais de 130 anos de história. Nestas mais de 13 décadas de história, as empresas já lançaram muitos modelos que se tornaram verdadeiros *best sellers* no mercado. E o mocassim é um ícone da Savelli, marca fundada em 2005 no polo calçadista de Franca (São Paulo). Os diferenciais da produção deste modelo ilustram o terceiro episódio da série do Brazilian Footwear “*It’s time for Brazilian production*”. A iniciativa do programa de apoio às exportações de calçados mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) tem o objetivo de apresentar as diferentes etapas de produção dos calçados.

Na Savelli, a fabricação deste tradicional modelo masculino passa por diferentes etapas que também carregam o DNA do calçado brasileiro. Presente em 52 países dos cinco continentes, a marca oferece ao mercado 30 linhas de calçados, entre masculinos e femininos. “Temos um formato que contribui muito para o negócio do cliente. Ao desenvolver um produto, optamos por criar e desenvolver desde o solado até o cabedal. Nós nos preocupamos em investir no desenvolvimento e é isso que vai trazer a diferença. Temos um desenvolvimento exclusivo porque buscamos que o produto seja muito nosso, com as características que distinguem a Savelli no mercado”, afirma o diretor da Savelli, Marcel Mendes.

Respeitando a cultura de cada país, a empresa atua no exterior tanto com o fortalecimento da sua marca própria quanto com o modelo de *private label* (marca do cliente). E dentro da estratégia de desenvolvimento exclusivo, a Savelli lança, em média, de quatro a seis desenvolvimentos de novos produtos por ano. “No modelo de *private label*, nós invertemos a lógica de mercado, vendemos sempre os modelos já desenvolvidos pela Savelli, entregando ao cliente as tendências de mercado em um produto carregado de informação de moda e design. Claro que as demandas

dos clientes são analisadas dentro do que é possível na estrutura do modelo para, então, fazermos, se possível, as adaptações solicitadas”, complementa.

Ao desenvolver um novo produto, três itens são fundamentais: alto padrão, design moderno e tecnologia de conforto. E quando se fala de alto padrão, esse quesito vai muito além de um visual sofisticado. Está relacionado às matérias-primas selecionadas para a fabricação do calçado. “Ao desenvolver um produto novo, isso é mínimo. Buscamos sempre materiais nobres, fornecedores com uma boa qualidade. Por exemplo, com relação ao couro utilizamos sempre a melhor pele que tiver e exploramos o couro mais liso. Já a sola de borracha, é desenvolvida com uma borracha pura, na sua melhor composição”, enfatiza Mendes, ao dizer que 100% dos fornecedores da Savelli são empresas brasileiras, a maioria da região de Franca. “O parceiro também cresceu junto e por estarem aqui perto da fábrica conseguimos ter o controle de ponta a ponta de todos os insumos utilizados na fabricação do calçado.”

### **Manualidade como um dos diferenciais**

Nas etapas de produção do mocassim, um grande diferencial da marca, a manualidade, é valorizada. O cabedal deste modelo é todo costurado a mão, o que exige muita atenção aos detalhes por parte dos 150 colaboradores da empresa. “Apesar de todo o avanço tecnológico que a indústria vem recebendo, alguns modelos são feitos à mão, o que é extremamente valorizado por nós. Esse é um legado que foi passado ao longo dos anos pelo meu pai e fundador da empresa e toda essa expertise da costura fez com que o mocassim se tornasse um *best seller* da marca”, pontua Mendes, ao dizer que outra etapa marcada pela manualidade dentro da empresa é o acabamento de forma artesanal. “Cada tipo, modelo de calçado tem uma orientação diferente e as pessoas responsáveis por essa área já sabem disso. É nesse momento que damos a ‘cara final’ para o calçado. É o que realmente transforma ele e salienta o DNA forte da Savelli.”

Na fábrica localizada em Franca são produzidos aproximadamente 1.000 pares de calçados por dia, que podem ser encontrados nas lojas de todos os continentes. Mendes comenta ainda que o trabalho com a exportação trouxe muitos aprendizados e ajudou a melhorar processos e produtos. “Sabemos que, apesar de existir uma facilitação da internacionalização, o Brasil tem uma expertise por toda a tradição da nossa indústria. Quando vendemos um produto, não estamos fazendo apenas um pedido, fazemos um serviço completo até ele chegar no destino final. A Savelli tem uma responsabilidade em todas as pontas e todos esses diferenciais entregam a nossa proposta de valor. Usando os melhores recursos, levamos as características do calçado brasileiro para o mundo”, finaliza.

O terceiro episódio da série do Brazilian Footwear “*It’s time for Brazilian production*” está disponível nas redes sociais. Ele também pode ser assistido pelo [link](#).





## Exportações de calçados começam ano em queda

O primeiro bimestre de 2024 trouxe dados preocupantes para a indústria calçadista brasileira. Dados elaborados pela Abicalçados apontam que, nos primeiros dois meses do ano, as exportações somaram 18,38 milhões de pares e US\$ 169,66 milhões, quedas tanto em volume (-31,3%) quanto em receita (-22,8%) em relação ao mesmo período do ano passado. Recortando apenas o mês de fevereiro, as quedas também ocorreram, de 33,4% em volume e de 22,5% em receita na relação com o mês correspondente de 2023.

Considerado o pior resultado para o bimestre em toda a série histórica, iniciada em 1997, o registro acendeu a luz de alerta para o setor calçadista brasileiro. “Existem instabilidades e processos inflacionários graves nos principais mercados do mundo. É claro que tem impacto. Mas penso que o impacto maior está sendo o retorno de uma China mais agressiva ao mercado, tirando espaços dos seus concorrentes internacionais, principalmente na América Latina”, comenta Ferreira, ressaltando que a América Latina absorve mais de 50% das exportações brasileiras de calçados.

Outro país que contribuiu negativamente para a performance nesse primeiro bimestre foi a Argentina, uma vez que os Estados Unidos, principal destino internacional do calçado brasileiro, vem apresentando quedas cada vez menos significativas. “A Argentina apresentou, no ano passado, dois semestres consecutivos de elevação na taxa de pobreza, alcançando mais de 40% da população. O impacto da crise argentina é sentida fortemente pelos calçadistas brasileiros”, avalia.

### Destinos

O principal destino do calçado brasileiro no primeiro bimestre foram os Estados Unidos, para onde foram embarcados 1,9 milhão de pares por US\$ 38,9 milhões, quedas de 10,4% e 3,7%, respectivamente, ante o mesmo período do ano passado.

Passando por uma grave crise econômica interna, a Argentina foi o segundo destino do calçado brasileiro nos primeiros meses do ano. Para lá, foram embarcados 1,18 milhão de pares por US\$ 24,75 milhões, quedas tanto em volume (-29,9%) quanto em receita (-17,8%) em relação ao mesmo íterim de 2023.

No terceiro lugar do ranking de destinos aparece a Espanha, para onde, no bimestre, foram embarcados 2,93 milhões de pares por US\$ 8,88 milhões, quedas de 33,4% e 36,2%, respectivamente, no comparativo com o mesmo intervalo do ano passado.

### Nem tudo é trágico

Por outro lado, Ferreira destaca que com o processo de desaceleração da inflação mundial e manutenção de taxas positivas de crescimento econômico em mercados como Estados Unidos e Europa, as exportações brasileiras devem apresentar um melhor desempenho no segundo semestre do ano. A estimativa é, no entanto, que se encerre 2024 com números menores dos que os registrados no ano passado.

### Exportações

#### PRINCIPAIS ORIGENS

Três primeiros estados do ranking e o total do período

#### CE CEARÁ

JAN - FEV 2023: 10,56 milhões de pares  
JAN - FEV 2024: 6,73 milhões de pares

**VARIAÇÃO: -36,3%**

#### RS RIO GRANDE DO SUL

JAN - FEV 2023: 5,78 milhões de pares  
JAN - FEV 2024: 5,67 milhões de pares

**VARIAÇÃO: -2,0%**

#### PB PARAÍBA

JAN - FEV 2023: 5,18 milhões de pares  
JAN - FEV 2024: 3,48 milhões de pares

**VARIAÇÃO: -32,7%**

#### TOTAL

JAN - FEV 2023: 26,77 milhões de pares

JAN - FEV 2024: 18,38 milhões de pares

**VARIAÇÃO: -31,3%**

### Importações

#### PRINCIPAIS ORIGENS

Três primeiros estados do ranking e o total do período

#### China

JAN - FEV 2023: 4,32 milhões de pares  
JAN - FEV 2024: 2,75 milhões de pares

**VARIAÇÃO: -36,2%**

#### Vietnã

JAN - FEV 2023: 1,91 milhão de pares  
JAN - FEV 2024: 2,01 milhões de pares

**VARIAÇÃO: 5,1%**

#### Indonésia

JAN - FEV 2023: 750 mil pares  
JAN - FEV 2024: 1,00 milhão de pares

**VARIAÇÃO: 34,3%**

#### TOTAL

JAN - FEV 2023: 7,62 milhões de pares






JAN - FEV 2024: 6,93 milhões de pares

**VARIAÇÃO: -9,1%**

Março 2024 | Nº 382 | Ano 34

# Abinforma

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

 abicalcados  
 abicalcadosoficial  
 abicalcados  
 company/abicalcados  
 abicalcados



[www.abicalcados.com.br](http://www.abicalcados.com.br)