

Abinforma

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados



ESPECIAL

Indústria calçadista avança com a utilização de materiais alternativos

Leia também:

Origem Sustentável chega a 100 empresas participantes

13

BFSHOW deve confirmar perspectiva positiva do setor calçadista

15

Brazilian Footwear lança produções da campanha 2024/2

29



Materiais Alternativos: inovação com sustentabilidade e economia

Haroldo Ferreira

Presidente-executivo da Abicalçados

Puxado por uma demanda de um consumidor mais consciente e atento, a indústria calçadista vem utilizando mais materiais alternativos na construção de seus produtos. Mesmo que, por questões de escala, neste primeiro momento o calçado possa ser menos competitivo em preço, a percepção das empresas é de que, além de ajudar na preservação ambiental, é possível economizar no processo produtivo por meio da redução de desperdícios e reuso de materiais, e ter uma vantagem competitiva aqui e no exterior em termos de imagem e construção de marca. Essas empresas estão em sintonia com informações de tendências do mercado global. Uma pesquisa recente do Instituto Akatu aponta que seis em cada dez consumidores do mundo se dizem dispostos a pagar mais caro por marcas comprometidas com ética e sustentabilidade. Neste contexto, uma outra pesquisa global, do Infosys, aponta que, até 2025, os investimentos das empresas na pauta devem chegar a US\$ 53 trilhões (aproximadamente R\$ 300 milhões no câmbio atual).

Por materiais alternativos, entendem-se aqueles que são reciclados - do setor ou de outros segmentos - , reaproveitados ou até mesmo os chamados biomateriais, que são os oriundos da natureza. Na matéria especial do Abinforma de agosto, trazemos algumas empresas que se destacam na produção de calçados a partir de materiais alternativos. Além da marca Alme (do grupo Azzas 2154), Plugt e Vizzia, que foram escutadas no especial, listo aqui algumas das produtoras de calçados que foram mapeadas pela área de Comunicação da Abicalçados: Grendene, que utiliza pigmento de algas; Pampili, com uma linha de produtos feitos com um percentual de aparas de contraforte e retalhos de solas reciclados; Piccadilly, com tênis produzidos com garrafas pet recicladas e fios recuperados da indústria têxtil; Vulcabras, com o tênis Corre Eco desenvolvido com cabedal produzido com *pet* reciclado, EVA verde (fabricado com *cana-de-açúcar*) e borracha especial extraída da Seringueira; e a Tnin, que produz calçados com palmilhas feitas a partir de EVA da cana-de-açúcar.

Em um mercado cheio de incertezas e instabilidades, temos poucas convicções. Uma delas, certamente, é de que os materiais alternativos estão tomando o seu espaço e vieram para ficar.

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, Irivan 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

Agosto 2024 N° 387 - Ano 34

EDIÇÃO

Alice Rodrigues (Mtb 12.832)

Betina de Oliveira

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

Indústria calçadista avança com a utilização de materiais alternativos

12

OLHAR DE ESPECIALISTA

A Nova Era da Inovação na Indústria Calçadista

13

ABINOTÍCIAS

Certificação brasileira de ESG para cadeia do calçado alcança 100 empresas

14

ABINOTÍCIAS

Grupo Dass recebe certificação do Origem Sustentável

15

ABINOTÍCIAS

BFSHOW deve confirmar perspectiva positiva do setor calçadista

17

ABINOTÍCIAS

Acordo de livre comércio com a China colocará indústria calçadista em risco

18

ABINOTÍCIAS

Indústria calçadista encerra semestre criando 7,65 mil postos de trabalho

19

ABINOTÍCIAS

Abicalçados visita calçadistas na Bahia

20

ABINOTÍCIAS

Abicalçados recebe novas associadas

23

ACONTECE NOS POLOS

INSPIRAMAIS gera R\$ 34 milhões e anuncia edição anual em São Paulo

24

ABI ENTREVISTA

S2 Holding: coragem e investimentos estão norteando o grupo

28

BRAZILIAN FOOTWEAR

Feira norte-americana de calçados deve gerar R\$ 21 milhões

29

BRAZILIAN FOOTWEAR

Brazilian Footwear lança novos conteúdos para promoção do calçado Made in Brazil

31

BALANÇA COMERCIAL

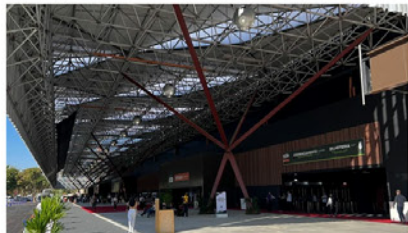
Exportações de calçados caíram 23% nos sete primeiros meses

03 DE JULHO DE 2024 PORTAL RADAR

Edição de novembro da BFSHOW 2024 será no Distrito Anhembi

Edição de novembro da BFSHOW 2024 será no Distrito Anhembi

Por Luis Orsolin - 3 de julho de 2024



Após o sucesso de sua segunda edição, que reuniu 318 marcas e mais de 9 mil visitantes no Transamerica Expo Center, a BFSHOW finca raízes em definitivo na capital paulista. A terceira edição do evento acontecerá nos dias 11 a 13 de novembro de 2024, no recém reformado Novo Distrito Anhembi. Considerada a maior feira de calçados do Brasil, a BFSHOW é uma realização da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) com organização da NürnbergMesse Brasil. De acordo com a organização, o Novo Distrito Anhembi representa um passo importante para tornar a BFSHOW uma das principais feiras do setor no mundo.

[Leia a matéria completa aqui.](#)

08 DE JULHO DE 2024 RBS TV RBS NOTÍCIAS

Saldo positivo nas vagas de emprego na indústria calçadista

Entrevista com o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira.

[Assista aqui.](#)



08 DE JULHO DE 2024 PORTAL UOL GERAL

Abicalçados: Importações de calçados da China aumentam 261% em junho ante mesmo mês de 2023

Abicalçados: Importações de calçados da China aumentam 261% em junho ante mesmo mês de 2023

No mês de junho, entraram no Brasil mais de 705 mil pares de sapatos chineses, 261% mais do que no mesmo mês do ano passado. A China só fica atrás do Vietnã no ranking de países de origem das importações calçadistas. No mesmo mês, entraram no Brasil 1,47 milhão de pares produzidos no Vietnã, 57,8% mais do que no mesmo período do ano passado.

No mês, as importações totais desse setor somaram 3,3 milhões de pares, 63,7% mais do que no sexto mês de 2023. Já no acumulado do primeiro semestre, as importações totais somaram 18,72 milhões de pares, 11,4% mais do que no mesmo intervalo do ano passado. Os dados são elaborados

No mês de junho, entraram no Brasil mais de 705 mil pares de sapatos chineses, 261% mais do que no mesmo mês do ano passado. A China só fica atrás do Vietnã no ranking de países de origem das importações calçadistas. No mesmo mês, entraram no Brasil 1,47 milhão de pares produzidos no Vietnã, 57,8% mais do que no mesmo período do ano passado. No mês, as importações totais desse setor somaram 3,3 milhões de pares, 63,7% mais do que no sexto mês de 2023. Já no acumulado do primeiro semestre, as importações totais somaram 18,72 milhões de pares, 11,4% mais do que no mesmo intervalo do ano passado. Os dados são elaborados pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) e foram antecipados ao Broadcast (sistema de notícias em tempo real do Grupo Estado).

[Leia a matéria completa aqui.](#)

09 DE JULHO DE 2024 FOLHA DE SP GERAL

Contratação de linhas de crédito de R\$ 15 bi para RS começa na quarta (10), diz BNDES



O BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) afirmou que as contratações de um programa de crédito de R\$ 15 bilhões para negócios afetados pelas enchentes no Rio Grande do Sul começam na próxima quarta-feira (10). Os repasses aos clientes serão feitos por instituições parceiras do banco. O anúncio das primeiras contratações vem em torno de dois meses após o início das inundações de proporções históricas no estado. A indústria calçadista é uma das atividades que vinham cobrando urgência na liberação de empréstimos. Segundo a Abicalçados (Associação Brasileira das Indústrias de Calçados), 48% das empresas do setor foram afetadas pelas enchentes no Rio Grande do Sul.

[Leia a matéria completa aqui.](#)

11 DE JULHO DE 2024 COMEX DO BRASIL

"É impossível competir com calçados que chegam ao Brasil a US\$ 2 o par", diz Abicalçados

Ao participar da reunião da Coalizão Indústria, realizada ontem (10) no Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, o presidente da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados, Haroldo Ferreira, disse acompanhar "com preocupação", a ideia de se criar um acordo de livre comércio entre Mercosul e China. Segundo ele, "caso isso ocorra, teremos uma quebra generalizada na indústria nacional, pois é impossível competir com calçados que entram aqui com preços abaixo de US\$ 2". Na avaliação do executivo da Abicalçados, "a China exporta calçados com preços abaixo dos praticados no mercado, tudo isso a custo de condições trabalhistas pouco alinhadas aos padrões internacionais e uma agenda ambiental branda".

[Leia a matéria completa aqui.](#)



24 DE JULHO DE 2024 RECORD RIO GRANDE

Economia: Indústria calçadista gaúcha começa a recuperar prejuízos



Entrevista com o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira.

[Assista aqui.](#)

Indústria calçadista avança com a utilização de materiais alternativos



Considerada a maior indústria de calçados do Ocidente, a brasileira produz, anualmente, mais de 865 milhões de pares. Para 2024, a estimativa da Abicalçados é de um avanço produtivo entre 0,9% e 2,2%, perspectiva que é ancorada no mercado interno. Neste contexto de crescimento, também avança a utilização dos chamados materiais alternativos no desenvolvimento de calçados. São tanto materiais reciclados ou de reuso quanto biomateriais, ou seja, insumos provenientes da natureza e biodegradáveis.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que, atualmente, seis em cada dez produtoras de calçados possuem ao menos uma linha de produtos sustentáveis. “Embora ainda exista certa dificuldade na questão de escala, o que muitas vezes torna produtos desenvolvidos com materiais alternativos mais custosos para o consumidor, existe um movimento na sociedade que não pode ser ignorado e que, logo mais, irá tornar esses produtos escaláveis e mais competitivos”, projeta o dirigente.

Plugt: demanda internacional

Uma das empresas que utiliza material alternativo na composição do seu calçado é a Plugt, indústria de produtos infantis de Birigui/SP. A calçadista, fundada em 2001, desde sua concepção teve preocupação com a sustentabilidade dos seus produtos, que não utilizam materiais pesados nem ftalatos na sua composição. Há cerca de sete anos, a empresa avançou ainda mais. Em uma parceria com uma marca austríaca, a Plugt passou a produzir calçados para adultos no modelo *private label* com fibra de coco e bambu. “Notando um interesse crescente no mercado, passamos a utilizar o material também na produção da marca Plugt, o que foi um sucesso”, conta o diretor da empresa, Renato Ramires.



“Notando um interesse crescente no mercado (por materiais naturais), passamos a utilizar o material (fibra de coco e bambu) também na produção da marca Plugt, o que foi um sucesso”

Renato Ramires

Diretor da Plugt

Atualmente, segundo Ramires, cerca de 20% da produção diária de 1,2 mil pares é desenvolvida com uma mistura de fibras de coco e bambu com PVC. Segundo ele, existe uma demanda cada vez maior por materiais alternativos, principalmente no mercado internacional, para onde a empresa envia entre 20% e 30% de sua produção. “Aqui no mercado interno esse movimento é mais fraco, mas também vem crescendo, o que nos permite almejar um aumento da utilização das fibras nas nossas linhas”, projeta o empresário. Além das fibras, a Plugt vem estudando o desenvolvimento de calçados com cortiça reaproveitada e o chamado “EVA verde”, produzido a partir da cana-de-açúcar.

Alme: referência em práticas sustentáveis

A Alme, marca feminina que integra o grupo Azzas 2154 (antigo Arezzo&Co), entrou no mercado em 2018 e, em 2021, passou por um reposicionamento, adotando como propósito ser a marca referência em práticas sustentáveis aplicadas ao produto. “Criamos os calçados com o menor impacto possível para o meio ambiente e máximo de conforto para os pés. Combinamos informação de moda e matérias-primas de baixo impacto, como componentes de bases vegetais e reciclados, aliados a uma tecnologia inovadora que proporciona o máximo de conforto e estilo”, conta Isabella Barbieri, head de Operações e Marketing da Alme.

Os calçados da Alme utilizam materiais biodegradáveis, reciclados e de fontes renováveis, como garrafas *pet* (originam os fios dos tecidos), cana-de-açúcar (base para o EVA verde utilizado nas palmilhas e solas dos sapatos), algodão reciclado (reaproveitado da indústria têxtil), além do adesivo à base d'água e sem solventes e papel certificado pela Forest Stewardship Council (FSC).



Para Isabella, existe um movimento perceptível nos últimos anos a respeito da importância da sustentabilidade. “Essas discussões foram muito impulsionadas pelos desafios socioambientais que enfrentamos atualmente. Isso se reflete na relação com o consumo e, neste cenário, produtos e marcas que adotam práticas mais sustentáveis se destacam”, comenta, citando uma pesquisa que mostra que 38% dos consumidores já trocaram sua marca favorita por outra devido a questões de sustentabilidade (McKinsey). “Minha percepção é de que os consumidores estão cada vez mais dispostos a buscar produtos que tenham um menor impacto ambiental, preferindo marcas comprometidas com a agenda ESG. Esse é um movimento importante, que fortalece a transformação para um mercado mais consciente”, acrescenta. Além dos produtos sustentáveis, a Alme oferece, em suas lojas físicas, um serviço aos clientes para o descarte adequado de sapatos, o Alme Retorna. Por meio dele, os produtos podem se tornar matéria-prima para a indústria cimenteira, uma alternativa mais sustentável em relação ao combustível fóssil.



“Minha percepção é de que os consumidores estão cada vez mais dispostos a buscar produtos que tenham um menor impacto ambiental, preferindo marcas comprometidas com a agenda ESG. Esse é um movimento importante, que fortalece a transformação para um mercado mais consciente”

Isabella Barbieri

Head de Operações e Marketing da Alme

Vizzia: sustentabilidade competitiva

A PVC Indústria e Comércio, fabricante das sandálias e chinelos da marca Vizzia, também aposta no produto reciclado para ter mais competitividade. Diferente da maioria dos outros *players*, no entanto, é justamente o PVC reciclado, que é buscado em parceria com catadores de cooperativas locais na cidade de Juazeiro do Norte/CE, que deixa o preço das sandálias mais competitivo. “Processamos, anualmente, mais de 60 toneladas de PVC. Eles, após a moagem, são utilizados nas solas dos nossos produtos, sem perder em nada na qualidade e conforto para as sandálias produzidas a partir de matéria virgem”, conta o diretor da empresa, Wanderson Sampaio Gonçalves. O empresário diz, ainda, que além de ajudar o meio ambiente com a reciclagem do material que iria para aterros, o processo torna o preço mais competitivo. “O custo fica em torno de 15% menor se comparado ao produto feito a partir de material virgem”, acrescenta.



Com uma produção diária de 14 mil pares de sandálias e 10 mil pares diários de solados de PVC, o grupo exporta cerca de 20% dos calçados desenvolvidos para países da América do Sul. “No mercado internacional, existe uma maior receptividade para o nosso produto, mas o mercado interno ainda valoriza pouco. Acredito que seja um processo de conscientização”, avalia Gonçalves. Com o mercado doméstico mais aquecido, o empresário projeta que, neste ano, sejam processadas mais de 90 toneladas de PVC, com um crescimento entre 5% e 10% na produção de sandálias e solados.



“Processamos, mensalmente, mais de 60 toneladas de PVC. Eles, após a moagem, são utilizados nas solas dos nossos produtos, sem perder em nada na qualidade e conforto para as sandálias produzidas a partir de matéria virgem”

Wanderson Sampaio Gonçalves

Diretor da PVC/Vizzia

Além de utilizar o PVC reciclado nos seus calçados, o grupo utiliza polietileno reciclado de para-choques automotivos para desenvolver os cabides que acompanham suas sandálias. “É um processo menor, mas importante. Processamos, mensalmente, cerca de 2 toneladas desse plástico. Assim como o PVC, ele é comprado de cooperativas de reciclagem”, conclui.

MOVIMENTO CRESCENTE

Além das empresas ouvidas pela Abicalçados, muitas outras utilizam materiais reciclados ou biomateriais nas suas produções. É um movimento crescente no setor e que tem muita relação com a maior conscientização por parte do consumidor. Confira, abaixo, outros exemplos mapeados:

Grendene: pigmento de algas

Em parceria com a BLOOM, empresa de materiais sustentáveis, a Grendene, de Farroupilha/RS, aumentou o conteúdo renovável de produtos com algas de água doce que estavam se proliferando em excesso, causando desequilíbrios ambientais.

Pampili: Eco Friendly

A indústria de calçados infantis de Birigui/SP trabalha com o Projeto Eco Friendly. Trata-se de uma linha de produtos feitos com um percentual de material reciclado - aparas de contraforte, retalhos de solas etc.

Piccadilly: Linha So.Si

A calçadista gaúcha produtora de sapatos femininos, que tem matriz em Igrejinha/RS, criou um modelo de tênis 100% sustentável, fabricado com 3,5 garrafas *pet* recicladas, palmilha sustentável e sem origem animal, além de 17% de fio recuperado na indústria têxtil.

Vulcabras: Corre ECO

Produto da marca esportiva Olympikus, o Corre Eco foi desenvolvido por atletas de corrida com tecnologia 100% sustentável. O tênis possui cabedal produzido com *pet* reciclado, EVA verde (fabricado com cana-de-açúcar) e borracha especial extraída da seringueira. Já as *tags* dos produtos são desenvolvidas com folhas de manjeriço, que podem ser plantadas pelos consumidores.

Tnin: palmilhas de cana-de-açúcar

Com lona feita a partir de resíduos têxteis e reciclagem de *pet*, jeans reciclado e algodão orgânico, a linha I'm green EVA é produzida com cana-de-açúcar - nas palmilhas -, cola à base de água e papelão reciclado nos materiais de embalagem.

Ferracini: insumos renováveis

A marca de Franca/SP tem uma coleção sustentável com calçados produzidos a partir de insumos renováveis, com cabedal de malha tridimensional knit reciclada, sem tingimento químico. Borracha natural, algodão biodegradável e renovável também fazem parte dos componentes utilizados.

Modare Ultraconforto: cabedal e solado

Cabedal produzido de poliéster reciclado, solado com PVC e casca de arroz são alguns dos materiais alternativos utilizados pela fabricante gaúcha Calçados Beira Rio, de Novo Hamburgo/RS. A marca Modare Ultraconforto é uma das marcas da empresa que utiliza desse diferencial em seus produtos.

Eco Klin: coleção com menor impacto ambiental

Os pequenos também têm no Eco Klin opções com impacto ambiental menor já que a calçadista de Birigui utiliza materiais reaproveitados, tingimento natural, casca de arroz e fibra de bambu nos calçados infantis.

Ramarim: materiais e processos

A calçadista gaúcha tem uma linha de produtos com materiais e processos sustentáveis. Couraça e contraforte produzidos com sobras industriais com 80% de reaproveitamento. Já o forro é feito em PET 100% reciclado e o cabedal é fabricado a base de lona em PET 100% reciclada.

Kenner: novo destino para os resíduos

A marca lançou a coleção Re.Use em que produz calçados a partir de resíduos da produção que seriam descartados.



A Nova Era da Inovação na Indústria Calçadista

Julia Webber

Estrategista e especialista em Economia Circular

A competitividade no mercado calçadista exige inovação. Inovar hoje significa incorporar inteligência que promova impacto positivo e melhore a reputação e eficiência global da empresa. A economia circular se destaca como abordagem efetiva, oferecendo soluções conectadas ao *core business*, focando na mitigação de riscos empresariais e ecológicos.

Práticas de economia circular são alinhadas com a vocação da empresa e evitam iniciativas sustentáveis isoladas que não geram resultado, permitindo uma estratégia eficiente. Assim, projetos personalizados abraçam a empresa holisticamente e garantem oportunidades, melhoria contínua e a perpetuidade dos negócios.

Há diversos caminhos para iniciar. Um deles é o uso de biomateriais: derivados de fontes orgânicas e renováveis, como plantas e resíduos agrícolas. Apostar em caminhos que possam chegar nas mãos do consumidor final é valioso pois cria conexões com as pessoas, além de reduzirem a pegada de carbono e o uso de plásticos. Marcas como Osklen, Yuool, Veja, Sloul, Alme e Grendene lideram essa inovação nacionalmente. A Osklen utiliza couro de pirarucu e algodão orgânico; a Yuool, empresa B, aposta na lã merino e EVA de base de cana-de-açúcar, esse posicionamento de inovação garantiu aumento na base de clientes que incluem Nubank, XP inc. e Google; a Veja incorpora borracha nativa da Amazônia e biotextil; a Sloul usa algodão e borrachas recicladas, juta e sisal; a Alme emprega couro de menor impacto, fibra de bambu, algodão orgânico e polímeros de origem vegetal; Grendene aposta em polímeros de origem vegetal e mineral bem como pigmentos de base de alga.

Mesmo com origem de fonte renovável, é crucial entender o fim de vida do material — biodegradação ou reciclagem e apostar em componentes que tenham o mesmo destino. Tudo começa no design, que é um processo estratégico além da estética, garantindo que cada etapa esteja alinhada.

Investir em inovação e economia circular é essencial para transformar o investimento em sustentabilidade de um custo para um impulsionador de desempenho. O consumidor quer se sentir útil na ação contra as mudanças climáticas. Oferecer produtos que proporcionem esse sentimento e comunicar isso de maneira eficaz é essencial para conquistar, fidelizar público e posicionar a empresa como liderança. A grande chave é uma boa estratégia baseada em conhecimento e visão sistêmica do negócio!

Biomateriais mais usados na indústria calçadista:

- Bambu: tecidos, solados e palmilhas.
- Algodão orgânico: tecidos
- Cortiça: solados, palmilhas e cabedais.
- Biolaminados: alternativos ao couro, podem ser feitos a base de micélio, mamona e vegetais.
- Pigmentos: base de Algas e vegetais.
- Lã de ovelha: revestimentos, cabedais e palmilhas.
- Bio polímeros: de base vegetal ou mineral, podendo ser biodegradáveis ou não. Utilizados em solados, componentes injetados, extrusados e têxteis.
- Juta: tecidos, fitas e capas de salto.
- Cânhamo: tecidos e fios.

Certificação brasileira de ESG para cadeia do calçado alcança 100 empresas

Única certificação de práticas ESG (*Environmental, Social and Governance*) e sustentabilidade para empresas da cadeia produtiva do calçado no mundo, o Origem Sustentável comemora sua 100ª empresa participante, entre já certificadas (80) e em processo de preparação (20). Com isso, a certificação chega a uma representação expressiva, pois abrange empresas que respondem por cerca de 50% da produção nacional de calçados, de mais de 870 milhões de pares.



O gerente de Marketing e Estratégia da Abicalçados, Cristian Schlindwein, destaca que as indústrias de calçados brasileiras estão amadurecendo o tema ESG com estratégias e implementação de práticas. Essa fala é corroborada com dados que constam no capítulo de ESG do Relatório Setorial Indústria de Calçados 2024, produzido pela Abicalçados, que aponta que 88% das empresas do setor realizam a destinação ambientalmente adequada dos resíduos sólidos industriais, que são reutilizados, reciclados ou coprocessados. Além disso, a pesquisa traz outros dados importantes para ilustrar o aumento das práticas de sustentabilidade na atividade: 68% das empresas do setor realizam verificação periódica de seus fornecedores quanto à conformidade legal, ambiental e social; 74% das empresas executam controle de substâncias restritas; 67% das empresas utilizam energia 100% renovável, seja adquirida via Mercado Livre de Energia ou por meio de autogeração; 59% das empresas possuem ao menos uma linha de produtos sustentáveis; entre outros dados.

Segundo o gerente, o avanço das práticas de ESG no setor é impulsionado por um movimento de conscientização do consumidor brasileiro e mundial, que vem cobrando medidas de sustentabilidade não somente ambiental, mas também social das marcas. Uma recente pesquisa do McKinsey, por exemplo, apontou que 38% dos consumidores do mundo já trocaram sua marca favorita por outra devido a questões relativas ao tema. “A sustentabilidade é um caminho sem volta para a indústria que quer se manter competitiva em um cenário instável e de grande concorrência, muitas vezes predatória”, destaca Schlindwein.

Competitividade

Quando se trata de concorrência desleal, em especial a promovida pelos *players* asiáticos, o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, avalia que a chancela da certificação do Origem Sustentável é uma ferramenta a mais para a competitividade. “Em um mercado cada vez mais concorrido, em especial com as produtoras asiáticas, a divulgação de ações em acordo com os direitos humanos e com a preservação ambiental se torna uma ferramenta de competitividade. Os três maiores *players* asiáticos, China, Vietnã e Indonésia, por exemplo, não ratificaram convenções importantes relacionadas a jornadas de trabalho, salários ou políticas sociais. Nós precisamos divulgar que somos o país com a indústria de calçados mais sustentável do planeta. O consumidor mundial precisa saber disso”, acrescenta.

O Origem Sustentável

Criado pela Abicalçados em parceria com a Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal) para certificar tanto empresas produtoras de calçados quanto suas fornecedoras de materiais e insumos, o Origem Sustentável é baseado nas melhores práticas internacionais da área, seguindo diretrizes 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 e Bureau Veritas. Mais informações no site www.origemsustentavel.org.br.



Grupo Dass recebe certificação do Origem Sustentável

Um dos maiores produtores de calçados do Brasil, o Grupo Dass, que produz mais de 35 milhões de pares e peças de vestuário das marcas licenciadas (Fila, Umbro, New Balance e Osklen) e *private label* por ano, foi certificado pelo Origem Sustentável em abril passado. Entretanto, o evento de celebração da certificação aconteceu no último dia 12 de julho, na sede da empresa, em Ivoti/RS, e contou com as presenças do CEO e diretor de Operações, João Henrique Hoppe; da equipe responsável pelo projeto de sustentabilidade; e do presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira.

Na oportunidade, Hoppe destacou que o grupo, certificado no nível Prata (mais de 40% dos indicadores do programa atingidos), irá buscar o nível máximo da certificação, a Diamante (mais de 80% dos indicadores). “O Grupo Dass tem uma série de iniciativas na área de sustentabilidade, não somente ambiental, mas também social. Ajustando alguns poucos detalhes, certamente conquistaremos o nível mais elevado do Programa”, ressaltou. Já Ferreira frisou a certificação do Origem Sustentável como uma ferramenta de apoio à competitividade, especialmente diante da concorrência asiática, que não tem uma produção alinhada aos conceitos de ESG. “Hoje, a nova geração de consumidores já pesquisa o que está comprando e de quem. A sustentabilidade, além de ajudar na preservação ambiental e no respeito aos direitos humanos, ganha uma relevância para o incremento dos negócios”, disse o executivo.

Com 18 unidades no Ceará, Bahia, São Paulo, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e duas na Argentina, o Grupo Dass emprega, diretamente, mais de 26 mil pessoas. Mas a importância econômica e social da gigante calçadista não se resume a isso. São diversas ações na área ambiental, social e cultural. Entre seus destaques, na área ambiental, está a reutilização do EVA utilizado na produção de solas, do poliéster usado na confecção e do papel utilizado nas áreas de serigrafia, de embalagens e administrativa. Somente em 2023, conforme a empresa, retornaram para o ambiente produtivo mais de 470 toneladas de EVA e borracha, 65 toneladas de poliéster e 6 toneladas de papéis pardos.

A preservação dos recursos naturais é outro ponto de atenção para o Grupo. Na unidade de Vitória da Conquista/BA, foi criado um sistema para tratamento próprio de todo o efluente gerado, fazendo com que ele retorne para a fábrica e seja utilizado para áreas externas, banheiros e limpeza geral. Pelo sistema, são tratados mais de 260 metros cúbicos de efluentes por dia.



BFSHOW deve confirmar perspectiva positiva do setor calçadista

Considerada a principal feira de calçados do Brasil, a BFSHOW, que acontece no Distrito Anhembi, em São Paulo/SP, nos próximos dias 11 a 13 de novembro, vem gerando boas expectativas para o setor calçadista nacional. Conforme a Abicalçados, que promove a mostra com organização da NürnbergMesse Brasil, a produção de calçados teve incremento de 2,7% entre janeiro e maio, em relação ao mesmo período do ano passado. Para o ano, o crescimento estimado pela entidade é de mais de 2% e será impulsionado, sobretudo, pelo mercado interno, que responde por mais de 85% das vendas do setor.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, conta que, apesar das instabilidades, especialmente no cenário internacional, a indústria calçadista vem em crescimento, com apoio fundamental do consumo doméstico, que deve ultrapassar os 800 milhões de pares em 2024, em um crescimento que pode chegar a mais de 3% em relação a 2023. “A BFSHOW, mais uma vez, será fundamental para confirmarmos essa expectativa positiva. Para a feira são esperadas as presenças de grandes redes do mercado nacional e também internacional, que terão a oportunidade de abastecer suas lojas em uma mostra que apresenta coleções de empresas que respondem por mais de 80% da produção nacional de calçados”, destaca o dirigente, acrescentando que, na BFSHOW, são esperados expositores de todos os segmentos, portes e polos calçadistas. “A diversidade de calçados encontrada na feira é, certamente, a maior do Brasil. Na BFSHOW, os compradores terão contato com uma gama bastante completa da maior indústria de calçados do Ocidente. A expectativa, diante da necessidade de abastecimento das lojas após um primeiro semestre positivo, é a melhor possível”, projeta o executivo.

Localização estratégica

O CEO da NürnbergMesse Brasil, João Paulo Picolo, destaca que a localização estratégica da BFSHOW, no Distrito Anhembi, na capital financeira da América Latina, também favorece a presença de grandes *players* nacionais e internacionais de todas as regiões do Brasil e do mundo. “A visitação é um grande diferencial da BFSHOW, pois a feira acontece em um local privilegiado não somente pela estrutura de aeroportos internacionais, mas também por toda a comodidade de uma rede hoteleira que conta com mais de 7 mil apartamentos em um raio de 5 quilômetros dos nossos pavilhões, além de uma ampla opção de restaurantes, cultura e entretenimento”, avalia.

Considerado o principal centro de eventos da América Latina, o tradicional Distrito Anhembi passou recentemente por uma reforma que transformou os seus mais de 64 mil metros de área expositiva em uma das mais funcionais e modernas do mundo, com áreas de convívio, espaço verde e amplo estacionamento.

3ª BFSHOW

Data: 11 a 13 de novembro de 2024

Local: Novo Distrito Anhembi, em São Paulo/SP

Mais informações: www.bfshow.com.br

**NEGÓCIOS
E CONEXÕES
ACONTECEM
NA BFSHOW**

*Participe da maior
feira calçadista
do Brasil.*

Saiba mais sobre
a 3ª edição
da BFSHOW
bfshow.com.br



**11
a 13**
novembro 2024

*Na mesma cidade,
em novo endereço.*

SÃO PAULO/SP

Novo Distrito
Anhembi

BFSHOW
A FEIRA DO CALÇADO BRASILEIRO

Acordo de livre comércio com a China colocará indústria calçadista em risco

O tema da importação predatória de calçados da China e um possível acordo de livre comércio com o país asiático dominaram os debates na reunião da Coalizão Indústria realizada no dia 10 de julho, na sede do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), em Brasília/DF. O encontro de entidades que representam 15 setores industriais brasileiros, entre eles o calçadista, aconteceu com a presença de representantes do MDIC.

Na oportunidade, o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, enfatizou a importância do antidumping contra o calçado chinês, bem como a inclusão de três grandes grupos chineses que ficaram de fora na mais recente renovação do mecanismo, em 2022. Atualmente, além da tarifa de importação de 35%, o calçado chinês que entra no Brasil paga uma sobretaxa de US\$ 10,22 por par. “Mesmo com o mecanismo, estamos presenciando uma verdadeira invasão de calçados asiáticos no mercado brasileiro, com preços abaixo dos praticados no mercado, o que tem colocado em risco a produção da indústria nacional”, comentou.

Somente em junho, entraram no País mais de 705 mil pares chineses, 261% mais do que no mesmo mês do ano passado. “E, como se não bastasse, acompanhamos, com preocupação, a ideia de se criar um acordo de livre comércio entre Mercosul e China. Caso isso ocorra, teremos uma quebradeira generalizada na indústria nacional, pois é impossível competir com calçados que entram aqui com preços abaixo de US\$ 2”, acrescentou o executivo, ressaltando que a China exporta calçados com preços abaixo dos praticados no mercado, tudo isso a custo de condições trabalhistas pouco alinhadas aos padrões internacionais e uma agenda ambiental branda. Os países asiáticos - aqui incluídos, além da China, o Vietnã e a Indonésia - não ratificaram convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT) que possuem impacto direto em setores intensivos em mão de obra, como é o caso da indústria calçadista, por se tratarem de assuntos relativos a salários, jornada de trabalho, segurança do trabalho e inspeção do trabalho. “Os três países em questão sequer ratificaram a Convenção que trata da fixação de salário mínimo”, completou.

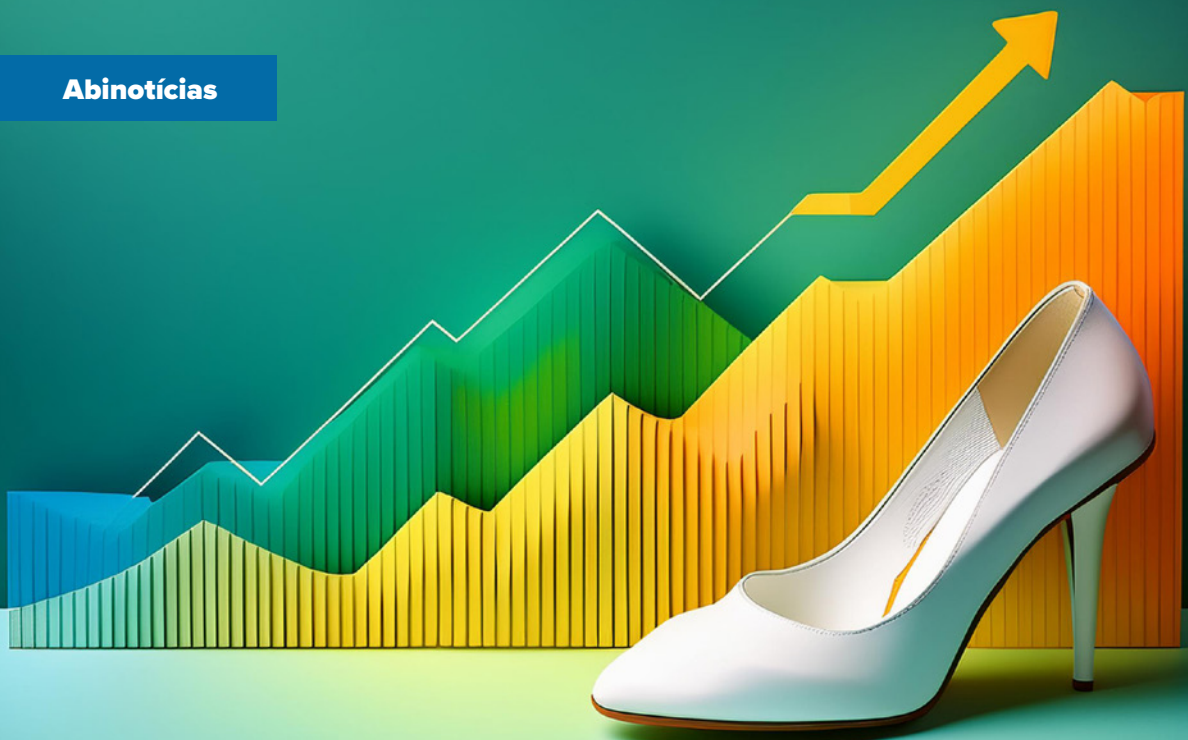


Compensação da desoneração adiada

Além de apresentar dados da indústria calçadista nacional e abordar as preocupações quanto ao comércio internacional com a China, o dirigente calçadista também esteve em agenda no Congresso Nacional, onde trabalhou nos debates com parlamentares acerca de uma medida compensatória para a manutenção da desoneração da folha de pagamentos para 2024. O Governo Federal propõe o aumento da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), que não tem o apoio do Senado Federal. “A previsão era de que o Senado votasse uma alternativa ontem (10), mas a votação foi adiada”, disse Ferreira, enfatizando que a indústria calçadista tem pressa no que diz respeito à aprovação da medida, já acordada com o Governo Federal. “Precisamos, urgentemente, da resolução deste imbróglio, para dar segurança jurídica e tranquilidade para as empresas”, concluiu.

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, além da 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 da 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 (Eletrós), a Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC), o Instituto Aço Brasil e o Grupo FarmaBrasil.



Indústria calçadista encerra semestre criando 7,65 mil postos de trabalho

Mesmo com as instabilidades no mercado internacional, a indústria calçadista brasileira encerrou o primeiro semestre do ano criando 7,65 mil vagas de trabalho, terminando junho com estoque total de 288,2 mil empregos diretos, 3,8% menos do que no mesmo mês de 2023. No recorte de junho, o setor criou 1,12 mil postos de trabalho na atividade. Os dados foram elaborados pela Abicalçados com base no levantamento do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE).

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que o dado reflete uma melhora gradual no mercado doméstico, que absorve mais de 85% das vendas da indústria calçadista. “Para o ano, a estimativa é fechar com um incremento produtivo de mais de 2%, para mais de 870 milhões de pares. O grande motor desse crescimento deve ser o mercado interno, embora também tenhamos a expectativa de uma melhora nas exportações ao longo da segunda parte de 2024. Obviamente, teremos um reflexo positivo na geração de empregos, caso se confirme essa perspectiva”, avalia o dirigente.

RS: maior empregador

O Rio Grande do Sul segue como o principal empregador do setor calçadista nacional. Tendo gerado 1,45 mil empregos no primeiro semestre, a indústria gaúcha encerrou o sexto mês com 85,6 mil empregos na atividade, 3,8% menos do que no registro de junho de 2023.

O segundo maior empregador do setor segue sendo o Ceará, que encerrou o semestre com 65,77 mil pessoas empregadas na atividade, 2,1% menos do que no mesmo período do ano passado. O saldo gerado no semestre ficou positivo em 614 postos.

Completando o ranking dos principais empregadores do Brasil na atividade, aparece a Bahia. A indústria calçadista baiana encerrou o semestre com 39,8 mil empregos gerados, 7,5% menos do que no mesmo intervalo de 2023. Nos seis primeiros meses do ano, o saldo ficou positivo em 60 empregos gerados.

Confira a tabela completa por UF no [link](#).

Abicalçados visita calçadistas na Bahia

Com o objetivo de se aproximar do setor calçadista baiano, a Abicalçados esteve, entre os dias 21 e 26 de julho, em Salvador e Conceição do Coité. As visitas foram realizadas pela coordenadora de Relacionamento da entidade, Aline Maldaner, na feira BAHACAL e em empresas do setor.

A primeira parada foi na BAHACAL, importante feira promovida pela Associação Baiana das Empresas de Representação de Calçados e Afins (Aberc) que aconteceu em Salvador. Com cerca de 300 marcas expositoras, a mostra tem grande visitação, especialmente de compradores do Nordeste brasileiro. “Foi uma visita muito produtiva, de aproximação com representantes de calçados, empresas e Aberc”, comentou Aline, ressaltando que foi muito bem recebida pelos dirigentes da associação Ricardo Alves e Roberto Sacramento (foto). “Trata-se de uma associação que tem papel fundamental para o desenvolvimento da atividade na Bahia”, acrescentou.



A coordenadora também esteve na Irá Salles, tradicional empresa do setor que tem sede em Salvador. Na oportunidade, Aline esteve reunida com a diretora da marca, que dá nome à calçadista. “A Irá Salles tem um trabalho social bastante relevante, pois apoia artesãos locais em criações diferenciadas e de grande destaque no mercado de bolsas e calçados com modelos exclusivos”, ressaltou. A empresa, que é associada à Abicalçados desde 2008, vem buscando uma maior penetração no varejo e conta com o apoio da entidade em ações de desenvolvimento do setor e, em especial, na sua expansão internacional.

A coordenadora também esteve na Irá Salles, tradicional empresa do setor que tem sede em Salvador. Na oportunidade, Aline esteve reunida com a diretora da marca, que dá nome à calçadista. “A Irá Salles tem um trabalho social bastante relevante, pois apoia artesãos locais em criações diferenciadas e de grande destaque no mercado de bolsas e calçados com modelos exclusivos”, ressaltou. A empresa, que é associada à Abicalçados desde 2008, vem buscando uma maior penetração no varejo e conta com o apoio da entidade em ações de desenvolvimento do setor e, em especial, na sua expansão internacional.

Conceição do Coité

Aline esteve, ainda, nas três maiores produtoras de calçados de Conceição do Coité, município que fica a 200 quilômetros de Salvador.

Lá, a coordenadora visitou a Calçados Maria Isabel, expositora da BFSHOW e associada à entidade. Na oportunidade, o diretor da empresa, Fideles Ferreira das Mercedes, destacou a importância de fazer parte da associação, para, além de usufruir de todas as ações, projetos e serviços da Abicalçados, estar “informado das oportunidades do setor e ampliar as exportações”.

Aline esteve também nas empresas Duda Calçados e Calçados Beatriz, que pretendem fazer parte da associação, sendo a segunda já expositora da feira BFSHOW. “A cidade de Conceição do Coité já teve uma atividade calçadista bastante relevante. Mesmo diminuindo, o setor ainda responde pelo segundo principal segmento da economia local - atrás somente do plantio e extração do sisal”, concluiu Aline, destacando que o objetivo com a aproximação da Abicalçados é fortalecer e recuperar a atividade na cidade.



Abicalçados recebe novas associadas

A importância da Abicalçados enquanto representante do setor calçadista nacional segue gerando engajamento da indústria. Nos últimos dois meses, foram recebidas dez novas associações de empresas de diferentes polos, portes e necessidades.

Uma dessas empresas é a Via Scarpa, uma das maiores produtoras de calçados de Santa Catarina. Com fábrica em São João Batista, a calçadista tem 29 anos de fundação e produz, diariamente, cerca de 15 mil pares de calçados femininos para o dia a dia. A associação à Abicalçados tem como principal motivação o apoio para participar da feira BFSHOW, além de ampliar o trabalho com exportações por meio do programa Brazilian Footwear. Saiba mais sobre a empresa no site www.viascarpa.com.br.

Também originária de São João Batista, a Tree Shoes buscou a Abicalçados com o objetivo de ter apoio em sua participação na BFSHOW, além de utilizar os demais benefícios para o seu desenvolvimento no mercado. A empresa produz calçados de couro e de material sintético, tanto com marca própria como na modalidade *private label* (marca do cliente) para abastecimento do mercado interno e também de clientes na América Latina. Saiba mais sobre a empresa no Instagram www.instagram.com/tree.shoes.

A CL Calçados, que produz a marca própria Julia Limma, com escritório e desenvolvimento em São João Batista e fabricação em Itapetinga/BA, associou os dois CNPJs da empresa para ter o acesso exclusivo de associado acerca da liminar para manter os créditos presumidos de ICMS fora da incidência do Imposto de Renda de Pessoa Jurídica (IRPJ) e da Contribuição Sobre o Lucro Líquido (CSLL). Além disso, a empresa também busca expandir suas exportações com o apoio do Brazilian Footwear. Atualmente, além de sandálias e chinelos, o grupo produz, ainda, palmilhas e solados para o setor calçadista. Saiba mais sobre a empresa no Instagram www.instagram.com/julialimmaoficial.

A primeira empresa associada à Abicalçados no polo de Santa Cruz do Rio Pardo/SP é a Gyncana Calçados. Com 40 anos de atuação, a calçadista possui duas marcas, a Via Sul e a Passo Forte, a primeira de calçados femininos de couro e sintético, e a segunda de botas masculinas em couro. O diretor da Gyncana, Pedro Consorte, destaca que a decisão de associar a empresa se deu com o objetivo de usufruir das ações, projetos e serviços oferecidos, além de, futuramente, trazer mais empresas locais para a associação e organizar uma participação coletiva na feira BFSHOW. O empresário é também presidente do Sindicato dos Calçados de Santa Cruz do Rio Pardo e faz parte da diretoria da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP). Saiba mais sobre a empresa no Instagram www.instagram.com/viasulcalcados.

Fundada em 1992, na Alemanha, como agente de importação e exportação, a Estival se estabeleceu no Brasil poucos anos depois. Em Franca/SP, a calçadista melhorou e estreitou o relacionamento com fornecedores e o seu atendimento no mercado brasileiro.

Em contato direto com o que há de mais avançado na Europa, a Estival se tornou referência no segmento e, a partir de 1996, passou a produzir calçados de segurança com padrão internacional de qualidade. O motivo da associação à Abicalçados é participar da certificação Origem Sustentável e das ações de exportação com o apoio do programa Brazilian Footwear. Saiba mais sobre a empresa no site www.estivalshoes.com.

Marca tradicional de botas de EPI criada na Argentina, a Calfor veio para o Paraná e passou a se chamar Calfor Pampeana. Em Curitiba, a empresa segue produzindo seus calçados com inovação e design. O motivo da associação à Abicalçados é aderir à certificação do Origem Sustentável e usufruir dos benefícios de ser associada à entidade que representa o calçado brasileiro. Saiba mais sobre a empresa no site www.calfor.com.br.

Do polo mineiro de Nova Serrana/MG, a Lady Lizzy buscou fortalecer a atividade e a própria empresa com a associação à Abicalçados. Tendo iniciado suas atividades com o segmento infantil, atualmente trabalha com calçados femininos - sandálias, sapatilhas e mules em sintético e couro - abastecendo o mercado tanto com marca própria quanto com private label. O motivo principal da associação é participar da feira BFSHOW com as condições especiais para associadas da Abicalçados. Saiba mais sobre a empresa no Instagram www.instagram.com/ladylizzyshoes.

Ainda em Minas Gerais, a Calçados Manchester de Perdígão, buscou a Abicalçados com o objetivo de renovar a participação na feira BFSHOW usufruindo do valor de associado e também para participar de ações de apoio às exportações por meio do Brazilian Footwear. Fabricando calçados masculinos com conforto, qualidade e estilo, a empresa trabalha tanto no mercado doméstico quanto na exportação. Saiba mais sobre a empresa no Instagram www.instagram.com/manchestercalcados.

Com 25 anos de atuação sólida e eficaz, a BBG Brazil é mais uma empresa a se associar à Abicalçados. Localizada em Novo Hamburgo/RS, a comercial exportadora auxilia empresas estrangeiras a trabalhar com empresas brasileiras de uma forma segura, viabilizando e rentabilizando a operação. O motivo de integrar o quadro associativo da entidade está relacionado ao fato de que já atendem empresas do segmento e querem ter uma maior proximidade com o setor calçadista, além de utilizar os benefícios de associados e do programa Brazilian Footwear. Saiba mais sobre a empresa no site www.bbgbrasil.com.

Associativismo

Criada em 1983, a Abicalçados tem sede em Novo Hamburgo e atuação global por meio do programa Brazilian Footwear, realizado em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil). Com empresas associadas que respondem por mais de 65% da produção nacional do setor, a Abicalçados tem forte representação junto aos poderes públicos e também trabalha em ações de desenvolvimento para a atividade. Saiba mais no site www.abicalcados.com.br.

COMPRA DO
GAÚCHO
#COMPRADOGAUCHO



A reconstrução do estado passa, também, por garantir empregos e renda.

Se você já trabalha com empresas gaúchas, continue. Manter os negócios pode ser crucial pra manter as empresas vivas durante e após essa tragédia.

E se você ainda não faz, dê uma chance pras empresas gaúchas. **Considere incluir uma delas na sua lista de fornecedores, especialmente as micro e pequenas empresas.**

Apoiar os negócios do RS é uma forma de ajudar.

Então, se puder, **#compradogaucho**.



INSPIRAMAIS gera R\$ 34 milhões e anuncia edição anual em São Paulo

A 30ª edição do INSPIRAMAIS, salão de lançamentos de materiais inovadores para a indústria de moda, terminou com saldo bastante positivo. Essa edição ocorreu em Taquara, nos dias 23 e 24 de julho, e em São Paulo, nos dias 30 e 31 de julho. O evento, promovido pela Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal) em parceria com o Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil (CICB), Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit) e Associação Brasileira das Indústrias de Mobiliário (Abimóvel), deve gerar mais de R\$ 34 milhões em negócios, somando os realizados in loco e alinhavados no salão.



As rodadas de negócios com compradores internacionais foram feitas na capital paulista. Foram mais de 330 rodadas entre os dois dias. Importadores de sete países e 15 grupos visitaram essa edição a partir do Programa Comprador do Brazilian Materials, projeto da Assintecal com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil).

A superintendente da Assintecal, Silvana Dilly, destaca que o sucesso da edição paulista chamou a atenção da organização, que tomou uma decisão importante: retornar, em uma edição anual, para São Paulo. “Nesta edição, em que a catástrofe climática que atingiu o Rio Grande do Sul nos obrigou a mudar os planos, tivemos respostas muito relevantes. Conseguimos abranger o público calçadista, na edição de Taquara, e aqui em São Paulo, além de calçadistas, recebemos diversos outros segmentos que estavam carentes desse tipo de evento focado em lançamentos de moda para a indústria. Desta forma, decidimos seguir com uma edição anual em São Paulo, em julho, e manter a edição de janeiro no Rio Grande do Sul”, conta Silvana. A edição do INSPIRAMAIS de janeiro de 2025 será no Centro de Eventos da FIERGS, em Porto Alegre, nos dias 21 e 22, enquanto a edição de julho será em São Paulo nos dias 29 e 30 de julho do próximo ano - local ainda não definido.

Encontros do Programa Conexão Moda reúnem o setor em Birigui

Líderes, gestores e colaboradores da indústria estão participando do Programa Conexão Moda, realizado pelo Sindicato das Indústria do Calçado e Vestuário de Birigui (Sinbi), Unisinbi e Sebrae. Os dois primeiros encontros ocorreram nos dias 23 de julho e 07 e 08 de agosto. Enquanto no primeiro dia, a temática foi sobre estratégias de vendas, feiras e rodadas de negócios, nos outros dias foi a vez da gestão de estoque inteligente. Até o fim do ano, a capacitação terá uma série de agendas com diversos temas. Interessados em participar podem acompanhar a programação e se inscrever pelo site: www.sympla.com.br/sinbi.



S2 Holding: coragem e investimentos estão norteando o grupo



Desde o início do negócio, em 1967, a atual S2 Holding tem a construção de marca como um princípio da empresa. E é esse princípio que norteia as estratégias das marcas próprias Redley, Kenner e Cantão. O empreendimento familiar nasceu no Rio de Janeiro/RJ e está, hoje, na segunda geração, sob a liderança do CEO Thomas Simon. O executivo é o entrevistado da edição de agosto do Abinforma. Na conversa exclusiva, ele compartilha um pouco da história da empresa, as estratégias de sustentabilidade e investimentos tanto no mercado externo quanto na planta produtiva.

Abinforma: Conte um pouco da sua trajetória e a ligação com o setor calçadista.

Thomas Simon: Meus pais montaram a empresa em 1967 - naquela época não era S2 Holding - e eu sou a segunda geração que hoje toca o negócio. Desde pequeno estava ligado ao setor de moda. Fiz faculdade de Administração nos Estados Unidos e também fiz um MBA executivo entre 2004 e 2007 nos Estados Unidos, mas sempre trabalhando no negócio. E os meus pais, em 2007, fizeram uma proposta para mim e para o meu irmão, com o objetivo de preservação e proteção do negócio, separando das dinâmicas familiares. Concordamos e criamos a S2 Holding, que continua sendo uma empresa familiar, totalmente profissionalizada e com uma grande preocupação com governança. Temos quase 3 mil colaboradores, um Conselho de Administração formal composto por profissionais do mercado, além do meu irmão e eu.

Abinforma: E como começou o negócio, as marcas Cantão, Redley, Kenner?

Simon: Nosso grupo nasceu no Rio de Janeiro/RJ como marca de moda feminina, com a Cantão. Os calçados, desde o começo, tiveram uma relevância muito importante no negócio. Nós comprávamos calçados de diferentes fornecedores, dávamos o produto para ser desenvolvido com a marca Cantão, o "sourcing" era bem diverso. Tinha do Sul, mas tinha também bastante do interior de São Paulo. Depois, pelo ano de 1982, nós tomamos a decisão de começar a produzir um tênis masculino para começar um novo negócio, já trabalhávamos com marca feminina e queríamos uma masculina. E como nós tínhamos essa experiência muito positiva no mercado de calçados, nós começamos com a marca Redley. E aqui nós tomamos uma iniciativa muito desafiadora, que foi montar uma fábrica de calçados no Rio de Janeiro, que é um Estado que não tem a tradição calçadista, como outras regiões do Brasil.

Abinforma: Como foi essa experiência?

Simon: "Importamos" um gaúcho para o Rio de Janeiro para nos ensinar a fabricar os calçados, aprendemos muito no começo porque nós sempre fomos muito mais competentes no desenvolvimento de produto e de marketing, de marca, do que na fabricação. Chegamos a produzir 2 milhões de pares de tênis Redley por ano aqui, na cidade de Duque de Caxias, na grande região metropolitana do Rio de Janeiro. Depois disso, em 1988 nós começamos a fabricar um outro calçado, outro calçado, que são as sandálias Kenner, porque queríamos entrar em uma outra categoria de calçados. Mais tarde, avaliando com muito cuidado o ambiente industrial do Rio de Janeiro e a dificuldade de realmente desenvolver uma fábrica eficiente, começamos, em 2007, a procurar um outro local para transferir as nossas fábricas.

Abinforma: E assim a produção foi transferida para o Nordeste? Qual a atual produção da empresa?

Simon: Sim, nós resolvemos ir aonde existia a possibilidade de benefícios fiscais com um ambiente propício para se montar uma fábrica, que tinha um governo que entendia a importância das empresas para se desenvolver a economia e de uma qualidade de mão de obra adequada. E aí, resumindo um processo longo de análise, nós optamos pelo Estado da Paraíba. Em 2009, inauguramos a fábrica na cidade de Campina Grande e aí fomos, gradualmente, desativando as fábricas no Rio de Janeiro. Hoje, 100% da produção está no Nordeste. Nós estamos produzindo, atualmente, aproximadamente 9 milhões de pares por ano. Por aspectos estratégicos, produzimos basicamente Kenner e Redley Lá.

Abinforma: Na Kenner, vocês lançaram a linha Re.Use na qual reutilizam materiais que seriam descartados para virarem novos modelos da marca. Conte um pouco mais sobre o processo de criação.

Simon: Infelizmente, hoje o consumidor não está disposto a pagar mais caro por um produto que seja 100% responsável pelo aspecto ambiental, com exceção de um mercado nichado. Dentro dessa visão, nós sabíamos que tínhamos que fazer alguma coisa sem impactar no preço final ao consumidor. Então, essa foi uma premissa do projeto. Há muitos anos que nos dedicamos, com a equipe que temos, de químicos e pesquisadores, no reaproveitamento de matérias-primas. Hoje, 100% dos solados dos tênis Redley são fabricados com material reutilizado. Nós estamos reincorporando nas nossas formulações, material que antes iria ser descartado. Claro que o que ainda é descartado, é descartado com responsabilidade, da forma correta, mas não deixa de ter um impacto ambiental. Atualmente, estamos conseguindo, a cada ano que passa, reduzir o impacto ambiental das nossas marcas.

Abinforma: Vocês possuem um levantamento que mostre a redução desse impacto?

Simon: Temos um indicador interno, que é o percentual de matérias-primas descartadas por par produzido. Cerca de três anos atrás, nós estávamos descartando quase 300 gramas de matérias-primas por par produzido. Hoje, estamos em torno de 100 gramas. E nós esperamos daqui a um ano e meio, baixar esse número para 50 gramas. Isso é um grande indicador de redução do impacto ambiental. Então, todas as novas tecnologias que estamos buscando visam uma equação onde a gente reduz o impacto ambiental e torna a empresa mais eficiente.

"Cerca de três anos atrás, nós estávamos descartando quase 300 gramas de matérias-primas por par produzido. Hoje, estamos em torno de 100 gramas. E nós esperamos daqui a um ano e meio, baixar esse número para 50 gramas. Isso é um grande indicador de redução do impacto ambiental."

Abinforma: Ainda sobre essa grande temática da sustentabilidade, em março deste ano vocês receberam a certificação Origem Sustentável no nível máximo, o Diamante. Qual a importância desse reconhecimento para a empresa?

Simon: Ele é muito importante, principalmente para o mercado externo. Nós estamos com uma iniciativa bastante ambiciosa e de longo prazo de construção da marca Kenner no exterior. Hoje, estamos com uma iniciativa na França e uma nos Estados Unidos. E o selo, a credibilidade que a Abicalçados nos deu, nos ajuda a abrir portas para mercados muito mais exigentes. Tem uma relevância absolutamente estratégica para o grupo, além de estar alinhado e ratificar todas as iniciativas já realizadas pela S2 Holding. Podemos dizer que a certificação está coroando todas as iniciativas feitas pela companhia, uma validação de que estamos no caminho certo.

Abinforma: A empresa comunica que tem como compromisso desenvolver marcas e produtos que durem por muito tempo. Gostaria que destacasse algumas iniciativas que vocês fazem para, justamente, cumprir com esse compromisso?

Simon: Nós temos uma diretiva estratégica de investimentos em novas tecnologias que não tenham necessariamente hoje um *payback*, um retorno claro. E essa verba estratégica para desenvolvimento de novas tecnologias, utilizamos para inovação, para pesquisa e desenvolvimento de iniciativas que reduzem ainda mais o nosso impacto ambiental. Essas iniciativas são direcionadas para desenvolvimento de processos ainda mais responsáveis, processos que tragam mais eficiência industrial e novas tecnologias.

Abinforma: Da produção de 9 milhões de pares ao ano, quanto é exportado?

Simon: Hoje ainda é muito pouco, estamos falando em algo em torno de 2%, porque o nosso objetivo é a construção de marca. O nosso foco é vender, inicialmente, pouco, nos lugares certos, lugares que têm visibilidade e conhecimento de marca para que, então, possamos ampliar o mercado. Estamos focando no mercado de Paris, onde nós montamos uma loja pop-up da Kenner, inaugurada no dia 29 de junho para aproveitar as Olimpíadas. Vamos avaliar o resultado da loja para saber se ela irá continuar após os jogos olímpicos. E também como Kenner é um produto sazonal de verão, entendemos a possibilidade de retornar depois, no próximo verão. Nos Estados Unidos, montamos o nosso e-commerce, que entrou no ar em abril, para contar a história da marca Kenner. Além disso, estamos utilizando a Anitta como embaixadora global da marca Kenner.

Abinforma: As três marcas do grupo são muito conhecidas nacionalmente e, agora, vocês estão com um projeto ambicioso de internacionalização das marcas.

Simon: Paris, Miami e Nova Iorque são os mercados-alvo. O objetivo é ficar trabalhando nesses mercados por um bom tempo para aprendermos muito. Nós não estamos com uma fórmula estratégica de exportar preço. Eu vendo uma sandália nos Estados Unidos por 70, 80 até 130 dólares. Estamos entrando no mercado de moda, seja em Paris, em Nova Iorque ou em Miami. Em abril, quando nós começamos o site nos Estados Unidos, 89% da visitação era de brasileiros. Hoje, já temos 55% de visitação de norte-americanos. E ainda conseguimos dizer que já estamos vendendo aproximadamente 68% para não brasileiros residentes nos Estados Unidos. Quer dizer que em aproximadamente quatro meses, conseguimos romper aquela coisa tradicional que é vender para brasileiros que residem fora e que conhecem a marca.

Abinforma: Como está sendo o ano de 2024 para o grupo? Tem projeção de crescimento?

Simon: O ano de 2024 está sendo muito bom. Apesar de percebermos um mercado bastante desafiador, estamos vendo que a nossa estratégia de investir em novas tecnologias, entregar um produto de altíssima qualidade e lançar modelos que tenham um valor claramente percebido pelo consumidor, tem sido um caminho de sucesso. Mesmo em momentos de dificuldades econômicas, com toda uma insegurança econômica, taxa de juros, a gente tem conseguido nos diferenciar, ganhar *share* de mercado interno. Esse ano, nós devemos, como grupo, estar crescendo na ordem de aproximadamente 15% em faturamento.

Abinforma: E qual a previsão para 2025?

Simon: Estamos sendo comidos, porque essa questão dos juros muito altos e a permanência desses torna bem desafiador fazer projeções. Mas estamos com um projeto, temos uma necessidade de expansão fabril. Neste momento, estamos avaliando justamente a decisão de investir para o crescimento de 2026 e 2027, mas a decisão é muito desafiadora. Em 2024, chegamos no limite da capacidade e no ano que vem, ainda vamos conseguir crescer. Estamos prevendo, para 2025, crescer aproximadamente 10% em produção e já vai ser extremamente desafiador viabilizar isso. Então, precisamos tomar a decisão de como é que nós vamos fazer a expansão que vai viabilizar o próximo ciclo de desenvolvimento do negócio, levando em consideração o projeto de exportação.

Estamos com um projeto, temos uma necessidade de expansão fabril. Neste momento, estamos avaliando justamente a decisão de investir para o crescimento de 2026 e 2027. [...] Precisamos tomar a decisão de como é que nós vamos fazer a expansão que vai viabilizar o próximo ciclo de desenvolvimento do negócio, levando em consideração o projeto de exportação.

Abinforma: Quais os desafios que dificultam o crescimento do setor?

Simon: A falta de estabilidade das regras. Por exemplo, relativas à reoneração da folha de pagamentos. A questão da tributação dos benefícios fiscais, tendo que pagar IR e CSSL sobre o benefício fiscal também é um desafio muito grande para as companhias. Um país não progride se não tiver aumento de produtividade e não teremos aumento de produtividade se não investirmos em educação. A empresa tem que fazer a sua parte, mas o Estado também tem que fazer a sua parte.

Abinforma: Qual a importância da associação à Abicalçados?

Simon: Muito grande, representar os interesses da indústria calçadista e mostrar como a indústria é relevante, uma grande geradora de empregos e grande pagadora de impostos que precisa ser vista como uma aliada dos governos. O setor tem que ser visto como um aliado ao fomento no desenvolvimento da economia do Brasil. Temos muita possibilidade de crescer se conseguirmos fortalecer o setor e a Abicalçados é absolutamente fundamental nesse processo.

Abinforma: Para finalizar, qual palavra define o atual momento da empresa e por quê?

Simon: Coragem. Porque estamos tendo a ambição, a coragem de fazer muitos projetos de futuro que precisam ter estrutura, solidez financeira, visão de longo prazo para plantar muitas sementes que vão gerar frutos só lá na frente. É acreditar no Brasil, é acreditar nas possibilidades que a gente pode construir aqui.



Feira norte-americana de calçados deve gerar R\$ 21 milhões

A feira Atlanta Shoe Market, que aconteceu entre os dias 10 e 12 de agosto, em Atlanta, deve gerar mais de R\$ 21 milhões (US\$ 3,88 milhões) para 27 marcas calçadistas brasileiras que participaram com o apoio do Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil). Os resultados estão em relatório do Programa e somam negócios efetivados in loco e alinhavados para os próximos meses.

Carla Giordani, da área de Negócios da Abicalçados, destaca que foram cerca de 200 contatos com compradores dos Estados Unidos e países da América Latina, quase 100 deles inéditos para as marcas brasileiras. In loco, foram comercializados mais de 34 mil pares de calçados, número que salta para 264 mil pares se somados os negócios que ficaram alinhavados na feira. “Tivemos o recorde de participação de marcas brasileiras apoiadas pelo Programa, além de resultados 20% superiores aos registrados na feira do ano passado”, conta Carla.

Participando pela primeira vez da Atlanta Shoe Market, a Ramarim estava satisfeita com os resultados alcançados. “A experiência superou as nossas expectativas. É uma feira diferente das que estamos acostumados, com foco maior no lojista. Tivemos novos e importantes contatos”, avalia a gerente de Exportação da empresa, Tatiana Müller.

Paula Gerhand, coordenadora comercial da Cocco Miami, destaca que, apesar de uma visitação menos expressiva do que em outras edições, os compradores estavam focados em negócios. “Fechamos negócios importantes, entre eles com novos clientes de Michigan e Nova Orleans, além de receber tradicionais parceiros do mercado dos Estados Unidos”, conta Paula.

Participaram da Atlanta Shoe Market, com o apoio do Brazilian Footwear, as marcas Arezzo, Schutz, Beira Rio, Moleca, Vizzano, Modare Ultraconforto, Molekinha, Molequinho, Activita, BR Sport, Bottero, Itapuã, New Face, Pegada, Ramarim, Comfortflex, Vicenza, Cartago, Ipanema, Melissa, Mini Melissa, Levecomfort, Leveterapia, West Coast, Piccadilly, Usaflex e Cocco Miami.

Próximas paradas

A Atlanta Shoe Market fez parte de um circuito de feiras calçadistas nos Estados Unidos. A próxima parada será na Magic Las Vegas, entre os dias 19 e 21 de agosto. As marcas Carrano, Lavish by Trícia Milaneze e Camu Camu participam da feira apoiadas pelo Brazilian Footwear. Encerrando o circuito de mostras, Beira Rio, Vizzano, Moleca, Modare Ultraconforto, Molekinha, Molequinho, Activita, BR Sport e Carrano participam da Magic NY, entre os dias 22 e 24 de setembro, também apoiadas pelo Programa.

Mercado

O mercado estadunidense consome, anualmente, mais de 2,6 bilhões de pares, quase todos importados. Atualmente, os Estados Unidos são o principal mercado internacional para o calçado brasileiro. Entre janeiro e julho, foram embarcados para lá 5,97 milhões de pares de calçados verde-amarelos, que geraram US\$ 125,96 milhões.



Brazilian Footwear lança novos conteúdos para promoção do calçado *Made in Brazil*

O ambiente de conexões e negócios da última edição da BFSHOW, realizada em maio, também serviu como estúdio de captação para os novos conteúdos de comunicação do Brazilian Footwear, programa de fomento às exportações de calçados mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil). Os materiais multimídia, que começaram a ser divulgados na última semana de julho e foram produzidos durante os três dias da BFSHOW, tem como objetivo promover a indústria a partir dos diferenciais dos sapatos “*made in Brazil*”.

A irreverência e o colorido dos lambe-lambes estão presentes nos três materiais audiovisuais: BF Talks, BF Question e 30 Seconds w/ Brazilian Footwear. Cada série é composta por seis vídeos desdobrados em três versões: português, inglês e espanhol. Além disso, a campanha deste segundo semestre tem ainda uma produção de moda. Ao todo, 22 empresas de diferentes segmentos e polos calçadistas participam das iniciativas de conteúdo para promoção internacional da indústria verde-amarela.

Com a participação de lideranças das marcas calçadistas, compradores e formadores de opinião internacionais, o BF Talks é uma série que aborda seis temáticas e características da maior indústria de calçados do Ocidente. Cada videocast tem diferentes convidados e eles compartilham informações sobre as temáticas: marca própria, *private label*, design, sustentabilidade e ESG, impacto social e oportunidades na América Latina, este último realizado apenas com os convidados internacionais.

A coordenadora de Comunicação da Abicalçados, Alice Rodrigues, enfatiza que a produção é uma forma de compartilharmos e destacarmos os diferenciais da indústria verde-amarela. “Com esta campanha, buscamos apresentar de forma leve e envolvente a indústria calçadista brasileira, por meio de bate-papos que oferecem uma visão abrangente tanto da perspectiva dos produtores quanto dos compradores internacionais”. Os seis episódios estarão disponíveis nas próximas semanas no canal do Brazilian Footwear no YouTube, na plataforma [BrazilianFootwear.com](https://www.brazilianfootwear.com) e serão ativados mensalmente nas redes sociais do Programa.

Redes sociais

As outras duas produções audiovisuais foram pensadas como conteúdos exclusivos das redes sociais do Brazilian Footwear. Tanto o BF Question como o 30 Seconds w/ Brazilian Footwear trazem o olhar de compradores e de jornalistas internacionais sobre a indústria calçadista brasileira. Convidados de diferentes nacionalidades contam, em variados idiomas, os motivos pelos quais buscam o calçado “*made in Brazil*”.

Brazilian Footwear

No BF Question, os seis convidados respondem a uma pergunta. Enquanto alguns foram questionados sobre o diferencial da indústria brasileira, outros falaram sobre a razão de comprarem calçados produzidos no Brasil. Em formato de pergunta e resposta rápida, no 30 Seconds w/ Brazilian Footwear outros seis convidados responderam sobre moda nacional, apostas, *best-seller* e o “*match*” entre o Brasil e o seu país. “Conseguimos com essas produções mostrar a pluralidade de países que a indústria calçadista brasileira trabalha e a visão deles sobre o nosso produto, que está presente em mais de 170 nações”, frisa Alice.

Moda

Ainda dentro da campanha do Brazilian Footwear para o segundo semestre deste ano, os lambe-lambes que foram escolhidos para acompanhar a comunicação internacional da indústria calçadista em 2024 ganharam novos *layouts*, tonalidades e até mensagens. O novo editorial de moda foi produzido e as fotos e os vídeos já começaram a ser ativados em junho deste ano.





Exportações de calçados caíram 23% nos sete primeiros meses

Dados elaborados pela Abicalçados apontam que, entre janeiro e julho, a indústria calçadista embarcou 56,2 milhões de pares, que geraram US\$ 570,25 milhões, resultados inferiores tanto em volume (-23%) quanto em receita (-21,6%) em relação ao mesmo período do ano passado.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que existe uma expectativa de atenuação das quedas ao longo do segundo semestre, mas que o setor, mesmo assim, deverá encerrar o ano com dados negativos “na casa de dois dígitos”. “Em 2024, além da baixa dinâmica do consumo internacional, estamos com dificuldades adicionais nos dois principais destinos do calçado brasileiro no exterior. Nos Estados Unidos, temos uma invasão de calçados asiáticos, que vêm ganhando *market share* em detrimento do nosso produto. Já na Argentina, temos uma crise interna que vem afetando diretamente a nossa performance. No início do ano, esperávamos uma recuperação econômica mais rápida, o que não está acontecendo”, avalia o dirigente.

Destinos

O principal destino do calçado brasileiro no exterior segue sendo os Estados Unidos, que entre janeiro e julho importaram 5,97 milhões de pares de calçados verde-amarelos, pelos quais foram pagos US\$ 125,96 milhões, resultados inferiores tanto em volume (-5,4%) quanto em receita (-7,5%) em relação ao mesmo período do ano passado.

Em crise econômica e consumo em queda, a Argentina está com suas importações em declínio. Nos sete primeiros meses de 2024, os *hermanos* importaram 5,84 milhões de pares verde-amarelos por US\$ 112,17 milhões, resultados inferiores tanto em volume (-37,6%) quanto em receita (-24,9%) em relação ao mesmo intervalo de 2023.

Ultrapassando a França como terceiro destino do calçado brasileiro no exterior, o Paraguai importou 4,85 milhões de pares por US\$ 24,7 milhões nos sete primeiros meses de 2024. Os resultados são inferiores tanto em volume (-16%) quanto em receita (-8,9%) em relação ao mesmo íterim do ano passado.

Importações crescem acima de dois dígitos

No acumulado dos sete meses, as importações somaram 20,85 milhões de pares e US\$ 258,8 milhões, incremento de 10,2% em volume e queda de 5,5% em receita no comparativo com o mesmo período de 2023. As principais origens seguem sendo os países asiáticos (veja o gráfico).

ALERTA PARA NOVOS PLAYERS ASIÁTICOS

Dois países asiáticos que anos atrás eram pouco representativos nas importações apareceram entre as principais origens em 2024 e acenderam a “luz de alerta” da indústria calçadista nacional.

Entre os principais exportadores de calçados para o Brasil, surgiram dois novos *players* asiáticos. Com incremento de 121,2% nas suas exportações para o Brasil, Camboja foi a origem de 546 mil pares importados no período. Também apareceu Mianmar, com aumento de 157,4% nas suas exportações para o Brasil, o que significa 197,84 mil pares.

Acerca das partes de calçados - cabedais, palmilhas, solas, saltos etc - as importações de janeiro a julho somaram US\$ 20,9 milhões, 27% mais do que no mesmo íterim de 2023. As principais origens foram China, Paraguai e Estados Unidos.

Exportações

PRINCIPAIS ORIGENS

Três primeiros estados do ranking e o total do período

RS

RIO GRANDE DO SUL

JAN - JUL 2023: 21,43 milhões de pares

JAN - JUL 2024: 17,93 milhões de pares

VARIAÇÃO: -16,3%

CE

CEARÁ

JAN - JUL 2023: 22,39 milhões de pares

JAN - JUL 2024: 17,53 milhões de pares

VARIAÇÃO: -21,7%

PB

PARAÍBA

JAN - JUL 2023: 11,14 milhões de pares

JAN - JUL 2024: 10,02 milhões de pares

VARIAÇÃO: -13,7%

TOTAL

JAN - JUL 2023: 72,93 milhões de pares

JAN - JUL 2024: 56,20 milhões de pares

VARIAÇÃO: -22,9%

Importações

PRINCIPAIS ORIGENS

Três primeiros estados do ranking e o total do período

China

JAN - JUL 2023: 7,90 milhões de pares

JAN - JUL 2024: 7,40 milhões de pares

VARIAÇÃO: -4,3%

Vietnã

JAN - JUL 2023: 5,90 milhões de pares

JAN - JUL 2024: 6,58 milhões de pares

VARIAÇÃO: 11,6%

Indonésia

JAN - JUL 2023: 2,52 milhões de pares

JAN - JUL 2024: 2,91 milhões de pares

VARIAÇÃO: 16,6%

TOTAL

JAN - JUL 2023: 18,92 milhões de pares






JAN - JUL 2024: 20,58 milhões de pares

VARIAÇÃO: 15,4%

Agosto 2024 | Nº 387 | Ano 34

Abinforma

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

 abicalcados
 abicalcadosoficial
 abicalcados
 company/abicalcados
 abicalcados



www.abicalcados.com.br