

Abinforma

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados



ESPECIAL

Análise de cenários aponta crescimento do setor calçadista alavancado pelo mercado interno

Leia também:

Conexão Origem Sustentável confirma palestras de grandes cases de ESG

13

De diferentes portes e polos, nove empresas associam-se à Abicalçados

24

Feira italiana gerou mais de US\$ 26 milhões para marcas calçadistas

32



Como a China pode acabar com a indústria de calçados no Brasil?

Haroldo Ferreira
Presidente-executivo da Abicalçados

Desde o início do ano, temos repetido, mês a mês, uma performance padrão. Com o mercado interno aquecido, com crescimento do nível de renda das famílias e queda do desemprego, comemoramos o incremento das vendas no varejo. Entre janeiro e julho, o consumo de calçados no mercado brasileiro aumentou 9% e já está 3,6% mais elevado do que no pré-pandemia, em 2019. Por outro lado, quando falamos de balança comercial, o quadro muda bruscamente.

Entre janeiro a setembro, dados elaborados pela Abicalçados apontam que as exportações de calçados somaram 71,64 milhões de pares, 21% menos do que no mesmo período do ano passado. Já as importações do mesmo intervalo somaram 27 milhões de pares, incremento de 17,3% em relação ao período correspondente de 2023. Com isso, registramos uma queda de 30% no saldo da nossa balança comercial.

"Gera ainda mais preocupação no setor calçadista brasileiro a possibilidade da criação de um acordo de livre comércio entre o Mercosul e a China."

A queda nas exportações já era esperada, visto a instabilidade do mercado internacional e sobretudo o avanço asiático sobre os nossos principais mercados. Já o crescimento das importações, sobretudo da Ásia, segue preocupando as fabricantes brasileiras e colocando em xeque a recuperação do setor. Respondendo por cerca de 90% dos calçados que entram no Brasil, os países asiáticos seguem puxando as importações para cima.

Gera ainda mais preocupação no setor calçadista brasileiro a possibilidade da criação de um acordo de livre comércio entre o Mercosul e a China, o que tornaria a nossa indústria ainda mais vulnerável diante de calçados com preços ínfimos que entrariam no Brasil sem pagar qualquer imposto ou sobretaxa - hoje os sapatos chineses pagam 35% de imposto de importação mais a sobretaxa de US\$ 10,22 por par. Você, leitor(a), consegue imaginar a situação para as fabricantes locais? Como concorrer com o mínimo de equidade com um produto que entra no Brasil a um preço médio de US\$ 3 (pouco mais do que R\$ 15), ao custo de uma mão de obra precária e com poucos direitos trabalhistas, já que a China tem baixíssima ratificação de convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT)? Baixo nível de produção sustentável e de práticas de ESG? Ora, simplesmente seríamos - ainda mais - inundados de produtos chineses baratos e de baixa qualidade, o que inviabilizaria a sobrevivência da indústria calçadista e seus quase 300 mil empregos diretos gerados no Brasil.

Esperemos que o assunto que tanto assusta a indústria calçadista nacional não avance e que possamos seguir com a nossa gradual recuperação, depois de uma pandemia que afetou severamente a nossa atividade.

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 Spineli 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

Outubro 2024 N° 389 - Ano 34

EDIÇÃO

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

Abicalçados revisa previsão de crescimento do setor para até 3,2%

12

OLHAR DE ESPECIALISTA

Brasil, um país paralisado diante do futuro

13

ABINOTÍCIAS

BFSHOW deve confirmar projeções de crescimento do setor calçadista

16

ABINOTÍCIAS

Conexão Origem Sustentável confirma palestras de grandes cases de ESG

19

ABINOTÍCIAS

Abicalçados diz que elevação de juros desestimula investimentos e demanda

20

ABINOTÍCIAS

Abicalçados realiza visitas a empresas calçadistas em MG e SP

23

ABINOTÍCIAS

"Invasão chinesa" coloca em risco recuperação de empregos calçadistas

25

ABINOTÍCIAS

De diferentes portes e polos, nove empresas associam-se à Abicalçados

27

ACONTECE NOS POLOS

Semana da Indústria de Birigui ocorre em outubro

28

ABI ENTREVISTA

Calçados ALA: 40 anos de credibilidade de Santa Catarina para o mundo

32

BRAZILIAN FOOTWEAR

Feira italiana gerou mais de US\$ 26 milhões para marcas calçadistas

34

BRAZILIAN FOOTWEAR

Feiras nos Estados Unidos devem gerar US\$ 3,9 milhões em exportações de calçados

35

BALANÇA COMERCIAL

Exportações de calçados dão sinais de arrefecimento de queda

06 DE SETEMBRO DE 2024 EXCLUSIVO

Confira as principais redes confirmadas na BFSHOW



A 3ª edição da BFSHOW, feira de calçados realizada pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) com organização da NürnbergMesse Brasil, gera grandes expectativas para o setor calçadista. O evento, que será realizado entre 11 e 13 de novembro, reunirá fabricantes que respondem por 80% da produção nacional. Também conta com a presença de milhares de lojistas brasileiros e importadores de todo o mundo. O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que o momento é positivo para a indústria calçadista nacional, o que deve refletir na feira. "Para o ano, a expectativa é que produziremos cerca de 870 milhões de pares. É um incremento de mais de 2% frente a 2023, crescimento que estará ancorado no mercado interno. A BFSHOW é um termômetro para o setor e portanto deve refletir esse bom momento do consumo doméstico", projeta o dirigente.

[Leia a matéria completa aqui.](#)

10 DE SETEMBRO DE 2024 COMEX DO BRASIL

Exportações de calçados acumulam forte queda no ano, afetadas pela concorrência asiática

Dados elaborados pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) apontam que, entre janeiro e agosto, as exportações de calçados somaram 63,87 milhões de pares e US\$ 654,78 milhões, quedas tanto em volume (-22,4%) quanto em receita (-20,4%) em relação ao mesmo período do ano passado. O cenário é diferente nas importações de calçados, que no mesmo período somaram 23,94 milhões de pares e US\$ 300,44 milhões, incremento de 12,1% em volume e queda de 5,1% em receita no comparativo com intervalo correspondente do ano passado. Conforme a Abicalçados, o aumento das importações e a queda das exportações resultaram em queda de 30% no saldo da balança comercial do setor. "Em agosto, tivemos uma queda brusca no volume exportado para a Argentina (-30,8%), que é nosso segundo principal destino no exterior e que vem puxando as exportações brasileiras de calçados para baixo", comenta o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira.

[Leia a matéria completa aqui.](#)



11 DE SETEMBRO DE 2024 RBS TV

Saldo da balança comercial do setor calçadista brasileiro cai 30% até agosto



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

[Assista aqui.](#)

12 DE SETEMBRO DE 2024 ISTOÉ GERAL

Produção de calçados cresce 3,9% de janeiro a julho ante mesmo período de 2023, diz Abicalçados

Economia

Produção de calçados cresce 3,9% de janeiro a julho ante mesmo período de 2023, diz Abicalçados

ESTADÃO CONTEUDO
12/09/2024 - 16:42

A produção de calçados cresceu 3,9% entre janeiro e julho no comparativo com o mesmo período do ano passado. Nos sete meses computados, foram produzidos 500,7 milhões de pares de calçados. Os dados são elaborados pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), com base nos índices do IBGE.

"A produção calçadista deve encerrar o ano com crescimento sustentado, principalmente, pelo mercado doméstico, mesmo com uma expectativa de gradual melhora do cenário internacional ao longo do segundo semestre", comenta a coordenadora de Inteligência de Mercado da Abicalçados, Priscila Linck.

A Abicalçados organiza no fim do mês o evento Análise de Cenários com dados de consumo, exportações, importações e empregos no setor. O evento é gratuito e acontecerá de forma presencial entre 30 de setembro e 9 de outubro nos polos calçadistas de Franca, Jai e Birigui, no Estado de São Paulo, além do formato online.

A produção de calçados cresceu 3,9% entre janeiro e julho no comparativo com o mesmo período do ano passado. Nos sete meses computados, foram produzidos 500,7 milhões de pares de calçados. Os dados são elaborados pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), com base nos índices do IBGE. "A produção calçadista deve encerrar o ano com crescimento sustentado, principalmente, pelo mercado doméstico, mesmo com uma expectativa de gradual melhora do cenário internacional ao longo do segundo semestre", comenta a coordenadora de Inteligência de Mercado da Abicalçados, Priscila Linck.

[Leia a matéria completa aqui.](#)

17 DE SETEMBRO DE 2024 JORNAL NH ECONOMIA

BFSHOW vai reunir o cluster calçadista

A 3ª edição da BFSHOW, realizada pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) com organização da NürnbergMesse Brasil, gera grandes expectativas para o setor calçadista. O evento ocorrerá entre os dias 11 e 13 de novembro, no Novo Distrito Anhembi, em São Paulo (SP), com fabricantes que respondem por 80% da produção nacional, com destaque para marcas da região. Lojistas e importadores de todo o mundo também já confirmaram presença. O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que o momento é positivo para a indústria nacional e isso deve refletir na feira. "Para o ano, a expectativa é que produziremos cerca de 870 milhões de pares, um incremento de mais de 2% frente a 2023, crescimento que estará ancorado no mercado interno. A BFSHOW é um termômetro para o setor e portanto deve refletir esse bom momento do consumo doméstico."

[Leia a matéria completa aqui.](#)

Uso

Economia

Juliana Nunes / empresanh@gruposinos.com.br
Adriana Tauchert / adriana.tauchert@gruposinos.com.br

BFSHOW vai reunir o cluster calçadista

Fabricantes e lojistas do setor do calçado irão se encontrar na edição de novembro em São Paulo

A 3ª edição da BFSHOW, realizada pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) com organização da NürnbergMesse Brasil, gera grandes expectativas para o setor calçadista. O evento ocorrerá entre os dias 11 e 13 de novembro, no Novo Distrito Anhembi, em São Paulo (SP), com fabricantes que respondem por 80% da produção nacional, com destaque para marcas da região. Lojistas e importadores de todo o mundo também já confirmaram presença. O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que o momento é positivo para a indústria nacional e isso deve refletir na feira.

"Para o ano, a expectativa é que produziremos cerca de 870 milhões de pares, um incremento de mais de 2% frente a 2023, crescimento que estará ancorado no mercado interno. A BFSHOW é um termômetro para o setor e portanto deve refletir esse bom momento do consumo doméstico."

Na BFSHOW, realizada em maio deste ano, mais de 9 mil visitantes fizeram negócios com mais de 310 marcas brasileiras de calçados. E segundo a Abicalçados, estes números devem ser superados na edição de novembro.

Edição realizada em maio teve mais de 9 mil visitantes

Leia mais em abicalcados.com/economia

abc

Câmbio (R\$)

Moeda	Co
Dólar comercial	R\$ 1,1
Dólar turismo	R\$ 1,1
Euro turismo	R\$ 1,1

Valores refe

18 DE SETEMBRO DE 2024 PORTAL RADAR

Abicalçados e Assintecal se unem para criar o evento Conexão Origem Sustentável

Abicalçados e Assintecal se unem para criar o evento Conexão Origem Sustentável

ED79 - Radar

CONEXÃO ORIGEM SUSTENTÁVEL

O principal ponto de encontro para programar e promover o futuro do B2B no calçado brasileiro.

O avanço e os desafios das práticas ESG na cadeia calçadista brasileira serão pautas do Conexão Origem Sustentável, evento que lança sua primeira edição neste ano de 2024. O evento, agendado para 15 de outubro, busca se tornar o ponto de encontro de lideranças e profissionais do setor para debater práticas sustentáveis na atividade. Programado para o Centro de Eventos da Faccat, em Taquara/RS, o evento é uma realização conjunta da Abicalçados e da Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal).

[Leia a matéria completa aqui.](#)

Abicalçados revisa previsão de crescimento do setor para até 3,2%



Com base no crescimento do consumo doméstico de calçados, a Abicalçados revisou a projeção de crescimento da produção do setor para 2024. Agora, o incremento deve ficar entre 1,9% e 3,2% sobre 2023, o que significa uma produção de 882 milhões a 893 milhões de pares. A projeção foi divulgada durante o Análise de Cenários, evento on-line realizado no dia 9 de outubro e conduzido pela coordenadora de Inteligência de Mercado da Abicalçados, Priscila Linck, e pelo doutor em Economia Marcos Lélis.

Lélis abriu o evento traçando um panorama da economia mundial e brasileira. Com a queda de juros no âmbito internacional, principalmente nos Estados Unidos e no Japão, ele citou a melhora no ambiente de negócios. No segundo trimestre, as economias chinesa, estadunidense e da Zona do Euro cresceram 0,7%, 0,7% e 0,3%, respectivamente. Por outro lado, um importante mercado para o calçado brasileiro no exterior segue com dificuldades. A Argentina, no segundo trimestre, viu sua economia despencar 1,7%, chegando ao terceiro trimestre consecutivo de queda.

Para 2024, a projeção do FMI aponta que a economia mundial deve crescer 3,2%, com impulso relevante da China (+5%), Estados Unidos (+2,6%) e da Zona do Euro (+0,9%). Já a economia brasileira deve registrar incremento de 2,5%. “Tratando do PIB brasileiro, crescemos 3,3% no segundo trimestre, número acima do esperado. O resultado foi impactado pela associação entre os aumentos do consumo das famílias e dos investimentos”, ressaltou Lélis, acrescentando que a demanda interna tem crescido mais do que o PIB.

PROJEÇÕES DE CRESCIMENTO DO PIB PARA 2024 E 2025 (%)

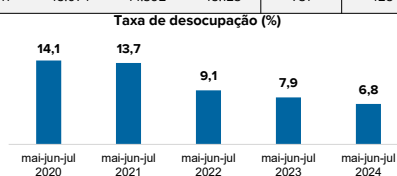
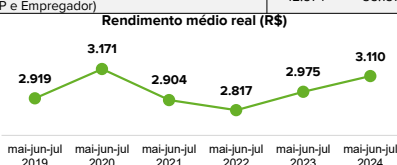
País	Realizado	FMI			OCDE	
	2023	2024	2025	2024	2025	
China	5,2	5,0	4,5	4,9	4,5	
Estados Unidos	2,5	2,6	1,9	2,6	1,8	
Japão	1,9	0,7	1,0	0,5	1,1	
Zona do Euro	0,5	0,9	1,5	0,7	1,5	
Argentina	-1,6	-2,8	5,0	-3,3	2,7	
México	3,2	2,4	1,4	2,2	2,0	
Índia	8,2	7,0	6,5	6,6	6,6	
Brasil	2,9	2,1	2,4	1,9	2,1	
Mundo	3,3	3,2	3,3	3,1	3,2	

Segundo o doutor em Economia, o crescimento da demanda brasileira é resultado da combinação entre a elevação da média dos salários reais (hoje em R\$ 3.110) e nas baixas taxas de desemprego (hoje em 6,8%, a menor nos últimos 12 anos). “Por outro lado, seguimos com problemas com relação ao custo do crédito, ainda muito elevado em função dos aumentos nas taxas básicas de juros.”

EMPREGO (mil pessoas)

Pessoas com 14 anos ou mais ocupadas na semana de referência

Tipo de Ocupação	mai-jun-jul 2019	mai-jun-jul 2020	mai-jun-jul 2021	mai-jun-jul 2022	mai-jun-jul 2023	mai-jun-jul 2024	Variação Média 2023-2024	Variação Média 2024-2019
Empregado no setor privado, exclusive trabalhador doméstico - com carteira de trabalho assinada	34.354	30.679	32.552	35.801	36.995	38.542	1.547	698
Empregado no setor privado, exclusive trabalhador doméstico - sem carteira de trabalho assinada	12.042	9.119	10.918	13.075	13.227	13.916	689	312
Trabalhador doméstico - com carteira de trabalho assinada	1.704	1.324	1.253	1.484	1.494	1.419	-75	-48
Trabalhador doméstico - sem carteira de trabalho assinada	4.398	3.078	3.861	4.348	4.384	4.413	29	3
Empregado no setor público	11.497	11.693	11.438	12.027	12.259	12.695	436	200
Empregador	4.265	3.872	3.683	4.280	4.205	4.252	47	-2
Conta própria com CNPJ	4.770	5.153	6.014	6.556	6.267	6.491	224	287
Conta própria sem CNPJ	19.181	15.954	18.986	19.317	18.998	18.937	-61	-41
Trabalhador familiar auxiliar	2.183	1.853	1.962	1.778	1.516	1.366	-150	-136
Total - Sem Carteira Assinada (Sem SP e Empregador)	42.574	35.157	41.741	45.074	44.392	45.123	731	425

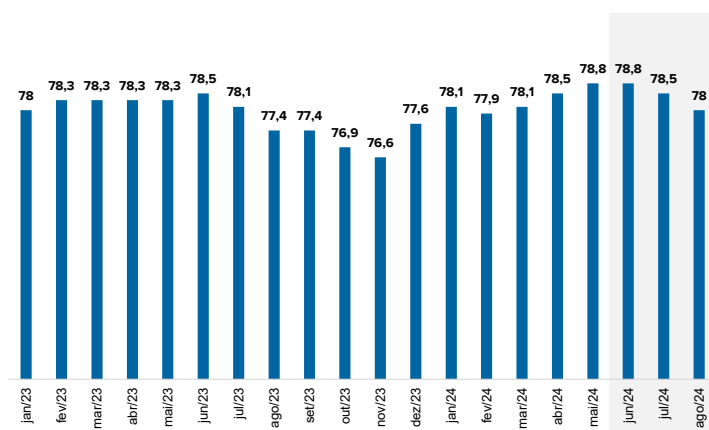


Fonte: IBGE. Nota: Rendimento médio real habitualmente recebido das pessoas de 14 anos ou mais.

O fato reflete no endividamento ainda alto das famílias brasileiras, com uma taxa de 78%. Segundo ele, as constantes elevações da taxa básica de juros podem “travar” o crescimento brasileiro.

ENDIVIDAMENTO DAS FAMÍLIAS

Participação do total de famílias (%)



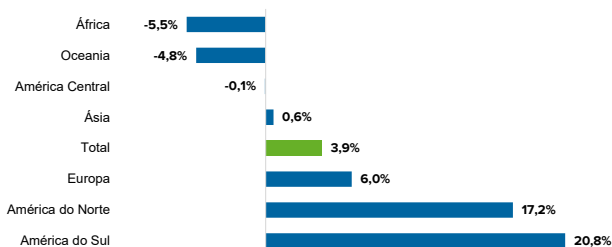
Indústria calçadista

Priscila, que apresentou a segunda parte do Análise de Cenários, discorreu sobre a situação da indústria calçadista brasileira, que hoje enfrenta dificuldades no mercado internacional e uma melhora significativa na demanda doméstica. A economista destacou a forte concorrência chinesa neste cenário, com o país avançando no mercado após dois anos de restrições em função das políticas de Covid Zero e elevados custos de frete. Segundo ela, entre janeiro e julho, as exportações chinesas avançaram 3,9%, principalmente em mercados cativos do calçado verde-amarelo, como países da América do Sul e da América do Norte. “O Brasil vem perdendo participação para os asiáticos no mercado internacional, principalmente para Vietnã, Indonésia e China”, comentou. Entre janeiro e setembro de 2024, as exportações brasileiras caíram 21%, em pares.

EXPORTAÇÕES CHINESAS

Varição das exportações chinesas de calçados por Continente de destino (pares)

Jan-Jul/2023 – Jan-Jul/2024:



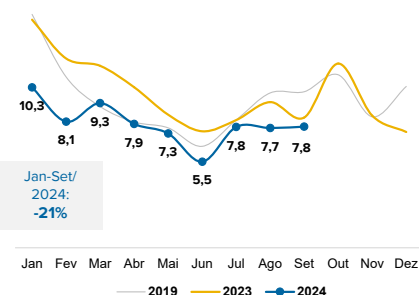
Fonte: General Administration of Customs People's Republic of China.

No quadro traçado, Priscila projetou uma queda de 14,5% a 19,2% na exportação brasileira de 2024, em pares. Também em pares, a economista prevê uma maior estabilidade no mercado internacional ao longo de 2025, com uma banda que vai de 1,9% de queda a 0,2% de crescimento nos embarques.

EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS

Milhões de pares
 Variação mês / mesmo mês do ano anterior (pares)

Milhões de pares



Variação



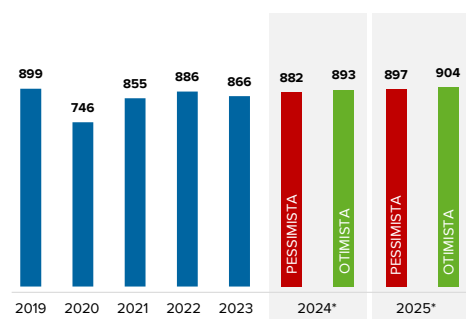
Fonte: Secex.

Recuperação

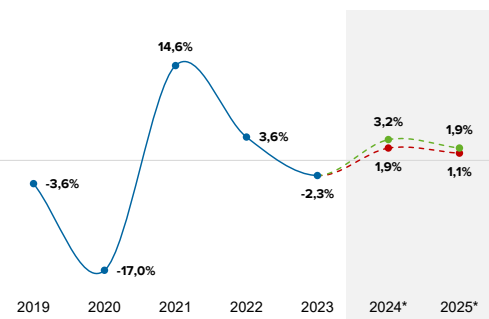
Se nas exportações o quadro segue difícil para a indústria nacional, a realidade muda no mercado doméstico, que historicamente absorve mais de 85% das vendas do setor calçadista brasileiro. Com a produção de calçados tendo crescido 4,4% até agosto, a indústria deve encerrar 2024 produzindo em patamares semelhantes aos da pré-pandemia, em 2019. “Depois de cinco anos, a indústria calçadista parece recuperar as perdas da pandemia de Covid”, informou Priscila.

PRODUÇÃO BRASILEIRA

Milhões de pares



Variação



Fonte: IBGE, Abicalçados.
(*) Projeção Abicalçados.

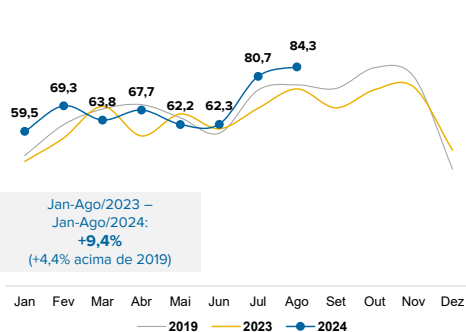
Neste contexto, o crescimento da atividade, em 2025, deve estabilizar, alcançando índices entre 1,1% e 1,9% na produção, o que significa 897 milhões e 904 milhões de pares produzidos, sendo que mais de 89% dessa produção deve ser destinada ao mercado interno brasileiro.

CONSUMO APARENTE NO BRASIL

Milhões de pares

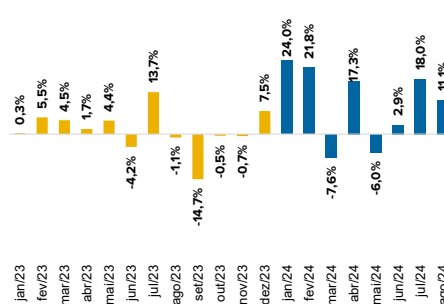
Variação mês / mesmo mês do ano anterior (pares)

Milhões de pares



Fonte: Abicalçados, com base em IBGE e Secex.

Variação



Além da apresentação on-line, o Análise de Cenários foi realizado fisicamente nos polos calçadistas paulistas de Franca, Jaú e Birigui. O evento foi uma realização da Abicalçados com patrocínio do grupo FCC e apoio da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), Governo Federal, Sindifranca, Sindicalçados Jaú e Sinbi.

CONFIRA OS PRINCIPAIS DADOS E PROJEÇÕES DO ANÁLISE DE CENÁRIOS:

Produção de calçados em pares (consolidada):

+4,4% de janeiro a agosto no comparativo com mesmo período de 2023;

Exportações de calçados em pares (consolidada):

-21% de janeiro a setembro no comparativo com mesmo período de 2023;

Consumo aparente em pares (consolidado):

+9,4% de janeiro a setembro no comparativo com mesmo período de 2023;

Produção de calçados 2024 em pares (projeção):

Entre **+1,9%** e **+3,2%** (882 milhões de pares e 893 milhões de pares);

Produção de calçados 2025 em pares (projeção):

Entre **+1,1%** e **+1,9%** (897 milhões de pares e 904 milhões de pares);

Exportações de calçados 2024 em pares (projeção):

Entre **-19,2%** e **-14,5%** (95,6 milhões de pares e 101,2 milhões de pares);

Exportações de calçados 2025 em pares (projeção):

Entre **-1,9%** e **+0,2%** (96,5 milhões de pares e 98,6 milhões de pares).



Brasil, um país paralisado diante do futuro

Léo de Castro

Vice-presidente da Confederação Nacional da Indústria (CNI) e presidente do Conselho de Política Industrial e Desenvolvimento Tecnológico da CNI (COPIN).

O tempo passa, o mundo avança e o Brasil infelizmente continua paralisado diante de velhos desafios que conhecemos há décadas. Vemos a contradição de um discurso político anunciando um futuro de desenvolvimento e prosperidade, mas, na prática, não fazemos o necessário dever de casa. Não existe caminho fácil.

Sabemos das nossas oportunidades na economia mundial, da necessidade de estimular o setor industrial, como fazem as grandes potências como EUA, China e União Europeia, e sabemos que precisamos equilibrar as contas públicas, que no fim do dia é o que permite o controle da inflação, a queda dos juros e a ampliação do consumo.

Contudo, permanecemos imóveis. A agenda fiscal não deslança, o ministro Fernando Haddad parece pregar no deserto e, dias atrás, o presidente da República até admitiu cortar gastos – mas somente a partir do ano que vem. Uma posição absolutamente incompatível com a urgência da nação.

Na semana passada, saiu o ranking global de competitividade dos países: o Brasil ficou em 62º lugar entre as 67 economias pesquisadas. Estamos próximos de nações como Nigéria, Argentina e Venezuela.

No indicador “Eficiência governamental” o Brasil está em último, não por acaso. O estudo é feito pelo IMD – Institute for Management Development, com sede na Suíça, e há cinco anos o Brasil está entre as 10 piores posições.

Para termos eficiência governamental, que é o principal critério que nos deixa mal perante o mundo no ranking de competitividade, precisamos qualificar as nossas lideranças. Precisamos de líderes preparados, com visão de mundo, com coragem para enfrentar os desafios e capacidade de colocar os interesses do País à frente dos seus interesses pessoais, partidários ou setoriais.

Diante do impasse sobre o ajuste fiscal, o presidente da República disse dias atrás ter ficado “mal impressionado” com os incentivos ao setor produtivo, que, na verdade, representam uma forma de atenuar o peso do Custo Brasil. Esses incentivos hoje representam cerca de R\$ 600 bilhões. Ora, o Custo Brasil representa R\$ 1,7 trilhão! Com pirataria, contrabando e ligações clandestinas de água e luz, o país perde outros R\$ 453,5 bilhões. Por que não vemos a mesma indignação diante dessas cifras alarmantes?

Temo parecer repetitivo em alguns pontos, mas penso que repetitiva é a agenda, que permanece a mesma e não avança, tornando necessário voltar à mesma tecla. No momento, nos resta nos mobilizarmos para que tenhamos mais atenção na escolha de nossos representantes em todas as instâncias e fóruns, públicos e privados, observando o senso de urgência e os critérios de competência, meritocracia e capacidade de entrega. É o único caminho que nos fará avançar, saindo da inércia.



BFSHOW deve confirmar projeções de crescimento do setor calçadista

Principal feira de calçados do Brasil, a BFSHOW deve confirmar as projeções otimistas do setor calçadista para 2024 e construir bases para a sequência de crescimento no próximo ano. A expectativa é de promotores e expositores já confirmados no evento, como Democrata, Via Marte e Di Valentini. A 3ª edição da feira, que acontece entre os dias 11 e 13 de novembro, no Distrito Anhembi, em São Paulo/SP, é uma promoção da Abicalçados com organização da promotora NürnbergMesse Brasil.

Com projeção de um crescimento produtivo que ultrapassa 3%, para mais de 880 milhões de pares, a indústria calçadista nacional enxerga a feira como um “termômetro” que deve confirmar as expectativas positivas. “A necessidade de reabastecimento para o final de ano, visto o crescimento do varejo ao longo de 2024, nos permite fazer uma estimativa positiva de negócios para a BFSHOW”, avalia o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira.

A localização do evento é outro atrativo importante, já que a feira permanece em São Paulo e agora em local definitivo, o recém-reformado Distrito Anhembi, ambiente de fácil acesso para visitantes da capital, do interior paulista, de outros estados brasileiros e também de fora do País. “A BFSHOW é a única feira de calçados a acontecer na capital econômica da América Latina, que consome, no varejo doméstico, mais de 40% dos calçados produzidos pela indústria nacional. Além disso, as facilidades de logística, com a proximidade com o aeroporto internacional de Guarulhos e também com Congonhas, atraindo ainda mais visitantes de grandes centros de consumo do Brasil e de fora dele”, aponta o CEO da NürnbergMesse Brasil, João Paulo Picolo.

O coro otimista é endossado pelos expositores já confirmados - atualmente já são mais de 280 das principais marcas brasileiras de calçados presentes. Uma das confirmadas é a Democrata, de Franca/SP, tradicional produtora do segmento masculino, que recentemente lançou sua primeira coleção de calçados femininos. O diretor comercial da empresa, Marcelo Paludetto, destaca que as expectativas são bastante positivas. “O ano de 2024 está sendo muito bom para a Democrata, tanto no mercado interno quanto internacional, com uma previsão de crescimento de 16%. A BFSHOW vai ajudar a consolidar isso e preparar bases para um crescimento de cerca de 15% em 2025, levando em consideração as vendas do mercado interno e sobretudo as exportações da empresa”, projeta.

Termômetro

Para o diretor da Via Marte, de Nova Hartz/RS, uma das principais produtoras de calçados femininos do Brasil, Daniel Gewehr, a expectativa para a BFSHOW é positiva, especialmente com relação à visitação de lojistas de São Paulo e do Nordeste brasileiro. “A localização da BFSHOW será importante para atrair esses visitantes, além de importadores, diante da facilidade de acesso por ela acontecer próxima a um aeroporto internacional”, avalia Gewehr, ressaltando que a empresa pretende ampliar a fatia produzida exportada em 2025, de 12% para 17%. Segundo ele, a performance na feira será um termômetro para a empresa, que estima um crescimento entre 5% e 8% na sua produção até o final de 2024.

A Di Valentini, que produz calçados femininos em São João Batista/SC, enxerga a BFSHOW como a oportunidade de confirmar a estimativa de crescimento de 5% na produção para 2024 e uma sequência de mais 8% de incremento produtivo para o próximo ano. “Estaremos na feira com força total, com todo o nosso time de vendas e com a coleção completa Inverno 2025. Tenho certeza que BFSHOW será um passo importante para atingirmos nossas metas de crescimento”, prevê o diretor da marca, José Osterno Filho.

Crescimento da feira

Em sua terceira edição, a BFSHOW já é a principal feira de calçados do Brasil, com uma área expositiva de mais de 11 mil metros quadrados - o dobro de novembro passado - no moderno Distrito Anhembi, na capital paulista. Para a mostra de novembro, é esperada a visitação de mais de 10 mil compradores nacionais e internacionais, sendo que os importadores também serão trazidos por meio de esforço conjunto realizado pela Abicalçados, NürnbergMesse Brasil e Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil). Mais informações e credenciamento no site www.bfshow.com.br.

SERVIÇO

3ª BFSHOW

Data:

11 a 13 de novembro de 2024 (segunda-feira a quarta-feira)

Local:

Distrito Anhembi - Av. Olavo Fontoura, 1.209, no Parque Anhembi, São Paulo/SP

Mais informações e credenciamento: www.bfshow.com.br

OS NEGÓCIOS

ACONTECEM

NA BFSHOW

*E você pode
garantir a
sua presença!*

**INSCREVA-SE
AGORA MESMO
CLIQUE AQUI**



**11
a 13**

novembro 2024

*Na mesma cidade,
em novo endereço.*

SÃO PAULO/SP

Distrito Anhembi —

BFSHOW
A FEIRA DO CALÇADO BRASILEIRO

Conexão Origem Sustentável confirma palestras de grandes cases de ESG



O evento Conexão Origem Sustentável, criado pela Abicalçados e Associação Brasileira das Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal) para promover o debate acerca da prática ESG na cadeia calçadista, está com a programação completa. Entre os cases confirmados para a apresentação estão Tramontina, Suzano, C&A, Fruki e Mosaiclab. Além de cinco palestras com cases multissetoriais, o evento promoverá um painel sobre o Origem Sustentável, único programa de certificação de práticas ESG voltado para a cadeia produtiva do calçado no mundo, e um coquetel de *networking* visando conectar empresas, *startups* e fornecedores relacionados às práticas sustentáveis com o público. O encontro acontece no próximo dia 15 de outubro, no Centro de Eventos da Faccat, em Taquara/RS.

Com o título Panorama do ESG para o mercado e consumo, a palestra do Mosaiclab será conduzida pelo sócio-fundador da empresa, Ricardo Contrera. Na oportunidade, será apresentado um panorama de como as marcas e o varejo estão posicionadas no tema ESG, além de trazer *insights* do consumidor para ajudar as empresas a desenvolver o tema em suas ofertas. Além de ser fundador da empresa de inteligência de marketing da Gouvêa Ecosystem, Contrera possui uma extensa carreira construída nas áreas de Marketing e pesquisa de empresas como Batavo, Clorox, Diageo, Nielsen e Ipsos.

A segunda palestra será da Tramontina e abordará Liderança e ação para um futuro sustentável. Sob o encargo de Lizandra Rostellato Marin, gerente de Sustentabilidade da empresa, a apresentação focará em como o tema faz parte da história da marca e como potencializa a vocação do grupo de unir, de forma singular, tradição, inovação e sustentabilidade. Lizandra atua há 24 anos na Tramontina, onde participou da criação do Comitê Ambiental, em 2014, e do Comitê ESG, em 2021, do qual é coordenadora.

Na sequência, Fruki e Ecovalor apresentam a palestra Compromisso sustentável, com Fabíola Eggers, gerente de Relações Institucionais da Fruki, e Elias Neto, CEO da Ecovalor. Na exposição, serão abordados os desafios da empresa e seus aprendizados na jornada da sustentabilidade econômica, social e ambiental. Com 100 anos completos em 2024, a Fruki é uma das mais tradicionais e longevas marcas brasileiras. Fabíola é também diretora e coordenadora da Divisão ESG da Federação de Entidades Empresariais do Rio Grande Sul (Federasul), membro do Conselho de Empresas Familiares do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) e diretora da Câmara Brasil Alemanha (AHK), entre outras atividades associativas. Já Neto, além de liderar a Ecovalor, acumula mais de 15 anos de experiência em consultoria empresarial nas áreas de Sustentabilidade e ESG e é consultor técnico do Origem Sustentável.

Sob o título de Sustentabilidade e cadeia de valor – desafios e oportunidades, a apresentação da Suzano será conduzida por Francisco Martins Rollo, gerente de Excelência Ambiental da empresa. Segundo ele, em um cenário no qual a sustentabilidade se torna cada vez mais crucial para o desenvolvimento dos negócios em diversas escalas, é fundamental enfrentar desafios relacionados à implementação eficaz de práticas sustentáveis. “A palestra abordará como a Suzano tem navegado na sua jornada de sustentabilidade, compartilhando as lições aprendidas e as melhores práticas adotadas. Serão discutidos aspectos relacionados ao aprimoramento da cadeia de valor e ao estímulo à inovação, destacando como o setor calçadista pode avançar significativamente nessa área crucial”, adianta. Gerente de Excelência Ambiental na Suzano, Rollo possui mais de 15 anos de experiência nas áreas de sustentabilidade corporativa, silvicultura, licenciamento ambiental, processos agroindustriais e gestão estratégica de sustentabilidade. Sua carreira inclui passagens por consultorias e multinacionais, e possui ampla experiência na coordenação de projetos complexos e de grande porte na África e na América Latina.

Representando o varejo, a C&A terá sua palestra conduzida por Kelly M. Braz, gerente de Calçados da empresa. Com o título Agilidade, modernização no mercado e monitoramento da cadeia de fornecedores, a apresentação ressaltará a agilidade como um fator crucial para se manter competitivo, enfocando que essa rapidez deve ser acompanhada por práticas sustentáveis, com um monitoramento rigoroso da cadeia de fornecedores para garantir que todos os elos da produção estejam alinhados com os princípios ambientais e éticos. “A velocidade com que uma empresa pode lançar novos produtos pode ser um diferencial significativo. No entanto, essa agilidade deve ser sustentada por uma abordagem responsável com relação ao impacto ambiental e social dos produtos”, conta Kelly, ressaltando que, além disso, a agilidade permite que as empresas ajustem suas ofertas de produtos com base no *feedback* do mercado e nas análises de desempenho. “Incorporar práticas sustentáveis e monitorar continuamente a cadeia de fornecedores são passos fundamentais para garantir que esses ajustes não apenas atendam às expectativas dos consumidores, mas também reduzam o impacto ambiental”, conclui a gerente. Kelly é uma executiva de varejo de moda com mais de 25 anos de experiência e, atualmente, lidera estratégias centradas no cliente e desenvolve equipes multifuncionais na C&A.

Sustentabilidade na prática

O gerente de Marketing e Estratégia da Abicalçados, Cristian Schindwein, destaca que o evento, mais do que preparar um programa de conteúdo relevante para o debate dos profissionais da indústria calçadista e de seus fornecedores, busca mostrar, na prática, a sustentabilidade aplicada. “O Conexão Origem Sustentável assume, também, o compromisso de ser referência em práticas sustentáveis e de conduzir, como exemplo, o evento de forma limpa e com menor impacto possível”, comenta.

Um grande destaque do Conexão Origem Sustentável é a neutralização do carbono emitido pelo evento. “Iremos mapear e realizar a compensação por meio de práticas como o apoio a projetos de energia limpa ou compra de créditos de carbono”, adianta Schindwein. Nesta ação, a Abicalçados e a Assintecal terão o apoio da Ecovalor, que fará o inventário para identificar todas as fontes de emissões de CO₂ e posteriormente irá adquirir créditos de carbono para neutralizar todo o gás emitido durante o evento. “Realizamos o inventário em três escopos: emissão interna, levantando toda a geração de resíduos, energia elétrica utilizada e deslocamento dos participantes. Após esse levantamento, iremos adquirir créditos certificados pela ONU para neutralização completa das emissões”, explica o diretor comercial da Ecovalor, Othavio Laube. Segundo ele, em um evento deste porte são emitidas entre 300 e 400 toneladas de CO₂.

Outra ação de impacto será o reuso e reutilização de materiais utilizados na montagem e organização do evento. Estes serão controlados, geridos, reutilizados em eventos futuros ou encaminhados de forma correta para reciclagem. Além disso, a organização do lixo para os visitantes também será realizada para conscientizar e apoiar a separação dos resíduos.

Buscando fomentar negócios na cadeia produtiva, o encontro terá ainda a exposição de materiais eco-responsáveis e inovadores que foram apresentados durante a mais recente edição do INSPIRAMAIS, em julho passado. O espaço terá a curadoria da consultora do Núcleo de Design e Pesquisa da Assintecal, Julia Webber.

Do ponto de vista de impacto comunitário, o Conexão Origem Sustentável fará a arrecadação de alimentos para a Horta Comunitária Joanna de Ângelis, que auxilia a população carente de Novo Hamburgo/RS. A ação social contará com doações voluntárias dos participantes. O presidente da entidade, Gilmar Dalla Roza, explica que a ajuda vem em um momento de extrema necessidade, já que a Horta, que atende mais de 600 pessoas por mês, fora casos isolados e urgentes, acabou usando boa parte do seu estoque para auxiliar as famílias atingidas pelas enchentes que assolaram o Rio Grande do Sul em maio. “É uma ação de extrema relevância para que possamos continuar ajudando essas pessoas”, diz.

Ponto de encontro

A gestora de Marketing e Relacionamento da Assintecal, Aline Santos, destaca que o Conexão Origem Sustentável foi criado para ser um “ponto de encontro” para a cadeia produtiva do calçado, do fornecedor ao varejista, e discutir práticas ESG na atividade. “A Abicalçados e a Assintecal, como as principais entidades representativas do setor, têm a responsabilidade de instigar o debate sobre as práticas sustentáveis na atividade, promovendo conexões e também novas ideias nessa área”, comenta.

Além de cinco palestras com cases multisetoriais, o evento promoverá um painel sobre o Origem Sustentável, único programa de certificação de práticas ESG voltado para a cadeia produtiva do calçado no mundo, e um coquetel de *networking* visando conectar empresas, *startups* e fornecedores relacionados às práticas sustentáveis com o público.

Os ingressos são gratuitos para empresas certificadas ou em processo de certificação pelo Origem Sustentável. Já as outras empresas associadas às entidades têm ingresso de R\$ 75 e público geral de R\$ 150. Mais informações e ingressos no [site](#).

SERVIÇO

Confira a programação:

- 13h30** - Credenciamento
- 14h00** - Abertura oficial
- 14h10** - Palestra Panorama do ESG para o mercado e consumo, com Mosaiclab | Ricardo Duarte Contrera
- 14h50** - Palestra Tramontina: Liderança e Ação para um futuro sustentável | Lizandra Rostellato Marin
- 15h30** - Palestra Fruki: Compromisso sustentável | Fabíola Eggert e Elias Neto
- 16h10** - Palestra Suzano: Sustentabilidade e cadeia de valor – desafios e oportunidades | Francisco Rollo
- 16h50** - Palestra C&A: Agilidade, modernização no mercado e monitoramento da cadeia de fornecedores | Kelly M. Braz
- 17h30** - Painel Sustentabilidade como Diferencial Competitivo | com empresas certificadas nível Diamante pelo Origem Sustentável: Grendene (Carlos André Carvalho), Box Print (Marco Schmitt), Cipatex (William Marcelo Nicolau), Ambiente Verde (Alberto Luiz Wanner) e S2 Holding (Thomas Simon).
- 18h10** - Coquetel de *networking*
- 20h** - Encerramento do evento



Abicalçados diz que elevação de juros desestimula investimentos e demanda

A Abicalçados manifesta posição contrária à elevação da taxa básica de juros Selic, que ocorreu nas últimas reuniões do Banco Central, nos dias 17 e 18 de setembro.

Conforme a entidade, a elevação da taxa básica de juros traz impactos à sustentação do crescimento do Produto Interno Bruto (PIB), fragilizando a possibilidade de crescimentos mais robustos ao desestimular investimentos e a demanda. “O Brasil detém, atualmente, uma das maiores taxas reais de juros do mundo, associada a uma política monetária contracionista iniciada há mais de dois anos, motivada por um cenário internacional adverso e inflação crescente”, diz em nota. Na última reunião, o Comitê de Política Monetária (Copom) elevou em 0,25 ponto percentual os juros básicos da economia brasileira. Assim, a nova taxa chegou a 10,75% ao ano. “A elevação da taxa básica de juros trará impactos à sustentação do crescimento do PIB, fragilizando a possibilidade de crescimentos mais robustos ao desestimular investimentos e a demanda que, puxada pela despesa de consumo das famílias, tem contribuído positivamente para o crescimento da economia brasileira ao longo de 2024”, continua.

A nota da entidade calçadista segue frisando que “o elevado patamar da taxa de juros tende a conter a demanda agregada, interrompendo o crescimento sustentado da atividade econômica no País e desestimulando os investimentos, sendo nocivo à competitividade da indústria nacional no contexto global”. Segundo a Abicalçados, no cenário internacional, há um movimento de redução da taxa básica de juros em diversos países. O Banco Central Europeu, por exemplo, em junho, reduziu em 0,25% a taxa básica de juros, passando-a para 3,75%. Ademais, com a desaceleração da inflação acumulada em 12 meses nos Estados Unidos, há perspectivas de que o Federal Reserve (FED) reduza a taxa de juros estadunidense na próxima semana. “Estes movimentos possibilitam cortes na Selic sem que haja redução do diferencial de juros do Brasil frente a estas economias”, diz a nota.

A indústria calçadista, juntamente com outros setores produtivos, necessita de um ambiente econômico estável e alinhado ao contexto internacional, favorável ao investimento, para contribuir com o desenvolvimento socioeconômico do Brasil, por meio da geração de emprego e renda.



Abicalçados realiza visitas a empresas calçadistas em MG e SP

Nos meses de setembro e outubro, a Abicalçados esteve nos polos de Nova Serrana/MG, Franca/SP, Jaú/SP e Birigui/SP. O motivo foi visitar empresas associadas e interessadas na associação com o objetivo de ouvir as necessidades da indústria calçadista nesses locais e divulgar as oportunidades para o setor por meio de ações, projetos e serviços tanto para o mercado interno, como no âmbito das exportações.

Entre os dias 3 e 6 de setembro, a coordenadora de Relacionamento da entidade, Aline Maldaner, esteve no polo mineiro em visitas ao Sindicato Intermunicipal das Indústrias de Calçados de Nova Serrana (Sindinova) e a 14 indústrias nas cidades de Nova Serrana e Perdigoão. Segundo Aline, as empresas associadas no polo têm muito interesse na ampliação das exportações com o apoio do programa Brazilian Footwear, em iniciativas que garantirão a visitação de compradores internacionais durante a realização da BFSHOW, em novembro na capital paulista, e também nas demais ações de promoção internacional, especialmente na Missão Comercial da Colômbia.

Além de ouvir demandas das empresas, a coordenadora falou sobre outros temas. Entre eles, estava a próxima edição da BFSHOW, que tem participação expressiva do polo, com cerca de 60 marcas confirmadas, tanto em estande coletivo organizado pelo Sindinova quanto de forma individual. Aline falou, ainda, do Origen Sustentável e dos demais benefícios da entidade.

São Paulo

Já na primeira semana de outubro, foi a vez dos polos calçadistas de São Paulo - Franca, Jaú e Birigui - receberem a Abicalçados. Nesta oportunidade, além de Aline, esteve presente a coordenadora de Inteligência de Mercado da Abicalçados, Priscila Linck, que apresentou o tradicional evento da entidade, o Análise de Cenários. Aline conta que foram 13 visitas a empresas que estão engajadas na BFSHOW e a entendem como a principal feira do calçado brasileiro e uma vitrine do produto verde-amarelo para o mundo. “As empresas paulistas demonstraram, também, muito interesse nos pleitos coletivos de representação do setor, como a campanha de combate à pirataria (Pirataria no Brasil, não! Calçado só original) e os benefícios tributários exclusivos para associados da entidade, caso da manutenção dos créditos presumidos de ICMS fora da incidência do IRPJ/CSLL. Já a presença de Priscila nas visitas aos associados foi muito importante para a troca de informações sobre os mercados nacional e internacional. É uma excelente oportunidade para os associados tirarem dúvidas específicas sobre os seus segmentos, uma das valiosas entregas da unidade de Inteligência de Mercado da Abicalçados”, conclui.



Associativismo e desconto na BFSHOW

Segundo Aline, a aproximação com todos os polos calçadistas brasileiros é uma premissa da gestão da Abicalçados, que busca entender e ajudar na solução de diferentes demandas das empresas. “O associativismo traz inúmeros benefícios, torna o setor mais forte e resistente a crises nacionais e internacionais, além de o desenvolver por meio de ações conjuntas e pleitos diversos junto aos poderes públicos”, comenta. Segundo ela, também tem chamado muita a atenção das empresas as condições facilitadas para empresas associadas na BFSHOW, com descontos que chegam a 15%.

Entidade

Fundada em 1983, a Abicalçados, sediada em Novo Hamburgo/RS, possui em seu quadro de associados empresas de todos os portes e que respondem por mais de 65% do total de pares produzidos no País. A entidade representa uma indústria que emprega, diretamente, cerca de 300 mil pessoas. Sua missão é representar, defender, desenvolver e promover a indústria calçadista brasileira, com respeito, excelência e resultados.

CONEXÃO ORIGEM SUSTENTÁVEL

O principal ponto de encontro para
(re)pensar o presente e o futuro
do ESG na cadeia calçadista.

WTFAG



15 OUT 24
13h30 às 20h



Centro de
Eventos FACCAT
Taquara/RS

www.conexaorigemsustentavel.org.br

Realização:





"Invasão chinesa" coloca em risco recuperação de empregos calçadistas

Dados elaborados pela Abicalçados com base em registros do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) apontam que a indústria calçadista brasileira encerrou agosto com saldo positivo de 12,4 mil postos criados, encerrando o mês oito com um estoque de 293 mil empregos gerados, 2,5% menos do que no mesmo período do ano passado.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que o dado aponta para uma recuperação da produção do setor, que cresceu mais de 4% até agosto. "O mercado interno brasileiro, ancorado no crescimento das rendas das famílias, vem dando boa resposta para a indústria de calçados", comenta. No entanto, segundo o executivo, existe uma ameaça que pode colocar em risco o bom momento do setor. "O calçado asiático, em especial o chinês, vem avançando no mercado brasileiro. Com a prática de *dumping* - quando a empresa exporta produtos com valor abaixo do preço de mercado -, esses calçados entram no Brasil com valores subfaturados e provocam uma concorrência desleal com as produtoras brasileiras", alerta.

Invasão chinesa

Ferreira alerta também para o risco de um possível acordo de livre comércio entre o Mercosul e a China, o que aumentaria a invasão de calçados asiáticos nas lojas brasileiras. "Seria uma tragédia a China poder enviar seus produtos para o Brasil sem taxa de importação e sem tarifa antidumping - hoje em US\$ 10,22 por par. A indústria calçadista brasileira não só pararia de empregar, por falta de pedidos, mas correria sério risco de seguir existindo", conclui o dirigente.

Ranking

Estado que mais emprega na atividade, o Rio Grande do Sul criou 1,6 mil empregos no setor até agosto, encerrando o período com 85,7 mil postos diretos no setor, 4% menos do que no íterim correspondente a 2023.

A indústria calçadista cearense foi a primeira do Brasil a recuperar as perdas de postos de 2023. No acumulado até agosto, foram mais de 3 mil postos criados, o que fez com que o Estado terminasse o período com um total de 68,3 mil empregos na atividade, 0,7% mais do que no mesmo intervalo de 2023.

A Bahia, que fecha o ranking dos principais empregadores da indústria de calçados no País, gerou mil postos no acumulado até agosto, encerrando o período com estoque de 40,8 mil empregos diretos na atividade, 4,8% menos do que no mesmo intervalo do ano passado.

CONFIRA ABAIXO OS EMPREGOS NO SETOR POR ESTADO:

RS:

+ 1,6 mil empregos entre janeiro e agosto
85,8 mil empregos no total (-4% ante 2023)

CE:

+ 3 mil empregos entre janeiro e agosto
68,3 mil empregos no total (+0,7% ante 2023)

BA:

+ 1 mil empregos entre janeiro e agosto
40,8 mil empregos no total (-4,8% ante 2023)

SP:

+ 4 mil empregos entre janeiro e agosto
33,8 mil empregos no total (-0,8% ante 2023)

BRASIL:

+ 12,4 mil empregos entre janeiro e agosto
293 mil empregos no total (-2,5% ante 2023).



De diferentes portes e polos, nove empresas associam-se à Abicalçados

Buscando o fortalecimento do setor calçadista nacional, seu desenvolvimento e os benefícios da associação, nove empresas buscaram a Abicalçados. As associações são resultados da mobilização da entidade, que nos últimos meses esteve visitando alguns dos principais polos calçadistas brasileiros.

Uma dessas novas parceiras da entidade é a Calçados Beatriz, de Conceição do Coité/BA. Empresa genuinamente baiana de calçados femininos em material sintético de alta qualidade, a Calçados Beatriz foi visitada in loco pela Abicalçados. O principal objetivo da calçadista, que já é expositora da BFSHOW, é participar das próximas edições com as condições especiais de associados à entidade. Mais informações sobre a empresa no site: www.beatrizcalçados.com.

Rodrigo Carrera, um experiente empresário do setor calçadista de Franca/SP, buscou associar sua empresa, a Almebrands (marca feminina homônima e masculina Pipper), à Abicalçados para participar da BFSHOW com descontos para associadas à entidade, além de ampliar suas exportações por meio das iniciativas do programa Brazilian Footwear. Todos os produtos da Almebrands são produzidos em couro com foco em conforto. Saiba mais sobre a empresa no Instagram: www.instagram.com/almebrands/followers.

Tradicional produtora de calçados femininos e bolsas de couro de Franca/SP, a Orcade é um dos principais *players* do setor em São Paulo. A conceituada empresa tem um design único, desenvolvido pelo proprietário da empresa, Fernando Giuberti, que busca em materiais diferenciados e detalhes inovadores estar sempre na vanguarda da moda no que se refere a calçados femininos. A associação à Abicalçados acontece com o objetivo de utilizar benefícios na participação da BFSHOW. Saiba mais sobre a empresa no site: www.orcade.com.br.

Com o objetivo de incrementar sua participação internacional, a Dapper Calçados, de Novo Hamburgo/RS, buscou a associação para utilizar as ações, projetos e serviços da entidade, em especial as iniciativas do Brazilian Footwear. Tendo à frente Vinícius Dapper, importante empresário do setor, a empresa nasce com *know-how* no mercado nacional e internacional para produtos de maior valor agregado e design autoral. Saiba mais sobre a empresa no site: www.dapperonline.com.br.

Outra gaúcha que buscou a Abicalçados foi a Bloompy, de Canela/RS. Oferecendo ao mercado beleza, conforto e segurança para os pequenos e pequenas, a empresa possui grande preocupação com os pés em crescimento, utilizando sistemas especiais de amortecimento. A associação à entidade se deu para usufruir das condições especiais em ações do Brazilian Footwear e também na BFSHOW. Saiba mais sobre a empresa no site: www.bloompy.com.br.

Tradicional empresa do Vale do Paranhana, a Karyby, de Três Coroas/RS, nasceu como prestadora de serviços no ramo de pré-fabricados. No início dos anos 2000, a empresa deu início à fabricação dos seus próprios calçados. Produzindo calçados femininos de couro, a calçadista retoma a associação à Abicalçados com o objetivo de utilizar o benefício exclusivo para associados na manutenção dos créditos presumidos de ICMS fora da incidência do IRPJ/CSLL. Saiba mais sobre a empresa no site: www.karyby.com.br.

Representando o polo calçadista de Nova Serrana/MG, duas novas empresas buscaram a associação à Abicalçados, a Repply e a Crato. A primeira é uma tradicional produtora de calçados esportivos do polo mineiro e fica em Perdigoão. O motivo da associação é participar da BFSHOW com condições especiais para empresas associadas. Saiba mais no Instagram: www.instagram.com/repplyoficial.

A Crato, que produz calçados masculinos em couro utilizando matérias-primas de alta qualidade como nobuck e camurça, também buscou a Abicalçados com o objetivo de participar da principal feira calçadista do Brasil com condições especiais para empresas associadas. Saiba mais no Instagram: www.instagram.com/cratocalcados.

No polo calçadista catarinense, em São João Batista/SC, a La Viê buscou a Abicalçados. A produtora de calçados femininos de couro (La Viê Ever) e de laminados sintéticos (La Viê Contínue) buscou a associação com o objetivo de fortalecer suas exportações por meio do apoio do programa Brazilian Footwear, além de garantir presença na BFSHOW com os benefícios para associados à entidade. Saiba mais sobre a empresa no Instagram: www.instagram.com/lavieconfortshoes.

Entidade

Fundada em 1983, a Abicalçados, sediada em Novo Hamburgo/RS, possui em seu quadro de associados empresas de todos os portes e que respondem por mais de 65% do total de pares produzidos no País. A entidade representa uma indústria que emprega, diretamente, cerca de 300 mil pessoas. Sua missão é representar, defender, desenvolver e promover a indústria calçadista brasileira, com respeito, excelência e resultados. Mais informações no site: www.abicalcados.com.br.

Semana da Indústria de Birigui ocorre em outubro



A edição de 2024 da Semana da Indústria, realizada pelo Sindicato das Indústrias do Calçado e Vestuário de Birigui (Sinbi) e Unisinbi, está confirmada para outubro. A 19ª edição do evento será entre os dias 22 e 26 de outubro, com uma programação diversificada que promete destacar temas como inovação, empreendedorismo e sustentabilidade. As inscrições para as atividades são gratuitas, com exceção do jantar comemorativo, e devem ser feitas pelo site: www.sympla.com.br/sinbi. Ao todo, cinco eventos fazem parte da programação, que é uma oportunidade para empresários e profissionais se conectarem e discutirem o futuro da indústria. Confira abaixo a programação completa:

Terça-feira, dia 22/10, às 19 horas

Inauguração do Monumento “Selo Indicação de Procedência do Calçado Infantil de Birigui”

Local: Rotatória da Avenida Youssef Ismail Mansour com a Rua Paraná e Rua Sebastião Custódio.

O monumento simboliza o reconhecimento da qualidade e procedência do calçado infantil de Birigui, reforçando a importância da indústria local.

Quarta-feira, dia 23/10, às 19 horas

Painel: Liderança Empreendedora: Como Fazer a Diferença

Local: Sinbi

O painel contará com a participação de Fabiano Junqueira (Co-Founder e CEO da FIT Telecom), Tiago dos Reis (Fundador da ZERO18App) e Márcio Kajima (CEO da Jumpp). Este debate será realizado com o apoio do Sebrae e visa inspirar líderes a adotar novas estratégias empreendedoras.

Quinta-feira, dia 24/10, às 19 horas

Palestra: Inovação e Sustentabilidade na Moda

Local: Sinbi

Ciça Anselmi, Senior Data Manager da Renner, abordará o impacto da Inteligência Artificial e dos dados na transformação da moda, compartilhando o case de sucesso da Renner e suas práticas inovadoras.

Sexta-feira, dia 25/10, às 19h30

Missa em Ação de Graças ao Dia do Sapateiro

Local: Templo Votivo Nossa Senhora de Fátima

Uma celebração religiosa em homenagem ao Dia do Sapateiro, reconhecendo o trabalho e a dedicação dos profissionais do setor calçadista.

Sábado, dia 26/10, às 19h30

Jantar Comemorativo – Jubileu

Local: Salão de Eventos do Sinbi

Encerrando a Semana da Indústria, o jantar comemorativo homenageará as empresas aniversariantes, reconhecendo sua contribuição para o desenvolvimento da indústria local.

Convites à venda no Sinbi.

Calçados ALA: 40 anos de credibilidade de Santa Catarina para o mundo



Importante para o desenvolvimento do polo catarinense de São João Batista, a Calçados ALA celebra 40 anos em janeiro de 2025. A empresa, que tem a credibilidade no mercado como um marco dessa trajetória, leva o DNA sapateiro da região por meio das marcas ALA e Zatz. Na segunda geração, a empresa familiar tem o diretor comercial, Jonatha dos Santos, como uma das lideranças na gestão da empresa. O executivo é o entrevistado da edição de outubro do Abinforma. Na conversa exclusiva, ele compartilha um pouco da história da empresa, as expectativas de crescimento e desafios do polo de Santa Catarina.

Abinforma: Conte um pouco da empresa e da sua trajetória.

Jonatha dos Santos: Bom, eu nasci dentro da fábrica de sapato, praticamente. Nasci em 22 de dezembro de 1984 e a fábrica iniciou suas atividades em 30 de janeiro de 1985. Então, desde pequeno estava envolvido, vinha na fábrica, brincava fazendo caixinha, minha avó morava perto, então eu ia na vó, ia na fábrica, aquela coisa de criança. Meio que cresci na fábrica e desde pequeno eu tive o desejo de trabalhar, o meu sonho era ser empresário do sapato. A Calçados ALA foi fundada pelo meu pai, Aderbal Manoel dos Santos, o tio Almir Manoel Atanázio dos Santos, que é da Suzana Santos, e o Laudir Kammer, que é o dono da Via Scarpa. Então, ALA representa os três sócios-fundadores, o Aderbal, o Laudir e o Almir. Pelos anos de 1990, o Laudir saiu da sociedade, ficando o pai e o tio Almir, e depois, em 1994, o Almir saiu e fundou a Suzana Santos. Então, da Calçados ALA nasceram três belas empresas em São João Batista.

Abinforma: Desde pequeno já sabia que queria trabalhar com calçado.

Dos Santos: Sim, já na quarta série, quando questionavam o que eu queria ser quando crescesse, minha resposta era: quero ser dono de fábrica de calçado, quero ser igual ao meu pai. E quando eu tinha 14, 15 anos, eu já trabalhava na fábrica, fazia expedição. Naquela época, fazíamos 800, 900 pares por dia e eu fazia a parte do encaixotamento do sapato. A virada foi em 2000, quando, por opção minha, fui para Novo Hamburgo/RS estudar e fazer o Senai.

Abinforma: Quanto tempo ficaste estudando em Novo Hamburgo?

Dos Santos: Eu sou da última turma do Senai que fez o Ensino Técnico, fazendo o Ensino Médio pela manhã e o Técnico em Calçado à tarde. Foram três anos de curso, entre 2000 e 2003, e mais meio ano de estágio, que na época eu fiz na Zenglein, produtora da marca Giulia Domna. Eu aprendi muito sobre sapato no Rio Grande do Sul e o sonho do pai era que eu fosse fazer o curso para ser modelista porque a dificuldade, naquela época, de técnicos era muito grande em São João Batista. E quando voltei para a fábrica, passei por todas as áreas para aprender um pouquinho. Nesse retorno, também começamos com algumas melhorias na fábrica e a produção já tinha crescido bastante, passando de 1.000 pares/dia para 3.000 pares/dia. Cheguei a fazer alguns modelos na fábrica, fui aprendendo, mas acabei me dedicando ao comercial e ao desenvolvimento. Depois, fiz faculdade de Administração na Univale – Universidade do Vale do Itajaí, me formei e estou aqui trabalhando na empresa há mais de 20 anos. Somos uma empresa familiar, meu pai é um dos sócios-fundadores. Hoje, quem toca o negócio sou eu, a minha irmã Ana Clara, que é diretora financeira, e o meu irmão, o Aderbalzinho que faz a parte de exportação.

"Eu aprendi muito sobre sapato no Rio Grande do Sul [...] e quando voltei para a fábrica, passei por todas as áreas para aprender um pouquinho. Nesse retorno, também começamos com algumas melhorias na fábrica e a produção já tinha crescido bastante, passando de 1.000 pares/dia para 3.000 pares/dia. Cheguei a fazer alguns modelos na fábrica, fui aprendendo, mas acabei me dedicando ao comercial e ao desenvolvimento."

Abinforma: A empresa sempre foi voltada para o segmento feminino?

Dos Santos: Sim, a ALA nasceu fazendo sapato feminino. Quando a empresa começou, era apenas calçado feminino em couro, duas coleções por ano, apenas preto e café. Nos anos 2000, começamos a implementar os sintéticos em P.U, que haviam melhorado muito no Brasil. Em 17 de julho de 2005, lançamos a Zatz. Nesse momento, a Zatz passou a trabalhar com calçados de couro e deixamos para trabalhar os sintéticos com a marca ALA. Depois, reposicionamos as duas marcas, sendo a Zatz, *fast-fashion* em sintético, e a marca ALA, casual, também em sintético. Desde 2007, a produção da Calçados ALA é 100% sintética. E, de lá para cá, continuamos crescendo.

Abinforma: Qual é a produção diária hoje da empresa? E quanto da produção é destinada à exportação?

Dos Santos: Hoje, temos uma produção diária de 8 a 9 mil pares por dia no verão e no inverno entre 7 a 8 mil pares. Nossa produção é 100% em Santa Catarina. Na matriz, em São João Batista, temos hoje quase 450 funcionários e em Canelinha são 150 colaboradores. Atualmente, 15% da produção é destinada à exportação e 85% para o mercado interno. Estamos trabalhando para retomar a média histórica da empresa de 25% na exportação. Os principais países com os quais trabalhamos são os da América do Sul e Central, além da Inglaterra, que chegou a ser o maior destino em 2001. Nos dois mercados, interno e externo, trabalhamos com os formatos de marca própria e *private label*.

Abinforma: Em janeiro de 2025, a Calçados ALA completa 40 anos de fundação. Estão planejando uma celebração especial?

Dos Santos: Bom, 40 anos não são para qualquer um. A empresa passou por muitos desafios e pregamos muito que o nosso maior patrimônio é o nosso crédito. São 40 anos com o mesmo CNPJ, só mudamos de endereço três vezes porque fomos crescendo. Então, a solidez, eu acredito, que seja um marco dessa trajetória. Falar da Calçados ALA é falar de credibilidade e garantia de uma boa parceria. Estamos planejando várias ações para celebrar esses 40 anos com os nossos colaboradores, mas também com os nossos clientes.

"40 anos não são para qualquer um. A empresa passou por muitos desafios e pregamos muito que o nosso maior patrimônio é o nosso crédito. São 40 anos com o mesmo CNPJ, só mudamos de endereço três vezes porque fomos crescendo."

Abinforma: E falando nesses 40 anos, tens algum momento ou curiosidade que gostaria de compartilhar?

Dos Santos: Lembro que em 2003 nos mudamos da sede antiga para um prédio novo, que é o que estamos hoje. Na época, construímos um galpão de 30 por 60 metros e achávamos que nunca íamos encher. O que aconteceu, um ano depois tivemos que dobrar o tamanho desse galpão devido o crescimento da empresa. Também tivemos que aumentar a parte da expedição e seguimos ampliando.

Abinforma: Um dos diferenciais oferecidos ao mercado pela empresa é a certificação Origem Sustentável. Queria que tu falasses um pouco mais sobre as práticas de ESG e sustentabilidade da empresa.

Dos Santos: Para nós, o Origem Sustentável foi uma formalização das atitudes e práticas que já tínhamos na empresa. Preocupação com o meio ambiente, o lixo e a substituição dos copos plásticos pelas *squeezes* individuais são ações que já fazíamos e a certificação formalizou. A certificação é importante para mostrar que continuamos fazendo e trabalhando nisso. E é um diferencial que temos no mercado justamente porque atestamos que a Calçados ALA está preocupada e segue práticas de ESG e sustentabilidade. Para o mercado externo, o Origem Sustentável vem tendo uma maior visibilidade, sendo valorizado, estamos conquistando esse espaço.

Abinforma: Agora falando de mercado interno, em novembro tem a terceira edição da BFSHOW, que é a maior feira de calçados do País. Como está a expectativa para o evento?

Dos Santos: Essa vai ser a nossa primeira participação e estamos muito empolgados. Visitei a feira em maio, em São Paulo, e garantimos nosso espaço para a próxima edição. Estamos com uma expectativa bem grande tanto para os grandes *players* do Nordeste quanto para os importadores. E como queremos crescer na exportação, a feira está alinhada com o trabalho que estamos fazendo para retomar os 25%, 30% no mercado internacional. Acreditamos muito que a BFSHOW vai ser virada de chave para um mercado um pouco mais aquecido.

Abinforma: Como está sendo o ano de 2024 e quais são as expectativas para 2025?

Dos Santos: O ano de 2022 foi excelente, fora da curva. Em 2023, acabamos caindo em relação a 2022, mas também porque a régua acabou subindo. Agora, estamos vendo crescimento novamente. A projeção é de finalizar 2024 com um aumento de 10% em faturamento e em produção. Para 2025, queremos buscar mais 10% de incremento e estamos trabalhando em estratégias para melhorar a distribuição, buscar um número maior de clientes médios e pequenos, dar uma atenção especial para eles, mas sem esquecer dos grandes clientes que também são importantes.

“A projeção é de finalizar 2024 com um aumento de 10% em faturamento e em produção. Para 2025, queremos buscar mais 10% de incremento e estamos trabalhando em estratégias para melhorar a distribuição, buscar um número maior de clientes médios e pequenos, dar uma atenção especial para eles, mas sem esquecer dos grandes clientes que também são importantes.”

Abinforma: Sobre desafios, quais são hoje os principais desafios de uma indústria de calçados em Santa Catarina?

Dos Santos: Adotamos como política da empresa valorizar a produção catarinense. Vejo que o nosso desafio maior é a mão-de-obra. Estamos próximos a Blumenau, que é um polo forte de indústria têxtil. A costureira que costura sapato, costura confecção. Já a costureira de confecção não costura sapato e temos esse ponto de interrogação. Nós pretendemos melhorar a nossa mão-de-obra, estamos fazendo treinamentos internos nesse sentido e estamos investindo nos profissionais para que eles também possam crescer internamente. Além disso, é trazer o jovem para a indústria. Para isso, também estamos nos atualizando em equipamentos e máquinas. Estamos fazendo investimentos para tentar atrair essa mão-de-obra.

Abinforma: Já que mencionaste investimentos, quais vocês estão fazendo?

Dos Santos: No ano passado, investimos na fábrica e vamos continuar. Estamos investindo no negócio, como disse, compramos equipamentos e máquinas, além de buscar um ambiente e uma melhor condição de trabalho para os colaboradores.

Abinforma: Para finalizar, qual palavra poderia definir a trajetória de 40 anos da Calçados ALA?

Dos Santos: Credibilidade, acho que isso não é só o crédito em si, mas a credibilidade com os nossos clientes, nossos fornecedores e nossos parceiros. Junto com a credibilidade vem a seriedade da empresa que, em janeiro de 2025, celebra 40 anos.

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


TPU


ADESIVOS


PVC


TPE

TR

 (51) 2129-2200

 fcc.com.br

 [grupofcc](https://www.instagram.com/grupofcc)

 [fcc_3](https://www.linkedin.com/company/fcc_3)

fcc



Feira italiana gerou mais de US\$ 26 milhões para marcas calçadistas

Terceira maior delegação internacional, o Brasil encerrou mais uma participação na Micam Milano, entre 15 e 17 de setembro, levando excelentes negócios para o País. As 78 marcas representando diferentes segmentos e regiões do Brasil receberam mais de 1,25 mil compradores de todo o mundo. A presença brasileira foi promovida pelo Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações de calçados, realizado pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil).

Conforme relatório da Abicalçados, a 98ª edição da Micam Milano rendeu US\$ 26,2 milhões entre negócios fechados e alinhavados no evento, que é um dos principais do setor calçadista mundial. Para o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, a feira superou as expectativas dos expositores. “Apesar da retração de consumo na Europa, os nossos expositores tiveram três dias de bons negócios, que irão auxiliar o crescimento da participação do Brasil no mercado internacional”, destaca Ferreira. O dirigente salienta, ainda, que os resultados confirmam as expectativas positivas para a BFSHOW, que ocorre de 11 a 13 de novembro, em São Paulo/SP.

Em sua primeira participação pelo Brazilian Footwear, a marca Melissa (Farroupilha/RS) teve resultados bastante positivos. “Foram três dias muito intensos, recebendo clientes e *prospects* qualificados. Os compradores vieram para conhecer a marca e também para relembrar, pois as pessoas nutrem uma nostalgia pela Melissa, que faz parte da história de muitas meninas”, conta Fernanda de Cassia Kruppenauer, analista Comercial de Exportação da Melissa.

Leandro Moscardini, do departamento de Vendas Internacionais da Opananken (Franca/SP), estava bastante satisfeito com a edição, que diz ter sido a melhor participação da empresa em sete anos. “A Micam Milano foi uma surpresa bastante positiva. Com uma melhor localização, com estande mais aberto, tivemos uma grande visitação e fizemos muitos negócios importantes, com abertura de sete novos mercados no Kuwait, Chipre, Jordânia, Grécia, Filipinas, Argélia e Arábia Saudita, além de outros *prospects* que podem surgir”, comemora.

Para Gustavo Zinke Braun, do departamento de Exportação da Piccadilly (Igrejinha/RS), a Micam Milano superou as expectativas iniciais. “Tivemos uma participação positiva, com vários novos contatos e mercados abertos em países como Alemanha, Indonésia, Jordânia e Síria”, conta.

Brasil na passarela

A moda brasileira também foi destaque na passarela da Micam Milano. Onze marcas nacionais foram selecionadas para o desfile, iniciativa que foi retomada nesta edição. Para Haide Sehen, gerente de Exportação da Santa Lolla (Campo Bom/RS), essa foi uma oportunidade de reforçar o posicionamento da marca no exterior. “A visibilidade que tivemos no desfile foi muito boa, sentimos que as pessoas já nos reconhecem, nos procuram, param para conhecer melhor os nossos produtos”, destaca Haide, ao frisar que a empresa sai da Micam Milano com pedidos fechados e uma expectativa bastante positiva para a temporada. Além da Santa Lolla, participaram do desfile as marcas Maithê, Satryani, Piccadilly, Modare Ultraconforto, Voices Culture, Arezzo, Guilhermina, Perlatto, Ramarim e Schutz.

Participaram da Micam Milano, com o apoio do Brazilian Footwear, as marcas 365 SOFT, Attivitta, Adrun, Anatomic Prime, Anatomic Shoes, Andacco, Andine, Archetti, Arezzo, Beira Rio, BR Sport, ByCool, Camminare, Campesi, Capelli Rossi, Carrano, Cartago, Ceconello, Comfortflex, Cristófoli, Dakota, Degalls, Democrata, DiBorges, Divalesi, Ferracini, Ferricelli, Grendene, Grendha, Guilhermina, Ipanema, Jorge Bischoff, JotaPe, Killana, Kolosh, Kolway, Levecomfort, Leveterapia, LigthGel, Loucos & Santos, Luiza Barcelos, Luz da Lua, Madeira Brasil, Maithê, Melissa, Mississippi, Modare Ultraconforto, Moema, Moleca, Molekinha, Molequinho, Opananken Antitensor, Pegada, Perlatto, Petite Jolie, Piccadilly, Pink Cats, Ramarim, Rider, Santa Lolla, Santinelli, Satryani, Savelli, Schutz, Solis Brasil, Stéphanie Classic, Tabita, Usaflex, Valentina, Varietà, Verofatto, Vicenza, Villione, Vizzano, Voices Culture, West Coast, Wirth e Zaxy.



Feiras nos Estados Unidos devem gerar US\$ 3,9 milhões em exportações de calçados

As feiras Magic Las Vegas e Magic Nova Iorque, realizadas entre 19 e 21 de agosto e de 22 a 24 de setembro, respectivamente, nos Estados Unidos, devem gerar mais de US\$ 3,9 milhões para 11 marcas brasileiras de calçados. O valor soma negócios realizados in loco e que ficaram alinhavados nos eventos. O apoio para a participação verde-amarela foi do Brazilian Footwear, programa de fomento às exportações do setor mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil).

Carla Giordani, do departamento de Negócios da Abicalçados, destaca que o mercado norte-americano, após um início de ano mais fraco, está em recuperação. “O fato foi refletido nos eventos, que geraram mais de 140 visitas de *players* do mercado local, do Canadá, da Austrália e de países da América Latina. No total, devem ser comercializados, por meio das participações, mais de 90 mil pares de calçados brasileiros”, conta.

Principal mercado

Maior mercado consumidor de calçados do mundo, em valores movimentados, os Estados Unidos são o principal destino do produto brasileiro no exterior. Conforme dados elaborados pela Abicalçados, entre janeiro e setembro foram exportados para lá cerca de 7,7 milhões de pares verde-amarelos, volume que ainda é cerca de 3% menor do que o registrado no mesmo período do ano passado.

Participaram da Magic Las Vegas, com o apoio do Brazilian Footwear, as marcas Carrano, Lavish by Trícia Milaneze e Camu Camu. Já na Magic Nova Iorque participaram, apoiadas pelo programa, as marcas Beira Rio, Vizzano, Moleca, Modare Ultraconforto, Molekinha, Molequinho, Actvitta, BR Sport e Carrano.



Exportações de calçados dão sinais de arrefecimento de queda

Dados elaborados pela Abicalçados apontam que as exportações de calçados alcançaram 7,8 milhões de pares e US\$ 81,3 milhões em setembro, queda de 7% em volume e de 3,3% em receita no comparativo com o mesmo mês de 2023. Trata-se da menor queda registrada desde o início do ano, o que aponta para um arrefecimento das taxas negativas. No acumulado dos nove meses do ano, as exportações somaram 71,64 milhões de pares e US\$ 736,1 milhões, quedas tanto em volume (-21%) quanto em receita (-18,8%) em relação ao mesmo íterim de 2023.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que o movimento já era esperado pela entidade, diante da baixa base de comparação e da gradual recuperação das importações estadunidenses, que cresceram 4,2% nos sete primeiros meses do ano. O destaque do mês de setembro, segundo Ferreira, foram as recuperações dos embarques para a Argentina e para os Estados Unidos, os principais destinos do produto brasileiro no exterior. “Com o arrefecimento da queda nos últimos meses, devemos fechar o ano com um revés entre 14% e 19%”, projeta Ferreira.

Hermanos

Em setembro, a Argentina ultrapassou os Estados Unidos e foi o principal destino do calçado brasileiro no exterior. No mês nove, as exportações para os hermanos somaram 2,18 milhões de pares e US\$ 25,62 milhões, altas tanto em volume (+112,5%) quanto em receita (+48%) em relação ao mesmo mês de 2023. No acumulado dos nove meses, a Argentina soma a importação de 9 milhões de pares e US\$ 154,3 milhões, quedas de 23,8% e 16,7%, respectivamente, ante o mesmo intervalo do ano passado.

EUA

No mês nove, as exportações brasileiras para os Estados Unidos somaram 740,47 mil pares e US\$ 17,22 milhões, altas tanto em volume (+31,1%) quanto em receita (+32%) em relação a setembro de 2023. No acumulado dos nove meses, as exportações para os Estados Unidos somaram 7,7 milhões de pares e US\$ 165 milhões, quedas de 2,7% e 5,2%, respectivamente, no comparativo com o mesmo período do ano passado.

O Paraguai foi o terceiro destino das exportações brasileiras de calçados. No mês de setembro, foram embarcados ao país vizinho 520,4 mil pares por US\$ 4 milhões, quedas de 42% e 24,5%, respectivamente, ante setembro de 2023. No acumulado do ano, as exportações para o Paraguai somaram 6 milhões de pares e US\$ 32,3 milhões, quedas tanto em volume (-21,8%) quanto em receita (-14,5%) em relação ao mesmo intervalo do ano passado.

Importações aumentaram 79% em setembro

As importações de calçados de setembro registraram a maior alta em 2024. No mês, entraram no Brasil 3,22 milhões de pares por US\$ 50,8 milhões, incrementos tanto em volume (+79%) quanto em receita (+61,6%) em relação a setembro de 2023. No acumulado dos nove meses do ano, as importações somaram 27 milhões de pares e US\$ 351,25 milhões, incrementos de 17,3% e 1%, respectivamente, ante o mesmo íterim do ano passado.

Em partes - cabedais, saltos, solados, palmilhas etc. -, as importações de janeiro a setembro somaram US\$ 26,7 milhões, 27,7% mais do que no mesmo período do ano passado. 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 - SET 2023: 27,28 milhões de pares
JAN - SET 2024: 24,14 milhões de pares

VARIAÇÃO: -11,5%

CE

CEARÁ

JAN - SET 2023: 27,21 milhões de pares
JAN - SET 2024: 21,55 milhões de pares

VARIAÇÃO: -20,8%

PB

PARAÍBA

JAN - SET 2023: 14,00 milhões de pares
JAN - SET 2024: 11,51 milhões de pares

VARIAÇÃO: -17,8%

TOTAL

JAN - SET 2023: 90,63 milhões de pares

JAN - SET 2024: 71,64 milhões de pares

VARIAÇÃO: -21,0%

Importações

PRINCIPAIS ORIGENS

Três primeiros estados do ranking e o total do período

Vietnã

JAN - SET 2023: 7,65 milhões de pares
JAN - SET 2024: 8,94 milhões de pares

VARIAÇÃO: 16,9%

China

JAN - SET 2023: 8,44 milhões de pares
JAN - SET 2024: 7,94 milhões de pares

VARIAÇÃO: -6,0%

Indonésia

JAN - SET 2023: 3,27 milhões de pares
JAN - SET 2024: 4,71 milhões de pares

VARIAÇÃO: 44,1%

TOTAL

JAN - SET 2023: 22,99 milhões de pares






JAN - SET 2024: 26,97 milhões de pares

VARIAÇÃO: 17,3%

Outubro 2024 | Nº 389 | Ano 34

Abinforma

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

 abicalcados
 abicalcadosoficial
 abicalcados
 company/abicalcados
 abicalcados



www.abicalcados.com.br