



Imagem: DGiovani Paim

DESAFIOS DAS MARCAS NA CONTEMPORANEIDADE FORAM TEMAS DO 23º SNIC

Com público recorde e interatividade, evento ocorrido em Taquara/RS teve muita informação

PÁGINA 3

ABICALÇADOS PROMOVE WEBINAR SOBRE O PERU

PÁGINA 4

ANÁLISE DE CENÁRIOS SERÁ NO PRÓXIMO DIA 8 DE OUTUBRO

PÁGINA 5

BRAZILIAN FOOTWEAR RELANÇA SITE

PÁGINA 7

GERAÇÃO DE EMPREGOS VOLTA A CRESCER

Após três meses consecutivos de perdas de postos no setor calçadista, a atividade registrou a criação de 322 vagas em julho, conforme o Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). O número, apesar de pequeno, indica uma melhora no ambiente de negócios da indústria, interrompendo um período que somou a perda de 8.615 postos. Com o resultado, o segmento encerrou julho empregando 276.994 pessoas, 3,5% menos do que no mesmo mês de 2018. O estado que mais emprega na atividade segue sendo o Rio Grande do Sul, com 90.643 postos (-3,8% ante 2018), seguido por Ceará, com 53.268 postos (-3,8%), e São Paulo, com 36.249 (-10,8%).

AUMENTA INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS

Outro indicativo de que a economia brasileira pode ter começado, finalmente, a sair da crise é a pesquisa de intenção de consumo das famílias, realizada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), que aponta um aumento na intenção de consumo de 5,5% em julho, no comparativo com o mesmo mês do ano passado. A variação também é positiva no acumulado de janeiro e julho em relação ao mesmo período de 2018, em 9,9%. Dados do IBGE, porém, apontam para uma queda de 1,1% no volume de vendas de calçados no mês de junho, no comparativo com igual período do ano passado. Já no acumulado do semestre, a queda nas vendas de calçados ficou em 0,4% em relação a 2018.

FECHADO ACORDO ENTRE MERCOSUL E PAÍSES DO EFTA

O calçado brasileiro será beneficiado por um acordo comercial anunciado, em agosto, do Mercosul com os países do EFTA (Suíça, Noruega, Islândia e Liechtenstein, países que não fazem parte da União Europeia). Entre janeiro e julho deste ano, as exportações para os países do bloco alcançaram 200 mil pares de calçados, 16,5% mais do que no mesmo período do ano passado. Apesar de não responder por uma fatia significativa das exportações brasileiras no setor, existe potencial de incremento com o acordo de livre comércio. O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca que a assinatura é uma boa notícia e que acordos de livre comércio são salutares para a economia, desde que se observadas questões de concorrência leal entre os países.



HAROLDO FERREIRA
Presidente-executivo da Abicalçados

“AS REFORMAS ESTRUTURAIS, QUE VISAM, ACIMA DE TUDO, RECUPERAR A CONFIANÇA DO MERCADO E DO CONSUMIDOR, ESTÃO TOMANDO FORMA”

UM NOVO BRASIL NO HORIZONTE

Após chegarmos ao fundo do poço, com dois anos seguidos de quedas no PIB (2015 e 2016), que somaram revés de mais de 7%, seguidos por mais dois anos de estagnação, parece que começamos a nos recuperar. Mesmo longe das performances registradas quando o mercado doméstico estava aquecido, no início da década de 2010, quando chegamos a registrar crescimento de dois dígitos nas vendas de calçados, estamos esperançosos de um novo horizonte.

As reformas estruturais, que visam, acima de tudo, recuperar a confiança do mercado e do consumidor, estão tomando forma. A Reforma Previdenciária, mesmo desidratada em mais de R\$ 100 bilhões em economias para os próximos 10 anos, é uma sinalização importante para o mercado, de

que o Brasil é um país sustentável economicamente. Esta, que já passou pela Câmara dos Deputados e agora segue para o Senado Federal, é uma reforma importante pela retomada da confiança, mas especialmente porque abrirá espaço para a tão esperada Reforma Tributária, a próxima da fila.

A Reforma Tributária, como temos ciência, não irá, neste primeiro momento, diminuir tributos, até porque a economia ainda patina e precisa de recursos e investimentos públicos para seguir no caminho da recuperação. Mas, somente o fato de reduzir burocracias e simplificar recolhimentos, já será de extrema valia para a economia brasileira. Hoje, inúmeros funcionários, até departamentos

inteiros são mantidos apenas para atender a uma burocracia exagerada que, além de onerar o setor produtivo, atrasa o ambiente de negócios. Ambiente de negócios que, diga-se, deve ser favorecido, também, pela Medida Provisória 881 - Liberdade Econômica, já em voga, e que traz benefícios, especialmente pela desburocratização, simplificação de processos para abertura e fechamento de empresas, entre outros pontos.

Levando em consideração a conjuntura, que já tem reflexos no PIB brasileiro (crescimento de 0,4% no segundo trimestre) e na queda do desemprego, temos expectativas de almejar uma recuperação na produção do setor ainda em 2019. Que assim seja!



PRESIDENTE: Caetano Bianco Neto

CONSELHEIROS DELIBERATIVOS: Analdo S. Moraes, Astor R. Ranft, Caetano Bianco Neto, Caio Borges, Carlos A. Mestriner, Claudio Chies, Darcio Klaus (Cisso), Jorge Bischoff, Junior César Silva, Marco L. Meller, Paulo Konrath, Renato Klein, Ricardo José Wirth, Rosnei A. Silva, Samir Nakad e Sérgio Gracia

CONSELHO FISCAL: Danilo Cristófoli, Eduardo Jacob, José Paulo Boelter, Maurício de Vargas, Paulo Vicente Bender e João Altair dos Santos

PRESIDENTE-EXECUTIVO: Haroldo Ferreira

CONSULTORES: Adimar Schievelbein e Edson Morais Garcez

ABINFORMA

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

Setembro 2019 Nº 334 - Ano XXXIX

EDIÇÃO
Alice Rodrigues (Mtb 12.832)
Diego Rosinha (Mtb. 13.096)
Luana Chinazzo (Mtb 18.264)

TEXTOS
Diego Rosinha (Mtb. 13.096)
Luana Chinazzo (Mtb 18.264)

FOTOS
Equipe Abicalçados e Divulgação

PRODUÇÃO GRÁFICA
Gabriel Dias

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

abicalcados
abicalcadosoficial
abicalcados
company/abicalcados

ABI NA MÍDIA



02 DE AGOSTO DE 2019 EXPANSÃO RS | GERAL
Modernização da NR 12 trará economia para o setor calçadista
Pauta importante do setor calçadista brasileiro, a Norma Regulamentadora 12, especialmente pela inclusão definitiva do anexo X – referente à segurança em máquinas para calçados – foi modernizada. O anúncio do Governo Federal foi realizado no último dia 30 de julho, em cerimônia no Palácio do Planalto, em Brasília/DF. Além da NR 12, foram anunciadas alterações importantes na NR 1 – sobre treinamentos e capacitação – e a revogação da NR 2 – inspeção prévia de maquinário. Ambas também terão impacto no setor calçadista. Para o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, as medidas trazem maior segurança jurídica, desburocratizam a atividade industrial e diminuem custos de adaptação de maquinário.



05 DE AGOSTO DE 2019 EXCLUSIVO | GERAL
Desafios e projeções de Heitor Klein
Referência no cluster coureiro-calçadista brasileiro, Heitor Klein acompanhou não só o crescimento da Abicalçados como também os desafios enfrentados pelas empresas. Para muitos, quando se fala de Abicalçados, é a imagem de Heitor Klein que imediatamente é lembrada. E, de fato, sua trajetória está relacionada à entidade e ao setor. O executivo, que assumiu como presidente-executivo da Abicalçados em 31 de julho, relembra o seu início na entidade. “No final de 1991, o presidente da Abicalçados, Horst Volk, veio conversar comigo porque ele queria que eu trabalhasse com ele como diretor-executivo”.



07 DE AGOSTO DE 2019 REVISTA AMANHÃ | GERAL
Haroldo Ferreira passa a presidir a Abicalçados
Gaúcho de Rolante, cidade de pouco mais de 20 mil habitantes da região do Vale do Paranhana, no Rio Grande do Sul, Haroldo Ferreira (foto) foi convidado a assumir o posto de presidente-executivo da Abicalçados no final do ano passado. O convite partiu do então presidente do Conselho Deliberativo da entidade, Rosnei Alfredo da Silva. Sem hesitar, Ferreira, que já trabalhava próximo aos pleitos da associação em função da sua atividade como presidente do Sindicato das Indústrias de Calçados da Bahia, aceitou o desafio. Ferreira assume a cadeira de Heitor Klein, que há mais de 27 anos prestava seus serviços para a Abicalçados.



09 DE AGOSTO DE 2019 JORNAL NH | MERCADO
Exportações de calçados crescem em julho
Apesar de um valor médio por par menor em dólares, se comparado com o do mesmo mês do ano passado, julho de 2019 apresentou incrementos fora da curva este ano. Entretanto, é importante salientar que os aumentos superiores a 3,1 milhões de pares, 65,2% e US\$ 25,9 milhões, 44,4% em dólares, ocorreram a partir de uma base de comparação muito baixa para o setor. Com isso, a soma dos sete meses do ano chegou a 65 milhões de pares e US\$ 565 milhões, altas 8,2% em volume e de 3,6% em receita no comparativo com período correspondente de 2018. Além destes fatores, o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, comenta que o crescimento dos embarques para os Estados Unidos, principal destino dos calçados vendidos no exterior, também foram fundamentais. “Hoje somos o maior fabricante de calçados do Brasil”.



13 DE AGOSTO DE 2019 FOLHA DE SP | GERAL
Protecionismo kirchnerista afetará comércio com Brasil, dizem especialistas
Para Heitor Klein, diretor-executivo da Abicalçados (associação do setor calçadista), o cenário, já ruim, deve piorar. “Tivemos um primeiro semestre em 2018 muito bom, mas o segundo semestre foi péssimo, com queda de demanda e dificuldade de pagamento [dos distribuidores], e isso continua até hoje”, disse. “No início, ele [Macri] teve uma posição conservadora, mas depois fez com que tivéssemos um crescimento. Isso trazia uma expectativa de continuidade. Portanto, se as eleições confirmarem o que a prévia mostrou, do nosso ponto de vista é um retrocesso”.



25 DE AGOSTO DE 2019 ABC DOMINGO | COMUNIDADE
Reflexos de uma dura batalha comercial
Duas potências mundiais em lados opostos. Em uma ponta, a águia de cabeça branca, dos Estados Unidos; na outra, o dragão da República Popular da China. Como em um cabo de guerra, esses dois “símbolos nacionais” têm medido forças há pelo menos um ano e meio. [...] Ao todo, 125 códigos de produtos referentes a calçados foram incluídos. A coordenadora de Inteligência de Mercado da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), Priscila Linck, conta que os calçados e suas partes foram divididos entre os dois períodos de vigência da lista 4.

SNIC LEVOU INFORMAÇÃO E TECNOLOGIA PARA A FACCAT



Imagem: Dóiovani Paim

Com mais de 400 participantes, a 23ª edição do Seminário Nacional da Indústria Calçadista – SNIC, realizado pela Abicalçados em conjunto com os sindicatos das indústrias de calçados de Três Coroas (SICTC) e de Igrejinha (Sindicrejinha), proporcionou uma tarde de conteúdo relevante para o setor no último dia 21 de agosto, na Faccat, em Taquara/RS.

Após as boas-vindas do presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, a palestra de Natália Ferreira, creator manager da Pinterest na América Latina, abordou como a plataforma pode auxiliar as empresas com novas possibilidades de negócios. “As pessoas buscam referências no Pinterest, referências que se tornarão compras no futuro. Então a rede é um lugar muito importante para as marcas”, disse, ressaltando que mais de 70% dos usuários consideram a ferramenta útil na busca de produtos. Segundo ela, são mais de 300 milhões de usuários em todo o mundo, mais da metade deles de fora dos Estados Unidos, país berço da plataforma.

Na sequência, Rafael Terra, CEO da Fabulosa Ideia, falou sobre marketing digital com foco em vendas, ressaltando a importância da presença nas redes sociais para os negócios. Segundo ele, uma rede ainda pouco explorada e com muito potencial para as empresas é o Youtube. Para Terra, um dos principais benefícios de estar presente nas redes é a geração de dados para conhecimento do comportamento de consumo. “Vocês precisam *stalk* os seus públicos-alvo”, enfatizou. Terra disse, ainda, que a rede social com maior engajamento orgânico de conteúdo no Brasil é o LinkedIn. Já em termos de vídeo, o especialista disse que a plataforma mais eficiente em termos de engajamento é o Instagram (IGTV).

Chatbots

Criador de *chatbots* como a boneca Lu, da Magazine Luiza, Rodrigo Scotti, CEO da Nama, trouxe o tema da Inteligência Arti-

ficial para o palco. Ressaltando dados de estudos da Mobile Trend, Scotti apontou um crescimento de mais de 350% na utilização dos *chatbots* no último ano. Segundo ele, os aplicativos de mensageria ultrapassaram as redes sociais ainda em 2015, então o mais indicado como canal de relacionamento, atendimento e vendas com o cliente é justamente o *chat*, de preferência aliando inteligência artificial e o trabalho humano, aumentando consideravelmente a conversão de vendas.

O palestrante descreveu, ainda, os cases da Nama, com o desenvolvimento de *chatbots* para a Magazine Luiza e para o Governo do Estado de São Paulo (Poupatempo). Com o projeto em parceria com a gigante do varejo nacional, Scotti relatou que foram mais de 1,2 milhão de mensagens nos sete meses iniciais, especialmente para questões relativas a *status* de pedidos, com 94% das solicitações on-line atendidas pela simpática boneca Lu, que ainda virou garota propaganda da Magazine Luiza. Já com o Poupatempo, *chatbot* para agendamentos de serviços do Governo do Estado de São Paulo, foi gerada uma economia de mais de R\$ 18 milhões em atendimentos que seriam realizados por humanos.

Encerrando as palestras da manhã, Leonardo Haushild, diretor da Marke, listou dez dicas para se destacar no ambiente digital: manter o site organizado e atualizado; saber utilizar o Analytics, do Google, para mensurar a performance; escolher o tipo de anúncio correto dependendo da estratégia da marca, se é mais para posicionamento (orgânico) ou engajamento (pago); criar um blog da página para aumentar a indexação no Google; criar uma palavra-chave adequada (neste caso, sugere o auxílio da ferramenta Key Word Planner, do Google); saber a localização da página na busca do Google para adotar a estratégia adequada de divulgação (92% dos usuários do site de busca não passam para a segunda o página

da lista); manter o site no mesmo endereço por, pelo menos, seis meses, para entrar na ranqueamento do Google.

O consultor Sílvio Nunes abriu a tarde de palestras com muita interação com o público. Trazendo elementos de magia – uma das tantas atividades exercidas pelo palestrante –, Nunes ressaltou a importância de se fazer o que gosta, mesmo sem um objetivo, citando a trajetória do criador da Apple Steve Jobs. “Ele se formou em Caligrafia, porque gostava disso. Não usou para nada naquele momento, mas posteriormente a matéria foi importante para que criasse todo o sistema de fontes do sistema de computação da Apple”, disse.

Apresentando o case da Triider, o diretor da empresa, Juliano Murlick, falou sobre os desafios da implementação de um *marketplace* com o exemplo da sua empresa, especializada em conectar usuários que buscam profissionais para serviços de reparação doméstica.

Guide Shops foi o assunto da palestra de Gustavo Reis, criador da Vnda Ecommerce. Ele falou sobre a importância da sinergia entre o varejo físico e on-line, ressaltando a mudança no perfil dos consumidores, mais interessados na experiência de compra do que na posse dos produtos. Citando o conceito D2C (direct to consumer), Reis destacou que o varejo físico deve ser um complemento do on-line, especialmente no quesito experiência.

Trazendo o case da FARM, Pedro Horta, coordenador de Sustentabilidade do Grupo Soma, destacou que a sustentabilidade deve estar na cultura da empresa e não ser apenas um discurso. “As empresas precisam entender que vivemos na era da informação, os consumidores estão buscando mais do que um produto”, disse.

Além-fronteiras

O dia intenso de conteúdos encerrou com o Business Development Manager da Vtex, Danilo Erlam, que falou sobre o *e-commerce cross-border*. “Hoje 20% do total faturado no *e-commerce* brasileiro sai do país, para empresas estrangeiras”, disse, ressaltando que as empresas internacionais vendem aqui, mas que as empresas brasileiras ainda engatinham lá fora. Segundo ele, o *e-commerce* norte-americano já movimenta mais de US\$ 500 bilhões por ano, sendo 45% deste montante comercializado por lojas internacionais. “É um atrativo para empresas brasileiras que desejam conquistar espaço naquele mercado”, destacou, citando formas de entrada no comércio digital internacional. Erlam disse, ainda, que o processo é muito menos burocrático e oneroso do que se imagina e que não é necessário ter registro no Siscomex para trabalhar na modalidade.

O SNIC contou com os patrocínios da Colorgraf, Couromoda e Francal, e a parceria da Faccat, AbradiRS, Abrameq, Assintecal, CIGB, IBTeC, Sebrae e Fimec.

REDUÇÃO DO IR A 0% NAS EXPORTAÇÕES DE SERVIÇOS

Com a publicação do Decreto nº 9.904, de 8 de julho de 2019, foi promovida a isonomia entre os setores exportadores de bens e o de serviços visto que ampliou os benefícios da redução da alíquota do IR também para o comércio exterior de serviços, atualizando a legislação brasileira ao ampliar a redução para usuários também do SISCOSEV.

A redução a zero da alíquota recai sobre pagamentos realizados para fins de contratação de agentes no exterior, que atuam na intermediação de transações entre a empresa brasileira e seus clientes estrangeiros, assim como sobre a emissão de documentos realizada fora do Brasil.

A redução da alíquota a zero já era prevista pelo Decreto nº 6.761/2009, que trazia regramentos sobre a tributação referente aos valores pagos, creditados, entregues, empregados ou remetidos a residentes ou domiciliados no exterior, relativos a despesas com pesquisas de mercado, alugueis e arrendamentos de estandes e locais para exposições, feiras e semelhantes no exterior, incluindo promoção e propaganda, no âmbito desses eventos, de produtos e serviços brasileiros, bem como a promoção de destinos turísticos brasileiros ou contratação de serviços destinados à promoção do Brasil no exterior.

O Decreto 9.904/2019 estabelece que tais operações sejam registradas em sistemas mantidos pelo Ministério da Economia, como o Siscoserv, o qual estabelecerá regras complementares para esse fim, não sendo necessário o cadastro no site do Sisprom.

Novo entendimento da Receita Federal sobre IOF Exportação

Foi publicada no Diário Oficial da União do dia 24 de julho, nova solução de consulta esclarecendo aos exportadores o entendimento sobre a incidência de IOF nas operações de câmbio relativas ao ingresso no Brasil de receitas de exportação.

A solução de consulta nº 231 reformula o entendimento publicado no ano passado, que exigia o recolhimento de 0,38% sobre divisas de exportações que entrassem no país, isentando apenas aqueles que internalizassem o recurso da exportação no mesmo dia da operação. Segundo a nova solução de consulta publicada no DOU, no caso de operações de câmbio relativas ao ingresso no país de receitas de exportação de bens e serviços, a alíquota de IOF é zero. No entanto, devem ser obedecidos prazos para que as empresas tenham isenção, conforme normas do Conselho Monetário Nacional (CMN) e do Banco Central. De acordo com o documento, o contrato de câmbio de exportação deverá ser celebrado para liquidação pronta ou futura, prévia ou posteriormente ao embarque da mercadoria ou da prestação do serviço, observado o prazo máximo de 750 dias entre a contratação e a liquidação. No caso de contratação prévia, o prazo máximo entre a contratação de câmbio e o embarque da mercadoria ou da prestação do serviço é de 360 dias.

O prazo máximo para liquidação do contrato de câmbio é o último dia útil do 12º mês subsequente ao do embarque da mercadoria ou da prestação do serviço. Fonte: FIERGS.

Suély Mühl

Coordenadora Jurídica
sueley@abicalcados.com.br

ABICALÇADOS PROMOVE WEBINAR SOBRE MERCADO PERUANO



Inovando mais uma vez na comunicação com seus associados e mercado em geral, a Abicalçados realizou, no dia 5 de setembro, a primeira edição do *webinar* da entidade. Na oportunidade, as coordenadoras de Promoção Comercial, Letícia Sperb Masselli, de Promoção de Imagem, Alice Rodrigues, e de Inteligência de Mercado, Priscila Linck apresentaram o Estudo Estratégico do Peru.

Segundo Alice, a ideia de adotar a modalidade de transmissão *webinar* é poder aprofundar conteúdos relevantes e exclusivos para associados. "O evento é similar às *lives*, porém, pela dinâmica do material, será permitido aprofundar mais o tema", explica a coordenadora, ressaltando que, além do *webinar*, a entidade lançará, ainda em setembro, transmissões de *podcast*, programa de rádio

transmitido pela internet, também abordando temas relacionados ao setor calçadista nacional. O primeiro *podcast*, batizado de Abicast, será veiculado no dia 12 de setembro e abordará a feira Expo Riva Schuh, na Itália.

Estudo

Estreando como mercado-alvo do Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações de calçados, o Peru tem uma população de quase 33 milhões de habitantes e consome, anualmente, mais de 116 milhões de pares (com consumo *per capita* de 3,6 pares). "Trata-se de um mercado com grande potencial para as exportações, pois 42% dos calçados consumidos lá são importados", comenta Priscila.

O Peru também se destaca por ser um país

em constante crescimento, com elevação do PIB acima da média registrada nos demais países da América Latina. A previsão é de que, até 2023, o país cresça 4% ao ano.

No *webinar*, as coordenadoras detalharam mais dados de consumo do País, além de canais de distribuição, concentração populacional, segmentação das vendas, comportamento do consumidor, entre outros.

Caso não tenha conseguido assistir, entre em contato pelo e-mail relacionamento@abicalcados.com.br. O *e-book* do Estudo Estratégico do Peru também ficará disponível no Portal da Inteligência de Mercado – www.abicalcados.com.br/inteligenciademercado, com acesso exclusivo para associado.

PERU

POPULAÇÃO:

32,6 milhões de habitantes

CONSUMO DE CALÇADOS (2018):

116 milhões de pares (42% importados)

CONSUMO PER CAPITA (2018):

3,6 pares

PRODUÇÃO LOCAL (2018):

56,1 milhões de pares

ABICALÇADOS PARTICIPA DA 24ª EDIÇÃO DA FENOVA, EM NOVA SERRANA/MG

Os presidentes do Conselho Deliberativo e Executivo da Abicalçados, Caetano Bianco Neto e Haroldo Ferreira, marcaram presença na 24ª edição da Fenova, feira de calçados de Nova Serrana/MG ocorrida entre 13 e 15 de agosto. A mostra contou com 100 expositores da cidade e região, conhecida por ser o principal polo calçadista de Minas Gerais.

Segundo Ferreira, a previsão da organização é de que tenham sido comercializados mais de 1 milhão de pares nos três dias de evento. "A feira é enxuta e muito bem planejada, com boa movimentação", conta, ressaltando ainda a presença de 16 importadores de grupos da América do Sul.

Composto por mais de 650 indústrias de calçados, o polo calçadista

mineiro é o maior do Estado e um dos maiores do Brasil, com mais de 70 milhões de pares produzidos em 2018, dos quais 3 milhões foram exportados, a maior parte para mercados da América do Sul, com destaque para Argentina, Equador e Bolívia.

O dirigente da Abicalçados destacou a importância do setor para a cidade de cerca de 100 mil habitantes, dos quais mais de 22 mil trabalham na manufatura do calçado, isto sem contar os trabalhadores da indústria de fornecedores e do varejo. "Nova Serrana respira calçado, tem um arranjo produtivo local muito bem estruturado e verticalizado", avalia Ferreira.

Feira

A Fenova é uma feira de calçados promovida pelo Sindicato



Haroldo Ferreira, Caetano Bianco Neto, Ronaldo Lacerda (presidente do Sindinova) e Paulo César da Costa (vice-presidente da FIEMG Regional Centro-Oeste)

Intermunicipal das Indústrias de Calçados de Nova Serrana (Sindinova), organização que conta com quase 400 empresas associadas e conta com um Centro

de Promoção de Negócios disponível para empresas parceiras e tem forte atuação na comunidade local, através de uma cooperativa de crédito (Credinova).

NOVAS TECNOLOGIAS PARA RELACIONAMENTO

Não importa em que área da economia sua empresa atua, se vende serviços ou calçados, carros ou seguros de vida, o fato é que já passou da hora de utilizar as novas tecnologias para atender seus clientes 24 horas por dia e 7 dias por semana. Está provado que um atendimento ruim ao seu cliente pode gerar impactos negativos com capacidade de arruinar um negócio.

Segundo uma pesquisa recente, 87% dos clientes deixam de comprar devido a um atendimento ruim, o que significa, anualmente, perdas de US\$ 75 bilhões anuais.

Uma plataforma de *chatbots* (robôs de atendimento), evoluída e complexa como algumas que já estão disponíveis no Brasil, permitem que operadores consigam entrar no atendimento, caso seja necessário, e ainda promovem um ambiente para que esses colaboradores também tenham o auxílio de outras ferramentas com base em IA. Além disso, graças ao *machine learning* (conjunto de técnicas que permite que computadores aprendam com exemplos fornecidos), os *chatbots* evoluem continuamente, entregando um serviço mais assertivo e eficaz a cada dia que passa.

E estas possibilidades ganham asas quando falamos da abordagem contemporânea para aprendizado de máquina, o *deep learning* (aprendizado profundo), que processa bilhões e bilhões de dados de forma concomitante. Um sistema como este pode ser utilizado para atender com flexibilidade os casos práticos de seus clientes em diferentes línguas e tamanho de base de dados. As plataformas de *chatbots* mais completas do mercado são capazes aprender com interações, potencializando a habilidade do computador em entender regionalismos, erros de português e expressões linguísticas mais abrangentes e complexas.

Se esta ainda não é uma realidade em sua empresa, sinto dizer, você precisa correr. Se há 100 anos a eletricidade mudou completamente a forma que vivemos, o mais provável é que a nova revolução virá pelos algoritmos da IA. Teóricos do setor classificam nossa era como a 4ª Revolução Industrial. Uma comparação pertinente sobre o assunto é que a IA significará para as tarefas que demandam capacidades cognitivas o que a máquina a vapor foi para as tarefas físicas na primeira revolução industrial, no século 19.

O revolucionário na evolução exponencial que estamos prestes a presenciar em *machine learning* é o desenvolvimento de "cérebros" artificiais que encontrem modelos de maneira autônoma e que desenvolvam a habilidade de evoluir seus próprios algoritmos. É a máxima que repetimos desde a fundação da Nama: melhor do que criar computadores inteligentes é desenvolver máquinas com capacidade de aprender.

Rodrigo Scotti

CEO da Nama, primeira empresa no país a desenvolver uma plataforma proprietária de Inteligência Artificial para robôs de atendimento

ABICALÇADOS E ASSINTECAL PROMOVEM ANÁLISE DE CENÁRIOS

Trazendo dados e análises do setor e com o objetivo de debater os desafios da indústria de calçados e de componentes, a Abicalçados e a Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal) promovem, no próximo dia 8 de outubro, na Fenac, em Novo Hamburgo/RS, mais uma edição do evento Análise de Cenários. A iniciativa tem o apoio da Fenac, Instituto Brasileiro do Couro, Calçado e Artefatos (IBTeC), Associação Brasileira das Indústrias de Artefatos de Couro e Artigos de Viagem (Abiacav) e Associação Brasileira das Indústrias de Máquinas e Equipamentos para os Setores do Couro, Calçados e Afins (Abrameq).

Nesta edição, o evento traz análises em três momentos, que serão ministrados pelo Doutor em Economia e consultor do setor, Marcos Lélis, pela coordenadora de Inteligência de Mercado da Abicalçados, Priscila

Linck, e por convidados especialistas em comércio exterior, relações internacionais e competitividade, que formarão uma mesa redonda. “No evento, vamos trazer, além de um detalhamento dos dados mais atuais do setor calçadista no âmbito doméstico e internacional, uma análise do cenário global, com ênfase na crescente tendência do protecionismo, a guerra comercial instalada entre Estados Unidos e China, e a crise na Argentina”, adianta Priscila.

Além do evento em Novo Hamburgo/RS, estão programadas apresentações em polos calçadistas brasileiros (veja o box ao lado).

O Análise de Cenários é um evento gratuito para associados das entidades realizadas e apoiadoras, mediante inscrição prévia pelo link forms.gle/rj737fLrj8CUbxc18. Não associados investem R\$ 50. A iniciativa faz parte da programação da Semana do Calçado 2019.



DATAS:

- 24/09**
(Sinbi, Birigui/SP, às 18h30)
 - 08/10**
(Fenac, Novo Hamburgo/RS, às 18h30)
 - 14/10**
(Sincasjb, São João Batista/SC, às 18h30)
 - 15/10**
(Sindifranca, em Franca/SP, às 18h30)
 - 22/10**
(Sindinova, em Nova Serrana, às 18h30)
- Inscrições limitadas:**
inteligencia@abicalcados.com.br

FRANCAL TERÁ DUAS EDIÇÕES POR ANO

Lançado em São Paulo no último dia 7 de agosto, o projeto Francal Ablac Show vai movimentar o setor calçadista no ano. Além da realização de duas edições da Francal por ano, a parceria está criando o Conselho Permanente do Calçado, com foco no consumidor e integrado por associações como Associação Brasileira dos Lojistas e Artefatos e Calçados (Ablac), Abicalçados, Assintecal, Associação Brasileira dos Representantes de Calçados, Confecções, Bolsas e Acessórios (Abrecal), Centro das Indústrias de Curtume do Brasil (CICB) e a própria Francal Feiras, além de profissionais de outros segmentos do varejo que serão convidados a trocar experiências de boas práticas e desenvolvimento de cadeias.

A primeira ação entre Francal e Ablac é a formação de um grupo de lojistas para visitar a NRF – Retail’s Big Show & Expo 2020, de 12 a 14 de janeiro, em Nova Iorque, nos Estados Unidos. A missão é sob medida para o grupo selecionado, pois o evento é referência em conteúdo e tecnologias para o varejo mundial e visitado por milhares de lojistas de todos os continentes. No mês seguinte, será realizado em São Paulo o pós NRF customizado para o setor de calçados com a participação dos lojistas integrantes da missão internacional e aberto a todo

o setor, em que serão apresentados as novas tendências do varejo. O calendário de ações da Francal Ablac Show para 2020 inclui ainda duas rodadas de Negócios regionais, com nova metodologia, em praças a serem definidas.

Uma das principais notícias, e que trará uma mudança significativa no calendário do setor calçadista, é a realização de duas edições da Francal, agora sob o nome de Francal Ablac Show. O primeiro evento ocorrerá em junho de 2020, e, assim como a tradicional feira, lançará as coleções de primavera-verão. A 52ª edição acontecerá no Expo Center Norte, em São Paulo, entre os dias 1º e 3 de junho.

A segunda mostra será realizada na segunda quinzena de agosto com o objetivo de promover negócios das coleções de Alto Verão, que devem impulsionar as vendas nas lojas no fim de ano até os primeiros meses de 2021, período em que tradicionalmente os consumidores procuram por novidades e os negócios aumentam nos pontos de vendas. O evento terá formato de salão de negócios e estandes padronizados, ocorrendo também no Expo Center Norte. A mostra ainda não tem data definida.

EVENTO TRATOU DAS MUDANÇAS NA NR 12

No último dia 23 de agosto, no Sesi Novo Hamburgo/RS, a Abicalçados, Abrameq e CICB promoveram evento para tratar sobre as mudanças ocorridas na Norma Regulamentadora 12 de acordo com a publicação da portaria 916, ocorrida no dia 30 de julho de 2019.

O presidente da Abrameq, Marlos Schmidt, destacou a importância da aproximação das indústrias com o Sesi, que cedeu seu espaço para o evento. Em seguida, a advogada Gisele de Moraes Garcez, da Garcez Advogados Associados, fez um histórico das mudanças já ocorridas com esta NR, destacando as mudanças ocorridas na portaria 916. Frisou que a nova portaria contempla mudanças de desburocratização, simplificação

e harmonização com normas técnicas, traz regras mais objetivas, mantendo os princípios de segurança a serem adotados para a prevenção de acidentes com máquinas, sem reduzir a proteção do trabalhador (leia matéria no site <https://bit.ly/2lzK2kv>).

Na sequência, o engenheiro Eduardo Michelon (foto) tratou dos aspectos técnicos a serem considerados com a nova legislação. Destacou, por exemplo, a simplificação do capítulo de Ergonomia, remetendo exclusivamente à NR 17 para os usuários e normas técnicas específicas para os fabricantes. O novo texto também resolve o conflito entre a NR 10 e a NR 12 (segurança do trabalho em eletricidade) nas máquinas, ao revisar o capítulo de “Instalações elétricas” – Painel



de comando e potência da máquina. Outro ponto abordado pelo engenheiro é de que agora é permitida a manutenção em processos produtivos com características de inércia térmica (setor de vidros, siderurgia, etc.) sem necessidade de parada do forno.

PROGRAMA LIXÃO ZERO E LOGÍSTICA REVERSA

No 2º semestre deste ano, o Governo Federal deu o primeiro sinal de quais serão as suas prioridades no âmbito das políticas públicas ambientais. Trata-se do lançamento do “Programa Lixão Zero”, formalizado por meio da Portaria MMA Nº 307, do Ministério do Meio Ambiente, publicada no Diário Oficial da União no dia 2 de maio. O Programa Lixão Zero tem por objetivo promover a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), bem como eliminar os lixões existentes no País. Trata-se da confirmação de que o foco do Governo Federal será a resolução de problemas crônicos urbanos, como a gestão de resíduos e o saneamento básico, e não em macro-tendências (aquecimento global, precificação de carbono etc).

Tanto no texto descritivo do programa quanto no seu plano de ação, uma das ações prioritárias é o fortalecimento da implantação de sistemas de logística reversa, principalmente de embalagens em geral. Classificada como uma ação a ser implementada a curto prazo (2019), ela reforça a responsabilidade compartilhada entre Poder Público e o setor produtivo. Portanto, o controle e a fiscalização quanto ao cumprimento do acordo setorial de embalagens em geral, celebrado em 2015 entre entidades representantes de diversos setores produtivos e o Ministério do Meio Ambiente, bem como ao Decreto Federal Nº 9.177/2017, que impôs aos não signatários do acordo as mesmas obrigações, tendem a se intensificar.

O eixo central do sistema de logística reversa é a garantia de que, ao menos, 22% do volume anual de embalagens inserido no mercado será coletado e reciclado. Uma empresa não precisa necessariamente coletar e reciclar suas próprias embalagens, mas sim o volume equivalente, considerando os tipos de materiais e o território no qual foram inseridas (Estado). Uma empresa não precisa, também, executar por conta própria a coleta e reciclagem das embalagens, podendo cumprir a obrigação legal, por exemplo, mediante participação em sistemas coletivos de logística reversa. Em regra, esses sistemas garantem a logística reversa mediante contratação e remuneração de cooperativas de catadores e empresas de reciclagem. Porém, as obrigações das empresas nos sistemas de logística reversa não se limitam a pagar um valor anualmente para garantir que a “pegada de logística reversa” seja compensada. Os princípios do Política Nacional de Resíduos Sólidos vão além, e impõem uma atuação preventiva. Outros dois eixos que devem ser desenvolvidos pelas empresas são: (1) Repensar processos e produtos para reduzir os impactos das embalagens; e (2) Conscientização (educação) ambiental.

Portanto, o controle e a fiscalização do cumprimento das obrigações relacionadas à logística reversa de embalagens em geral estão na pauta do Governo Federal, inclusive como prioritárias e de curto prazo. Para se adequar à legislação ambiental, as empresas precisam ir além da compensação do impacto, avançando em design e inovação sustentável e educação ambiental.

Elias da Silveira Neto

Consultor da Abicalçados, advogado especializado em Direito Ambiental pela UFRGS e sócio da Ody & Keller Advocacia e Assessoria Empresarial

ESTADOS UNIDOS NO RADAR DO CALÇADO BRASILEIRO

As exportações de calçados para os Estados Unidos estão em alta este ano. Entre janeiro e julho, conforme dados da Abicalçados, foram embarcados para aquele mercado mais de 7 milhões de pares, que geraram quase US\$ 120 milhões, incrementos de 33,3% em volume e de 40% em receita no comparativo com igual período do ano passado. Os bons números embalsamaram a participação de 13 marcas nacionais na mais recente edição da FN Platform, maior feira de calçados da América do Norte que aconteceu entre 12 e 14 de agosto, em Las Vegas. O apoio para a participação é do Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações de calçados mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil).

A analista de Promoção Comercial da Abicalçados, Ruisa Scheffel, que acompanhou a participação, destaca que as marcas saíram satisfeitas com negócios efetivados e alinhados durante o evento, além de contatos que devem se refletir em vendas até o final de 2019. Conforme relatório da entidade, foram comercializados mais de 100 mil pares nos três dias de eventos, 25% mais do que na edição do ano passado. A receita gerada, in loco, chega a mais de US\$ 750 mil. Para os próximos meses, em negócios alinhados, devem ser vendidos o equivalente a mais US\$ 1,87 milhão, somando um total de mais de US\$ 2,6 milhões em negócios gerados pela participação.

A representante da Carrano nos Estados Unidos, Nilsara Piereck, destaca que a feira foi importante, especialmente pela

abertura de novos clientes. Segundo ela, os negócios foram turbinados pela guerra comercial instalada entre Estados Unidos e China, que fez com que importadores locais buscassem alternativas aos calçados chineses com receio do aumento das tarifas de importação. No último dia 13 de agosto, portanto durante a mostra, o Escritório Americano de Representação Comercial anunciou a lista final de produtos importados da China que receberão adicional tarifário de 10%, entre eles alguns tipos de calçados – que terão uma tarifa aumentada de 17% para 27%.

Segundo Nilsara, existe uma preocupação muito grande do importador de calçados dos Estados Unidos, com o encarecimento dos produtos asiáticos em função das novas tarifas. “A tendência do mercado, dependente das importações, é se ajustar, buscando produtos de fornecedores fora da China, o que abre oportunidades para o calçado brasileiro, especialmente de couro”, avalia a representante.

Preparação

Também satisfeita com os resultados da FN Platform estava a Pegada, empresa que participa pela segunda vez do evento. “Na primeira participação não viemos preparados como viemos agora, quando tivemos uma boa visitação e especialmente contatos com novos compradores”, avalia o representante de vendas da empresa na América do Norte, Alex Engelmann. Segundo ele, o mercado norte-americano, por ser muito competitivo – as principais marcas do mundo estão lá -, exige trabalho persistente



e estratégia para sair um pouco do “assédio pelo *private label* (produto com marca do cliente)”. “O calçado brasileiro é bem posicionado e tem grande potencial, ainda mais agora em função da guerra comercial entre Estados Unidos e China”, comenta. Presente em mais de 60 países, a Pegada criou um canal próprio de distribuição para Estados Unidos e Canadá, o que deve influenciar positivamente nas vendas.

Busca

A Suzana Santos voltou à feira norte-americana após um hiato de dois anos. A gerente de exportação da empresa, Suzana Santos, destaca que a feira foi positiva, ótima mo-

vimentação. “Clientes nos passaram que foi a melhor edição dos últimos anos”, conta Suzana, ressaltando que a empresa está em busca de um parceiro de distribuição para o calçado nos Estados Unidos. “Estamos com um distribuidor importante interessado e devemos fechar essa parceria em breve”, comemora a gerente, ressaltando que a marca já trabalha com clientes naquele país, mas que busca um parceiro para maior inserção.

Participaram da FN Platform, com o apoio do Brazilian Footwear, as marcas Ipanema, Zaxy, Carrano, Vicenza, Kidy, Magia Teen, Petite Jolie, Ala, Zatz, Pegada, Offline, Suzana Santos e Renata Mello.

MICAM TERÁ RECORDE HISTÓRICO DE MARCAS BRASILEIRAS

Considerada uma das maiores e mais importantes feiras de calçados do mundo, a Micam Milano, que ocorre entre os dias 15 e 18 de setembro, em Milão/Itália, terá a participação de 76 marcas verde-amarelas, um recorde histórico da mostra. O apoio para a participação é do Brazilian Footwear, programa mantido pela Abicalçados em parceria com a Apex-Brasil.

A analista de Promoção Comercial da Abicalçados, Paola Pontin, ressalta que a expectativa é positiva, especialmente pelo atual momento das exportações brasileiras, com o dólar valorizado, o acordo comercial do Mercosul com a União Europeia e a guerra comercial instalada entre Estados Unidos e China, que tem aumentado a procura por calçados brasileiros por parte dos importadores norte-americanos. “O número recorde de marcas expositoras, fora a lista de espera que temos, é um indicativo de que a expectativa é bastante positiva”, avalia Paola, acrescentando que o fato de a feira lançar coleções de primavera-verão, especialidade brasileira, é outro atrativo.

Mostra

Completando 50 anos de feira, a Micam ocorre duas vezes ao ano e conta com uma média de 1,5 mil expositores de mais de 30 países por edição, especialmente da Europa. A visitação é igualmente ampla e altamente especializada, com profissio-



nais de alto poder decisivo, o que faz com que a mostra registre grandes volumes de vendas. Conforme relatório da Abicalçados, no ano passado a participação nacional de 71 marcas gerou mais de US\$ 37 milhões, somando negócios realizados in loco e alinhados no evento.

Exportações

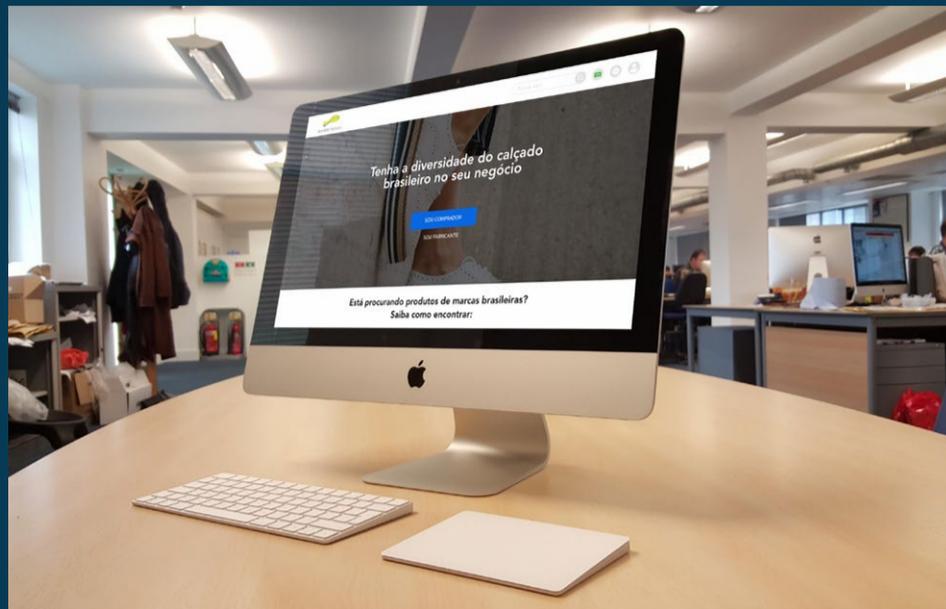
Conforme dados da Secretaria de Comércio Exterior (Secex), em agosto foram embarcados 9,47 milhões de pares que geraram US\$ 78 milhões, incrementos de 7,4% em volume e uma queda de 6% em dólares, no comparativo com o mesmo mês do ano passado. Com isso, a soma dos oito primeiros meses do ano chegou a 76,66 milhões de pares e US\$ 644,1 milhões, altas 8,2% em volume e de 2,5% em receita no comparativo com período correspondente de 2018.

Participam da Micam as marcas Cocco Miami, Dumond, Capodarte, Guilhermina, GVD International, Jorge Bischoff, Loucos & Santos, Luz da Lua, Cravo & Canela, West Coast, Democrata, Ferricelli, Ferracini 24h, Opananken Antitensor, Pegada, Sapatoterapia, Savelli, Bibi, Contramão, Kidy, Klin, World Colors, Ortopé, Ala, Zatz, Andacco, Awana, Camminare, Capelli Rossi, Indiana Colors of Brazil, Carrano, Ceconello, Cristófoli, Divalesi, Di Valentini, Invoice, Itapuã, New Face Original, Killana, Madeira Brasil, Verofatto, Mariotta, Coratta, Piccadilly, Ramarim, Comfortflex, Whoop, Suzana Santos, Renata Mello, Azillê, Art's Brasil, Stéphanie Classic, Tabita, Usaflex, Vizzano, Beira Rio Conforto, Moleca, Molekinha, Modare Ultraconforto, Molekinho, Actvitta, Werner, Wirth, Anatomic & Co, Moema, Kildare, Solli, Adrun, Boaonda, Cherry, Petite Jolie, Rider, Ipanema, Grendha, Zaxy e Cartago.

BRAZILIAN FOOTWEAR RELANÇA SITE

O programa de apoio às exportações de calçados mantido pela Abicalçados em parceria com a Apex-Brasil relançará seu site de prospecção entre marcas e compradores internacionais. O site, que funciona no endereço www.brazilianfootwear.com, funciona como uma vitrine virtual de exposição das marcas nacionais associadas à Abicalçados e ao Brazilian Footwear.

Segundo a analista de Promoção Comercial da Abicalçados, Paola Pontin, a reformulação da plataforma, que existe desde 2015, tornará o site mais simples e objetivo, otimizando o trabalho de prospecção entre marcas e compradores. "Temos mudanças importantes. No site anterior, o comprador tinha que esperar que a marca o autorizasse a ver os produtos e informações, agora o processo será automático, sendo que poderá entrar em contato com a marca através da plataforma já primeiro momento", explica Paola. Além disso, a analista adianta que as empresas poderão fazer contato com os compradores por meio do e-mail cadastra-



do, mesmo que o mesmo que eles tenham apenas analisado o perfil e não iniciado a conversa.

Outra importante mudança na plataforma é o fato do perfil da marca ser linkado ao Instagram da mesma. "As últimas imagens posta-

das serão puxadas, automaticamente, para o perfil do BrazilianFootwear.com", conta.

Para participar da iniciativa, as marcas associadas precisam preencher um formulário com informações básicas, enviar imagens de campanha e produtos em alta resolução – logo, duas de campanha e até três de produtos. Também existe a possibilidade de enviar catálogo, que será disponibilizado para *download*. A adesão é gratuita e pode ser solicitada pelo e-mail paola@abicalcados.com.br.

Números

Atualmente com 88 marcas brasileiras, a plataforma conta com cerca de 2 mil compradores qualificados na base de cadastro, sendo a maior parte deles oriundos dos Estados Unidos, país que é seguido por Itália, Reino Unido, México e Colômbia.

O lançamento do novo site será realizado durante a Micam Milão, feira que acontece em Milão/Itália entre os dias 15 e 18 de setembro (matéria na página 6).

NOVO GRUPO DE EMBAIXADORES DO BRAZILIAN FOOTWEAR

No dia 22 de agosto, um novo grupo de gestores de exportação e marketing de empresas associadas à Abicalçados assumiu o posto como Embaixadores do Brazilian Footwear. A reunião de transição do grupo anterior pelo atual, que aconteceu na sede da Abicalçados, em Novo Hamburgo/RS, foi o momento de os profissionais conhecerem as estratégias, mercados-alvo e ações do projeto de incentivo às exportações para o biênio 2019/2021.

O gestor de Projetos da Abicalçados, Cristian Schlindwein, explicou que o propósito do grupo é aproximar, engajar e promover as indústrias, além de compartilhar conhecimento, com uma avaliação constante do desempenho do Brazilian Footwear, sendo que o encontro do dia avaliaria o convênio anterior (2017/2018) e debateria o iniciado em junho deste ano.

Também participando do encontro, a coordenadora de Inteligência de Mercado da Abicalçados, Priscila Linck, falou sobre o retorno dos investimentos do convênio anterior. Segundo ela, as feiras internacionais apresentam o maior retorno, seguidas pelo Projeto Comprador VIP e Missões Comerciais. "Quando olhamos a relação de feiras apoiadas, investimento Apex-Brasil e resultados de negócios, percebemos que houve um incremento de 27%", disse.



No segundo momento, o novo convênio entre Abicalçados e Apex-Brasil, assinado no dia 4 de junho de 2019 e válido até 31 de maio de 2021, foi apresentado ao grupo. A equipe da Abicalçados falou sobre as ações transversais, aquelas que atingem mais de um mercado – feiras Micam e Expo Riva Schuh, que acontecem na Itália, Projeto Comprador VIP; Edital de Ações Personalizadas; BrazilianFootwear.com; Projeto Imagem; e Vogue Brazilian Footwear.

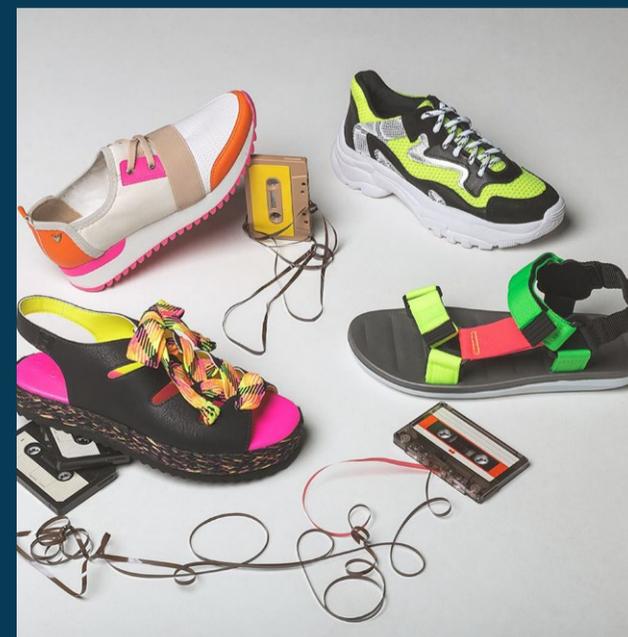
Já por mercado-alvo, foram tratados, para os Estados Unidos, os temas: FN Platform, Circuito de Promoção Comer-

cial, Relações Públicas e Digital Influencer Project (DIP). Para a China, foi abordada a Missão de E-commerce, para o Reino Unido o Projeto Comprador, para a França o Projeto Vendedor e para o Peru a Missão Comercial, o Photocall e a contratação de Relações Públicas.

Participaram da reunião representantes da Pesh, Beeton, Rubra, Dok/Plug, Ferrucci, Luiza Barcelos, Ala/Zatz, Bottero, Andacco, Pegada, Piccadilly, Perky Shoes, Kildare, Suzana Santos e Vicenza, além da equipe de gestão e coordenação da Abicalçados e da gestora de Exportação de Indústria e Serviços da Apex-Brasil, Flavia Egypto.

DE VOLTA AOS ANOS 90

Neste mês, começam a circular as imagens fotografadas em ação do Brazilian Footwear, programa de promoção às exportações de calçados mantido pela Abicalçados em parceria com a Apex-Brasil. Com objetivo de gerar conteúdo para os canais sociais do programa, foram produzidos três editoriais de moda, com fotos em *still*, que contaram com a participação de mais de cem marcas calçadistas. O primeiro editorial, inspirado na moda dos anos 90, que está de volta com tudo, será publicado durante as próximas semanas. Os produtos foram clicados em meio a fitas cassetes, videogames e brinquedos da época, cenários lúdicos que destacam os modelos monocromáticos e minimalistas. Os tênis, as papetes, as sandálias de tiras finas e os tamancos são as estrelas das fotos. Siga o Brazilian Footwear no Instagram e no Facebook e acompanhe a campanha.



EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS REGISTRAM INCREMENTO EM AGOSTO

Os embarques de calçados brasileiros registraram o segundo mês consecutivo de incremento. Em agosto, conforme dados elaborados pela Abicalçados, foram embarcados 9,47 milhões de pares, 7,4% a mais do que no mesmo mês de 2018. Em valores, porém, houve uma queda de 6% no mesmo comparativo, somando a cifra de US\$ 78 milhões. A explicação passa pelo preço médio do produto embarcado, que caiu mais de 12%. Com o resultado de agosto, o acumulado dos oito meses chegou a 76,66 milhões de pares, que geraram US\$ 644 milhões, altas de 8,2% em volume e de 2,5% em receita no comparativo com igual interm do ano passado.

O presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, comenta que o resultado dispar entre volume e receita pode ser explicado pela valorização do dólar, que deixa o preço do calçado brasileiro mais competitivo no exterior. "Isso porque os custos das indústrias são em reais. Então quando existe essa valorização do dólar, abre a possibilidade de formar preços

mais baixos", explica, ressaltando que o embarque de grande volume de chinelos, com preço mais baixo, também teve impacto importante na média. No mês de agosto, o preço médio do produto embarcado foi de US\$ 8,24, enquanto no mesmo mês de 2018 foi de US\$ 9,10.

Somando a importação de 748,58 mil pares de calçados verde-amarelos por US\$ 15,63 milhões, os Estados Unidos foram os principais compradores internacionais do mês de agosto, com incrementos de 18% em pares e de 5,8% em receita em relação a 2018. No acumulado dos oito meses, os norte-americanos somam 8 milhões de pares importados, pelos quais foram pagos US\$ 135,87 milhões, altas de 32% e de 35,4%, respectivamente, em relação ao ano passado. Ferreira reitera que o movimento é esperado e deve continuar ocorrendo até o final do ano, especialmente em função da guerra comercial entre Estados Unidos e China, que tem encarecido o produto asiático com tarifas extras de importação. "Tradicionalmente, 70% das

importações de calçados norte-americanas são provenientes da China. Com as novas tarifas impostas, os importadores estadunidenses têm buscado fornecedores alternativos, abrindo espaço para o nosso produto", explica o dirigente.

O segundo destino no exterior, apesar da crise interna, segue sendo a Argentina. No mês de agosto, os hermanos importaram 1,12 milhão de pares, pelos quais foram pagos US\$ 11 milhões, quedas de 38% em volume e de 29% em receita em relação ao mês correspondente do ano passado. Com isso, no acumulado dos oito meses os argentinos somam a importação de 5,76 milhões de pares e US\$ 65,73 milhões, quedas de 30,6% em volume e de 36,5% em receita em relação ao mesmo período de 2018.

A França foi o terceiro destino do calçado brasileiro no exterior. Em agosto, os franceses importaram 1,18 milhão de pares, pelos quais foram pagos US\$ 6,36 milhões, incrementos de quase 300% em volume e de 52,4%

em receita na relação com mesmo mês de 2018. Com o resultado, a França soma a importação de 4,93 milhões de pares e US\$ 39,5 milhões, alta de 23,4% em volume e queda de 1,2% em dólares em relação ao ano passado.

Importações

No mês oito entraram no Brasil 1,97 milhão de pares, pelos quais foram pagos US\$ 32 milhões, quedas tanto em volume (-11,2%) quanto em valores (-1,9%) em relação ao mesmo mês do ano passado. Com isso, no acumulado de janeiro a agosto, as importações somaram 19,6 milhões de pares e US\$ 246,7 milhões, quedas de 0,7% em volume e de 0,2% em receita no comparativo com igual interm de 2018.

Em partes de calçados – cabedais, solas, palmilhas etc – as importações dos oito meses somaram US\$ 20,6 milhões, 44% menos do que no mesmo período do ano passado. As principais origens foram China, Vietnã e Paraguai.



ABI NOTÍCIAS

ABICALÇADOS REALIZA EVENTO SOBRE INOVAÇÃO

A Abicalçados realiza, no próximo dia 26 de setembro, na sede da entidade, um evento com empresas associadas interessadas em inovação para mostrar caminhos que a indústria têm usado para adoção de tecnologias de manufatura avançada e como é possível viabilizar financeiramente esses projetos. Além de cases de sucesso na área, o evento contará com apresentação de uma nova linha de financiamento específica para inovação e adoção de tecnologias da Indústria 4.0.

O evento inicia às 8h30 com café da manhã e logo passa para a apresentação do consultor do Future Footwear, Alexandre Peteffi, que fa-

lará sobre o FF Captação de Recursos e como a iniciativa pode auxiliar as empresas na obtenção de financiamentos voltados a projetos inovadores.

Após, com o objetivo de tangibilizar o conceito de Indústria 4.0, serão apresentados os cases de sucesso das empresas de tecnologia Easy Pro, que desenvolveu formas de monitoramento do processo de injeção de solas em tempo real; e da Spheric Automação Inteligente, que através de sensoriamento consegue obter maior produtividade das máquinas e equipamentos, além de proporcionar economias em manutenção.

Na sequência, Bruno Camargo, analista da Finep, detalhará a nova linha Inovacred 4.0, formulada em parceria com a Confederação Nacional das Indústrias (CNI) e que destinará mais de R\$ 200 milhões em financiamentos com taxas máximas de TJLP+1% para projetos de micro e médias empresas brasileiras que levem em consideração planos de digitalização e implantação de tecnologias de manufatura avançada.

O encontro terá, ainda, explanações de representante do BRDE – banco operador da Finep – e do APL Automação.

SERVIÇO

APRESENTAÇÃO INOVACRED 4.0 E
FF CAPTAÇÃO DE RECURSOS

Data: 26/09/19

Horário: das 8h30 às 10h30

Local: Sede da Abicalçados - Rua Júlio de Castilhos, 561, Novo Hamburgo/RS

Inscrições limitadas e exclusivas para associados Abicalçados: janaina@abicalcados.com.br.