



ABINFORMA

Informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

Seminário na Paraíba aponta caminhos para a América Latina



Os produtores de calçados da Paraíba pretendem, no próximo ano, ampliar em até 15% as exportações,

principalmente para países da América Latina. Até outubro deste ano, as vendas para outros países já ultrapassaram a meta anual de US\$ 1 milhão. E para competir mais e melhor neste mercado, foi realizado em Campina Grande a décima edição do Seminário Nacional da Indústria Calçadista, com o apoio da Abicalçados e das entidades representativas do setor.

■ Páginas 4 e 5

Setor gera mais empregos

De janeiro a outubro deste ano, a indústria calçadista contabilizou 55 mil novos empregos, segundo os dados do Caged do Ministério do Trabalho, tornando-se o terceiro segmento da economia que mais empregos gerou, perdendo para as áreas de alimentos e bebidas e têxtil.

■ Página 6

Brasil se encontra na Couromoda

A 32ª edição da Couromoda vai reunir mais de 1.100 indústrias de calçados e acessórios, de 11 a 14 de janeiro, no Pavilhão de Exposições do Anhembi, em São Paulo. A feira de calçados e acessórios de moda vai reunir expositores de 15 estados brasileiros, que estarão apresentando as tendências do Outono-Inverno para todos os tipos de produtos, de botas a sandálias de praia, passando por calçados de festa, esporte, linha executiva, bolsas, mochilas, cintos, linha jovem, confecções e acessórios.

■ Página 7

outono & inverno

SICC

Salão Internacional do Couro e do Calçado

15 a 17
março 2005

Sierra Park - Gramado - RS

Promoção e realização:

Merkator
Feiras e Eventos Ltda.



Feeling

PALAVRA DO PRESIDENTE



Em boa hora as autoridades econômicas anunciam ações objetivas com vistas à recuperação da taxa de câmbio. Para o setor de calçados as taxas decrescentes estão acontecendo no pior momento, dado que o setor vem sofrendo com reajustes acentuados nos insumos de origem petroquímica, estes afetados pela elevação dos preços da nafta.

Como se recorda, no início do corrente ano a taxa de câmbio se encontrava em torno de R\$ 3,00 por dólar e o setor de calçados manifestava a sua capacidade competitiva neste patamar. A partir do segundo semestre, todavia, com reajustes da mão-de-obra em torno de nove por cento e de parte de seus insumos em 30%, agregados à queda de cerca de dez por cento na conversão da moeda no principal mercado comprador, a competitividade do produto resulta in-

sustentável.

A principal preocupação está no futuro, na próxima temporada, com os operadores internacionais definindo suas posições no início do mês de dezembro, quando ocorrem os primeiros eventos de pré-seleção no Hemisfério Norte. Os prejuízos do setor exportador com a queda acentuada da cotação não se resumem aos negócios em carteira, uma vez que a inviabilização de um negócio, na área das não-commodities, joga o comprador nos braços do concorrente e a reconquista exige esforço redobrado.

Por estas razões, o posicionamento efetivo e eficaz do Governo é fundamental para assegurar ao mercado a necessária confiança nos negócios futuros, de forma a manter as posições tão duramente conquistadas pela indústria no mercado internacional e que vem apresentando tão expressivos resultados, principalmente na balança comercial.

Elcio Jacometti
 Presidente da Abicalçados

REGISTRO

• O **Centro Tecnológico do Couro Calçados e Afins (CTCCA)** é a única instituição credenciada no Brasil para emitir certificados da qualidade em nome do Satra, instituto que tem origem na Inglaterra. Depois de auditoria nos laboratórios, o centro tecnológico obteve autorização para emitir laudos para 13 novos ensaios em componentes e calçados. Com isso, passa a ter 53 ensaios com certificado Satra à disposição do mercado de couro, calçados e componentes. O presidente do CTCCA, Martinho Fleck, chama a atenção para o fato de que houve 100% de aprovação dos procedimentos, o que

“demonstra aos associados e clientes a segurança e credibilidade naquilo que fazemos”. Desde 2002, a instituição, que reúne em seu quadro de associados curtumes, indústrias de calçados e fabricantes de componentes e insumos, além de empresas voltadas para a exportação, tem convênio com o Satra para emitir laudos com a chancela do laboratório inglês para toda a América Latina. Com isso, o atendimento do Satra é agilizado no continente evitando que a indústria brasileira necessite remeter seus produtos para a Inglaterra para obter homologação.

DIRETORIA

Presidente:

Elcio Jacometti

Vice-presidentes:

Carlos Mestriner, Enio L. Schein, Ernani Reuter, Francisco Renan O. Proença, Gilson Xavier Oliveira, Marco Lourenço Muller, Miguel Heitor Bettarello, Paulo Grings, Raul Gastão Klein, Ricardo José Wirth, Romeu Lehnen

Diretor executivo:

Rogério Dreyer

Diretor do Programa

Calçado do Brasil:

Heitor Klein

Consultores: Adimar Schievelbein, Cristov Becker, Edson de Moraes Garcez, Erno Froedder, Ivânio Batista e Plínio Fracaro.

EXPEDIENTE

ABInforma é o informativo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados.

Nº 162 Dezembro/2004 Ano XIV

Editora: Elizabeth Renz

E-mail: imprensa@abicalcados.com.br

Rua Aluizio de Azevedo, 60

93520-300 - Novo Hamburgo/RS

Fone: 51 594-7011 - Fax: 51 594 8011

E-mail: abicalcados@abicalcados.com.br

www.abicalcados.com.br

Produção Gráfica:

MPF Publicações Ltda

Circula: Indústrias de calçados, entidades empresariais, federações de indústria, órgãos de governo, sindicatos empresariais e Imprensa.

Segunda edição da Todos Calçados



A Abicalçados está novamente integrada com a Associação Brasileira dos Lojistas de Calçados e Acessórios (Ablac), para a promoção da segunda edição da Campanha Todos Calçados.

A ação será lançada na próxima Couromoda (que ocorre em São Paulo nos dias 11 a 14 de janeiro) e visa arrecadar calçados em todo o Brasil, através das lojas,

para distribuição em entidades carentes.

Para que a campanha tenha ainda mais adesão, a Abicalçados sugere aos expositores da feira que encaminhe informação, via e-mail, para os lojistas clientes, solicitando seu engajamento. Além disso, podem ser disparadas mensagens eletrônicas para os representantes comerciais, para que colaborem na divulgação da campanha. Há ainda a possibilidade de colocar o logotipo da campanha nas embalagens, nos próprios e-mails e no estande da Couromoda.

Na Abicalçados, a coordenação da parceria com a Ablac está a cargo da assessora de marketing Vivian Laube.

• O início do segundo semestre mais fraco levou a **Associação Brasileira dos Lojistas de Artefatos e Calçados (Ablac)** a rever as projeções de expansão do faturamento nas vendas internas de 15% no acumulado do ano para 8% a 10%, calcula o presidente da entidade, Antônio Spolador. Até agosto o crescimento era de 12% sobre 2003, mas, de lá até outubro, o desempenho foi menor em função do frio em excesso na Região Sul e do poder aquisitivo limitado. Ainda assim, Spolador afirma que, se o desempenho estimado se confirmar, será o melhor dos últimos três anos, puxado principalmente pelos calçados de preços “populares”, entre R\$ 20 e R\$ 50.

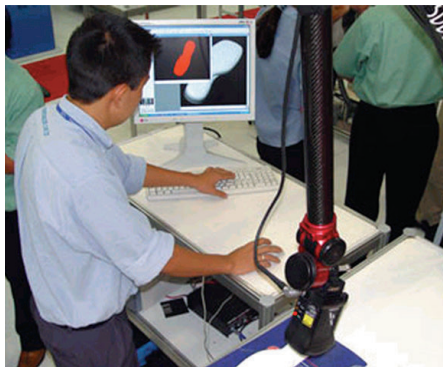
ABINOTÍCIAS

Pé de Ferro é a Fábrica Modelo 2005

A marca de calçados masculinos Pé de Ferro será a operadora da Fábrica Modelo durante a Couromoda 2005, área que apresenta aos visitantes da feira os mais importantes avanços tecnológicos do setor calçadista.

Ocupando 432 m², a Fábrica Modelo é uma iniciativa da Couromoda em parceria com o Centro Tecnológico do Couro Calçados e Afins (CTCCA). O Projeto Fábrica Modelo vai mostrar aos visitantes da feira o passo-a-passo da produção de calçados, além de muitas novidades em tecnologias e processos de produção que estão disponíveis no mercado.

Durante a feira, que acontecerá de 11 a 14 de janeiro, no Anhembi, São Paulo, serão produzidos 400 pares de calçados, com Selo de Conforto e Saúde do Pé. Para fabricar esses calçados, 20 funcionários da Pé de Ferro vão estar trabalhando na Fábrica. Outras 100 indústrias da cadeia coureiro-calçadista, desde o fornecedor da matéria-prima couro, de insumos e de componentes, além de serviços e soluções em áreas como CAD-CAM, logística, transporte e controle de estoques vão participar do projeto.



Fábrica utilizará modernas tecnologias

Pé De Ferro - Criada em 1990, a Pé de Ferro Calçados é produzir calçados de alto valor agregado. À matriz, instalada em Franca, foi agregada uma filial em Casvel, no Ceará. As duas unidades têm capacidade para produzir 8.000 pares/dia. A empresa tem mantido uma média de 20% da produção para a exportação - hoje a marca Pé de Ferro está em mais de 50 países, nos mais diferentes continentes. A empresa gera mil empregos diretos nas duas unidades de produção.

EM DIA

- A **Agência de Promoção de Exportações do Brasil (Apex)** focará seus esforços em 2005 na conquista dos mercados do Sudeste Asiático e da Austrália. De acordo com Juan Quirós, presidente da Apex, a entidade terá 100% do mercado mundial mapeado após completar esse trabalho. O executivo viajará com a equipe da Apex para esses países para visitar supermercados, grandes lojas de departamento, contratar consultorias e verificar oportunidades de exportação. Serão mais cinco consultorias, que se somarão às 20 que já operam para a Apex.

- Para o consultor de Transportes Internacionais da **Associação Brasileira das Indústrias de Calçados**, Plínio Fraccaro, o aumento de oito por cento no frete rodoviário (anunciado pelo setor de transportes) afetará o setor calçadista somente no mercado interno, uma vez que todo o transporte de exportação é negociado em dólar, mesmo para destinos próximos ou transporte até portos. "Como o governo está interferindo na desvalorização cambial (em relação à compra de reservas de dólares) o preço em dólares deve permanecer como está", apontou.

- Heitor Klein e Adimar Schievelbein, respectivamente diretor executivo e consultor para assuntos internacionais da Abicalçados foram palestrantes da **88ª edição do Encontro de Comércio Exterior**, que ocorreu dia 9 de dezembro, em Franca/SP. Ambos participaram de um dos painéis, que abordou o tema Oportunidades para o Comércio Exterior Brasileiro. O evento, organizado pelo Governo Federal, teve o objetivo de abordar os problemas e alternativas para o Brasil exportar mais.

- Dia 10 de dezembro passado um grupo de **compradores da Galeries Lafayette**, o famoso templo de consumo de Paris/França, esteve em São Paulo participando de um mini showroom de produtos brasileiros. Os artigos escolhidos passarão a ser comercializados pela rede francesa. Coordenado pela ApexBrasil, o showroom contou com a participação de diversos setores, como calçados, gemas, jóias, confecções, artesanato, dentre outros. Da área calçadista, estiveram presentes as marcas Azaléia, Cristófoli, Constança Basto, Donadelli, Dumond, Francesca Giobbi, Luiza Barcelos, Givit, Maurício Medeiros, Morenatom e Polliagno Almare. O Showroom foi realizado em São Paulo/SP.



Prezados Associados, parceiros e amigos,

Este ano que se passou, provou para nós, que acreditamos num mesmo sonho, o quanto é importante lutar para ultrapassar obstáculos.

O calçado brasileiro está cada vez mais inserido no mercado internacional, a imagem deste produto que tanto preservamos, está projetada em lugares que nem conseguimos acompanhar.

Isso tudo nos mostra o quanto é importante a união de pessoas que sonham com um mesmo ideal!

No próximo ano, este trabalho vai continuar, e com a ajuda de todos vocês, nossos associados, parceiros, essa projeção vai crescer ainda mais, vai superar mais barreiras e ultrapassar fronteiras.

Ainda iremos colocar nossos "sapatinhos" em todos os continentes. E nós, da Equipe da Abicalçados, iremos colaborar para que este desejo aconteça.

Desejamos um Feliz Natal cheio de alegrias e que o Ano Novo esteja repleto de conquistas e muita Paz no coração!



ABINOTÍCIAS

Seminário mostra a América

Os produtores de calçados da Paraíba pretendem, no próximo ano, ampliar em até 15% as exportações, principalmente para países da América Latina. Até outubro deste ano, as vendas para outros países já ultrapassaram a meta anual de US\$ 1 milhão, segundo informou o diretor do Sebrae, Antônio Felinto Neto, números superiores a 2003, quando as exportações de sete empresas do Estado para países de três continentes atingiram US\$ 615 mil.

A meta de crescimento linear anual de 15% é estipulada pela Associação Brasileira da Indústria de Calçados, mas de acordo com Antônio Felinto, o crescimento em torno de 40% em relação ao ano passado é bastante considerável.

A participação dos produtos paraibanos nas exportações para a América Latina, no entanto, ainda é considerada pequena e para contribuir para a alteração deste quadro, foi realizado dia 26 de novembro em Campina Grande/Paraíba, no auditório do Sebrae, o 10º Seminário Nacional da Indústria de Calçados.

No encontro, que reuniu empresários, profissionais e estudantes do setor calçadista, foram discutidos o mercado latino-americano de calçados, além das linhas de financiamento para pequenas empresas exportadoras e a logística e documentação na exportação para os mercados latinos.

Os empresários paraibanos, na opinião do diretor da Abicalçados, Heitor Klein, devem aproveitar a vantagem que o produto feito no Estado leva em relação aos



Público ouviu as informações sobre a América Latina

demais Estados por causa do design, que é aceito pelos consumidores latinos e “é um mercado potencialmente muito mais interessante para a Paraíba”.

O presidente do Sindicato da Indústria de Calçados da Paraíba, Sebastião Acioli, também destacou que ao exportar para a América Latina com a marca própria, o produto e a moda paraibanos são ainda mais valorizados. Atualmente, os países lati-

nos que mais compram calçados paraibanos são Porto Rico, México, Costa Rica, Argentina, Chile e Paraguai.

Empresa criativa - O seminário iniciou com a apresentação do consultor Enio Klein, que abordou o processo de inserção internacional para pequenas empresas. Segundo ele, foi importante a escolha da América Latina como tema do evento, pois atuar nos países vizinhos é mais



Heitor Klein: Brazilian Footwear entra em fase mais internacional

Promoção internacional é apresentada

O diretor executivo da Abicalçados, Heitor Klein, apresentou para os empresários paraibanos os novos projetos propostos pela entidade para a terceira edição do Brazilian Footwear – Programa de Promoção às Exportações desenvolvido com o apoio da ApexBrasil. Ele destacou a importância do projeto para a ampliação da base exportadora brasileira e a oportunidade que as empresas de todos os portes têm para levar ao exterior sua marca e seu design. Klein lembrou que o foco principal da nova etapa do Brazilian Footwear é a presença em eventos internacionais em maior número e a participação de indústrias que estejam apostando em design de alto padrão, definido no projeto como High Fashion. “Estamos ultrapassando barreiras e conseguindo colocar calçados em lojas estrangeiras cujo diferencial é o valor agregado e o arrojo das coleções, e o Brasil tem todas as características para estar nestas vitrines”, disse.

Latina para a Paraíba

fácil quando uma empresa decide iniciar no comércio exterior. Além disto, na região não existe um país que possa competir com a indústria brasileira de calçados.

Klein também aconselhou as indústrias paraibanas a definir o estilo e o design dos calçados que desejam produzir e exportar. Na sua opinião, o foco da Paraíba deveria ser a produção de sandálias em couro, de acordo com o clima da região. “Não insistir em calçados fechados, pois esta não é a tradição dos paraibanos”. A estratégia a ser utilizada para a Paraíba, no seu conceito, é a de ser a melhor e mais criativa fabricante de sandálias, aproveitando o verão nos dois hemisférios. Klein advertiu que a concorrência internacional ocorre hoje na diferenciação, na originalidade e no design do produto.

O palestrante apontou ainda que as empresas da Paraíba podem buscar apoio e informação junto a entidades e instituições, como o Senai de Campina Grande, que pode colaborar com o desenvolvimento de novos materiais, além do couro que já é largamente utilizado. As universidades, por sua vez, já têm cursos ou disciplinas específicas para o setor, contribuindo ainda na pesquisa de novos materiais e no design. “O uso do couro no calçado está diminuindo a cada dia e insumos alternativos são importantes e a Paraíba que tem larga oferta destes materiais, como as fibras, palha e o sisal”.

O consultor finalizou aconselhando às empresas a conhecer melhor as regiões onde são consumidas as sandálias fabricadas na Paraíba, como o litoral do Nordeste e o Caribe e acreditar em referências brasileiros no momento da criação da modelagem.

América Latina – Ao mostrar os dados estatísticos e geográficos da América Latina, o palestrante Marco Aurélio Wiest aconselhou aos calçadistas paraibanos que ao negociar com lojistas ou importadores dos países que compõem a região, deve-se ter em mente qual é o seu diferencial. “A empresa já deve ter definido a sua linha de atuação, desde o design que vai fazer a marca ser diferente das outras, os preços que irá adotar e o prazo de entrega”. Wiest salientou ainda que a busca pelos melhores distribuidores e ou lojistas deve ser feita de modo criterioso, de preferência com uma visita à sede do comprador e de suas lojas.

Outro ponto que o palestrante destacou foi a necessidade de conhecer

o perfil consumidor do mercado alvo. Exemplificou citando o Uruguai, cuja população é de 3,6 milhões de habitantes, mas cuja maioria é de jovens. “Há muita possibilidade de vender calçados infantis lá”. Já o Chile, com 15 milhões de habitantes e uma economia aberta, está mudando seu jeito de vestir e está investindo em produtos de moda, não somente modelos clássicos. “Os chilenos estão em busca de calçados coloridos e diversificados”. As vendas ficam concentradas, em 70%, nas lojas de departamentos.

Um dos países com potencial comprador dos calçados fabricados na Paraíba, na sua opinião, é o Equador, devido ao clima. São 30 graus centígrados o ano todo, com alto consumo de sandálias abertas.

Os dados sobre os países que compõem a América Latina, Central e do Norte apresentados por Wiest estão disponíveis no site da Abicalçados/Brazilian



Marco Aurélio Wiest: é preciso estudar o mercado consumidor

Footwear: www.brazilianfootwear.com.br, link Downloads.

Como exportar – O Seminário contou ainda com a presença de representantes dos bancos do Nordeste, do Brasil e do BNDES, que mostraram as diversas modalidades de financiamento e facilidades que as instituições financeiras oferecem ao exportador. As informações apresentadas também estão disponíveis no site do Brazilian Footwear.

Um dos destaques deste módulo foi a palestra sobre a Logística e a Documentação na Exportação para os Mercados Latinos. O diretor da ERGE Comissária de Despachos, Ernesto Vieira Barradas, assinalou que o empresário que deseja ingressar no mercado internacional precisa ter uma estrutura séria e competente para tratar dos trâmites legais exigidos pelo governo para embarcar os produtos.

A contratação de um corretor de câmbio e de seguro é o primeiro passo. “Cercar-se de profissionais capacitados, registrados junto aos órgãos competentes é fundamental para o andamento das operações”, disse. Além disto, o empresário deve preparar-se para a negociação internacional na América Latina, discutindo condições de pagamento e precauções básicas para seu recebimento. “O processo exportador tem muitos custos, desde emissão de carta de crédito até a entrega de documentos. Estes valores precisam estar embutidos no preço do calçado, para evitar prejuízos”.

Na América Latina, há países que exigem documentos específicos para permitir a importação: México, Venezuela, Chile, Bolívia, Paraguai, Uruguai e Argentina (veja tabela ao lado). Os demais exigem documentação normal.

México
Etiquetas de composição e identificação dos modelos, códigos de barras Certificados Certificados de origem (Aladi / Anexo III)
Venezuela e Equador
Inspeção física, documental e análise de preços, por empresa credenciada pelo governo Etiquetas de composição e identificação dos modelos Certificado de origem (Aladi/Comum)
Chile
Etiquetas de composição e identificação dos modelos Certificado de origem (ACE (Acordo de Cooperação Econômica) 35 / Comum)
Bolívia
Certificado de origem ACE 36 Etiquetas de composição e identificação dos modelos
Paraguai
Etiqueta de composição e identificação dos modelos Visto Consular – fatura comercial, certificado de origem ACE 18, CRT e manifesto de carga
Uruguai
Etiquetas de composição e identificação dos modelos Certificado de origem ACE 18 Romaneio detalhado com o código de barra
Argentina
Envio de amostra previa ao embarque para análise e aprovação do INTI e autorização do permiso de importação. Certificado de origem ACE 18 Etiqueta de composição e identificação dos modelos (fornecida pelo cliente importador)
Outros países
Documentos normais

EM DIA

- **Memorial** - A empresa Calçados Azaléia ofereceu, dia 1º de dezembro, à família de Paula (Diva de Paula, viúva, e os filhos Daisi, Daniel e Paula Camila) o Memorial Nestor de Paula. O espaço foi construído na sala em que o empresário costumava trabalhar, no prédio da empresa, em Parobé/RS. O Memorial Nestor de Paula é uma homenagem ao fundador da empresa, hoje uma das maiores indústrias de calçados do mundo, que faleceu no dia 23 de janeiro deste ano. O Memorial apresenta a exposição de vários objetos de uso pessoal de Nestor de Paula, troféus, certificados, honrarias, que mostram um pouco da história do empresário, que se confunde com a da empresa, nos 45 anos em que Nestor de Paula a presidiu. A partir de agora, o Memorial está aberto à comunidade Azaléia para a visitação de colaboradores, clientes, fornecedores e amigos.

- **Expectativas positivas** - Os calçadistas das cidades de Três Coroas e Igrejinha/RS, que confirmaram presença na décima primeira edição do Salão Internacional do Couro e do Calçado, que ocorre de 15 a 17 de março, no Centro de Eventos do Serra Park, em Gramado, têm expectativas positivas para a feira. Boas vendas são esperadas para mais uma edição do SICC, que promete movimentar o mercado do calçado na sua próxima edição. "Esperamos vender cerca de 15 a 20% a mais na feira de março, em comparação com a X SICC", revela o diretor administrativo da Della Bella Calçados, de Três Coroas, RS, Fábio Ackermann. Uma das razões para o otimismo dos expositores é o período em que o evento é realizado, considerado a última oportunidade para o lojista abastecer-se para a próxima estação. "O cliente que vem à feira compra com mais certeza, visto que já teve contato com as coleções e tendências da estação", avalia o sócio fundador da Crysalis, de Três Coroas, RS, João Carlos Wilbert.

- **Parcerias** - O setor de componentes para couro, calçados e artefatos está fechando parcerias com dois mercados internacionais. Na Índia, um acordo de cooperação foi assinado com o Indian Footwear Components Manufacturers Association (Ifcoma), a associação que reúne os fabricantes de componentes no país. O foco é o desenvolvimento de ações conjuntas para fomentar alianças entre brasileiros e indianos. No Peru, um acordo semelhante será assinado com o Citeccal, centro peruano de inovação tecnológica.

ABINOTÍCIAS

Setor gera mais empregos

De janeiro a outubro deste ano, a indústria calçadista contabilizou 55 mil novos empregos, segundo os dados do Cadastro Geral de Empregos e Desempregados (Caged) do Ministério do Trabalho, tornando-se o terceiro segmento da economia que mais empregos gerou, perdendo para as áreas de alimentos e bebidas e têxtil. Este incremento foi causado por diversos fatores, dentre eles o investimento das empresas na ampliação da produção e na instalação de novas unidades e pelo aumento das exportações, que devem fechar o ano com 15% de crescimento, além da reação no consumo do mercado interno. Somando as 280 mil pessoas empregadas registradas em 2003, o setor poderá agregar em torno de 330 mil empregos diretos.

O crescimento vem sendo registrado nas mais diversas regiões brasileiras. Um exemplo é a cidade de Três Lagoas, no Mato Grosso do Sul. Naquele local, o setor de calçados é o que mais empregou trabalhadores capacitados. Atualmente mais de 600 pessoas foram contratadas ou estão em processo de contratação por meio do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai). Segundo o gerente da Unidade de Três Lagoas, Ade-

valdo Vasconcelos Reginaldo, até o final do ano a indústria Klin deve contratar mais 70 pessoas para trabalhar na parte de costura. Já a Kid empregará cerca de 210 que serão responsáveis pela montagem.

Jaú - Até o final de dezembro deverão ser geradas em Jaú, nas indústrias de calçados, cerca de 1.200 novas vagas de trabalho. As contratações tiveram início no mês passado, para atender à demanda de produção da coleção de outono-inverno, atualmente em produção na cidade. Esse número, segundo o Sindicato dos Trabalhadores em Indústrias de Calçados de Jaú, representa aproximadamente 20% do total de pessoas empregadas no setor.

Nos últimos três anos as exportações de calçados em Jaú tiveram um crescimento considerável. Em 2001 as indústrias locais exportaram US\$ 2 milhões. No ano seguinte as vendas ao mercado externo cresceram 250% e atingiram US\$ 7 milhões. Em 2003, novo aumento, de 78%, com as exportações de calçados de Jaú atingindo os US\$ 12,5 milhões. A estimativa do Sindicato da Indústria de Calçados de Jaú, para este ano é que se chegue a US\$ 15 milhões (20% em relação ao ano passado).

As estatísticas do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados - Caged-MTE referentes a outubro de 2004 revelaram que o mercado de trabalho na Paraíba apresentou uma ligeira elevação. Foram abertos, no mês, 1.933 novos postos de trabalho, 767 a mais que em outubro de 2003. O setor industrial lidera o ranking das contratações, e dentre os subsetores, o de calçados obteve o melhor desempenho, com 405 vagas, seguido pelo de comércio varejista e de serviços.



Indústria gerou mais de 54 mil empregos

Brasil se encontra na Couromoda

A 32ª edição da Couromoda vai reunir mais de 1.100 indústrias de calçados e acessórios, de 11 a 14 de janeiro, no Pavilhão de Exposições do Anhembi, em São Paulo. A feira de calçados e acessórios de moda vai reunir expositores de 15 estados brasileiros, que estarão apresentando as tendências do Outono-Inverno para todos os tipos de produtos, de botas a sandálias de praia, passando por calçados de festa, esporte, linha executiva, bolsas, mochilas, cintos, linha jovem, confecções e acessórios.

Paralelo à feira acontecem também a Feninver - 26ª Feira Brasileira de Confecções e Acessórios de Moda e o Salão Infantil Brasil.

Além de ocupar os 50 mil metros quadrados de área do Pavilhão de Exposições do Anhembi, dessa vez a Couromoda vai se estender também para o hotel Holiday Inn Parque Anhembi, localizado dentro do complexo de exposições. Em três andares do hotel será instalada a Couromoda Collections, voltada para pequenas empresas de produtos de moda. Durante quatro dias, a visitação deverá atingir 60 mil pessoas, um novo recorde. Na última edição, a feira recebeu 55 mil visitas de lojistas de todo o Brasil, além de compradores e empresários de 64 países. Os expositores da Couromoda respondem por 85% da produção brasileira de calçados, estimada em 700 milhões de pares/ano.

BRAZILIAN FOOTWEAR

Projeto Comprador reúne importadores europeus



Em julho, alemães vieram pela primeira vez

O Projeto Comprador Nacional, uma das atividades do Brazilian Footwear (Programa de Promoção às Exportações desenvolvido pela Abicalçados com o apoio da ApexBrasil) está trazendo para o Brasil um grupo de lojistas alemães e gregos. Eles virão para a Couromoda 2005, que ocorre de 11 a 14 de janeiro, em São Paulo. Durante o evento, os lojistas farão contato direto com os calçadistas brasileiros presentes na feira, conhecendo de perto as coleções e a potencialidade exportadora do setor. O principal objetivo do projeto é de que o fluxo comercial seja executado de modo direto, sem a interferência de agentes, o que torna possível a venda de pequenos volumes. "Os grandes distribuidores precisam comprar quantidades expressivas de calçados e com a marca dos seus clientes ou deles próprios. Desta maneira direta, há como negociar uma grade menor de pedidos e com a marca do fabricante", explica Heitor Klein, diretor executivo da Abicalçados.

Na feira, o Brazilian Footwear terá um local específico para atender aos importadores, com serviços de internet e tradução.

Ao todo, estarão representadas 26 empresas alemãs pertencentes à BDSE - Associação dos Pequenos Varejistas da Alemanha e 16 gregas.

A presença da Alemanha é uma continuação do Projeto Comprador executado em julho, quando outro grupo esteve presente na Franca 2004 e posteriormente visitou algumas empresas no Rio Grande do Sul. Este roteiro deverá ser repetido nesta edição.

Imagem – O Brazilian Footwear também desenvolve uma ação para divulgar a imagem do Brasil no exterior, chamado Projeto Imagem. Ele permite que sejam convidados jornalistas e formadores de opinião para conhecer o setor calçadista

nacional e escrever sobre suas impressões. Para a Couromoda, virão três jornalistas da Alemanha e uma da Grécia.

De janeiro a outubro deste ano, a Alemanha importou 2 milhões de pares, gerando um faturamento de US\$ 16,9 milhões. No mesmo período de 2003, foi comprado 1,2 milhão de pares, somando US\$ 10,8 milhões. O crescimento do faturamento foi de 56% e de 67% no volume de pares.

A Grécia também registrou crescimento. Em dez meses, foi enviado para aquele país um milhão de pares, contra 793 mil pares no mesmo período de 2003, o que significou um crescimento de 31%. No faturamento, o aumento foi ainda maior: Nestes dez meses foram obtidos

US\$ 5,3 milhões, um incremento 76% sobre janeiro a outubro de 2003, quando os gregos compraram o equivalente a US\$ 3,016 milhões.

Brazilian Footwear se reúne na Couromoda

O Grupo de Inteligência Competitiva do Brazilian Footwear, estará se reunindo no dia 13 de janeiro, em São Paulo, quando será apresentado o Plano de Ação para o próximo biênio e entregue um CD contendo o Manual do Projeto Comprador Regional aos dirigentes dos sindicatos das indústrias de calçados e para os representantes do pólos produtivos.

O encontro será no Clube Couromoda, no Parque Anhembi, às 8h30min e contará com a presença da direção da Abicalçados e do gerente de projetos da Agência de Promoção às Exportações, Juarez Leal.

Guia auxilia embarques para a Alemanha

A Câmara Brasil-Alemanha de Porto Alegre e o Banco do Brasil (BB) lançaram a edição de 2005 do Guia de Exportações para a Alemanha - Gateway to Europe, destinado a auxiliar os empresários interessados em vender seus produtos para o mercado alemão. "A receptividade para os produtos brasileiros é enorme", informa Lars Grabenschner, gerente-geral da Câmara.

O guia fornece uma série de informações atualizadas que ajudam o empresário a buscar novos mercados e descobrir o potencial do mercado europeu. A Alemanha é a terceira maior economia do mundo, além de ser a porta de entrada para a Comunidade Européia. "A Alemanha é o segundo maior importador do

mundo, atrás apenas dos Estados Unidos", relata José Maria Rabelo, diretor de Comércio Exterior do BB. A base das exportações brasileiras para o mercado alemão é composta por produtos agrícolas e alimentícios, sendo que móveis, têxteis, cosméticos e calçados também representam boas oportunidades para os exportadores gaúchos segundo Grabenschner. "Hoje a participação do Brasil é de apenas 1% nas importações alemãs, e a Câmara quer contribuir para dobrar esta parcela nos próximos cinco a dez anos", ressalta. O guia está disponível na Câmara Brasil-Alemanha de Porto Alegre, pelo valor de R\$ 120,00 para associados e de R\$ 180,00 para não-associados.

Centro de distribuição para exportadores

O presidente da Agência de Promoção de Exportação (Apex), Juan Quirós, anunciou que a partir do próximo ano a Agência começará a instalar centros de distribuição de produtos brasileiros no exterior. O projeto prevê a abertura de uma rede de "Shoppings Brasil" em diversos países, começando pelos Estados Unidos (em Miami) e Alemanha (Frankfurt).

O primeiro centro de distribuição de produtos brasileiros de pronta entrega entrará em operação em janeiro, em Miami, Estados Unidos. O anúncio foi pelo presidente da Agência de Promoção de Exportações do Brasil (Apex), Juan Quirós. Ele informou que o segundo centro de distribuição, destinado a abastecer a União Européia, será implementado em Frank-

furt, na Alemanha, em maio de 2005. O objetivo desses centros é garantir estoques estratégicos, capazes de atender às necessidades dos compradores de cada região em prazos recordes e contornar problemas de transporte, entre outros. Os centros de distribuição reunirão exportadores brasileiros de calçados e de outros setores. Cada um terá showroom permanente e estoque de produtos. A administração será comum a todos, com um despachante para cuidar da burocracia de comércio exterior, um representante da Apex para orientar sobre o mercado, um funcionário do Banco do Brasil para cuidar de financiamento e um ou mais vendedores de cada exportador.

ESTATÍSTICAS

Exportações continuam em alta

De janeiro a novembro deste ano, o setor calçadista brasileiro exportou 5,3% a mais do que todo o ano de 2003, quando foram gerados US\$ 1,549 bilhão. Nestes onze meses, o faturamento foi de US\$ 1,631 bilhão. Em igual período do ano passado (janeiro a novembro) os embarques somaram US\$ 1,403 bilhão, o que significa um aumento de 16%. Os dados de novembro ainda são preliminares (não contém o volume de pares) e foram obtidos pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados através da Secretaria de Comércio Exterior/MDIC.

“Nós havíamos estimado, desde o início de 2004, que nosso desempenho seria de 15% a mais em comparação com 2003 e estamos atingindo nossas expectativas”, comenta Ricardo Wirth, vice-presidente da Abicalçados.

Isoladamente, o mês de novembro registrou um faturamento de US\$ 137 milhões, nove por cento a mais em relação ao mesmo mês de 2003, quando foram obtidas divisas na ordem de 126 milhões. Em relação ao mês imediatamente anterior, houve uma queda de nove por cento, o que é considerado normal devido ao final da entrega dos pedidos para a temporada de inverno no Hemisfério Norte e o início da próxima estação, cujos pedidos ainda estão produzidos.

Dentre os fatores que causaram estes resultados, está o trabalho que o setor vem desenvolvendo para expandir a base exportadora (mais empresas atuando no mercado internacional), com maior valor agregado no produto e para países não tradicionais ou com potencial exportador.

No próximo dia 13 de dezembro, a entidade irá fazer um balanço de final de ano e as estimativas para 2005 durante encontro com jornalistas, em Novo Hamburgo/RS.

Resultado Preliminar (US\$ Milhões)				
Acumulado - Janeiro a Novembro de 2004				
Mês	2004	2003	2004*	2004 s/2003
Jan	132	128	9%	3%
Fev	288	269	19%	7%
Mar	453	386	29%	17%
Abr	579	498	37%	16%
Mai	706	616	46%	15%
Jun	841	736	54%	14%
Jul	1.025	876	66%	17%
Ago	1.195	1.019	77%	17%
Set	1.344	1.145	87%	17%
Out	1.494	1.277	96%	17%
Nov	1.631	1.403	105%	16%
Dez		1.549		

Fonte: SECEX/MDIC

* Representatividade sobre o total do ano anterior

Abicalçados manifesta-se sobre taxa cambial

“Em boa hora as autoridades econômicas anunciam ações objetivas com vistas à recuperação da taxa de câmbio”. A afirmação de Elcio Jacometti, presidente da Abicalçados, que enviou nota à imprensa externando a preocupação do setor com a política cambial. No documento, descreve que para o setor de calçados as taxas decrescentes estão acontecendo no pior momento, dado que as empresas vêm sofrendo com reajustes acentuados nos insumos de origem petroquímica, estes afetados pela elevação dos preços da nafta.

Ele lembra que, no início do ano a taxa de câmbio se encontrava em torno de R\$ 3,00 por dólar e o setor de calçados manifestava a sua capacidade competitiva neste patamar. A partir do segundo semestre, todavia, com reajustes da mão-de-obra em torno de nove por cento e de parte de seus insumos em 30%, agregados à queda de cerca de dez por cento na conversão da moeda no principal

mercado comprador, a competitividade do produto ficou insustentável.

A principal preocupação está no futuro, na próxima temporada, com os operadores internacionais definindo suas posições no início do mês de dezembro, quando ocorrem os primeiros eventos de pré-seleção no Hemisfério Norte. Os prejuízos do setor exportador com a queda acentuada da cotação não se resumem aos negócios em carteira, uma vez que a inviabilização de um negócio, na área das não-commodities, joga o comprador nos braços do concorrente e a reconquista exige esforço redobrado. Por estas razões, salienta Jacometti, o posicionamento efetivo e eficaz do Governo é fundamental para assegurar ao mercado a necessária confiança nos negócios futuros, de forma a manter as posições tão duramente conquistadas pela indústria no mercado internacional e que vem apresentando tão expressivos resultados, principalmente na balança comercial.

Resultado Preliminar (US\$ Milhões)				
Mês a Mês - Janeiro a Novembro de 2004				
Mês	2004	2003	2004*	2004 s/2003
Jan	132	128	-10%	3%
Fev	156	141	18%	11%
Mar	165	117	6%	41%
Abr	126	112	-24%	13%
Mai	127	118	1%	8%
Jun	135	120	6%	13%
Jul	184	140	36%	31%
Ago	170	143	-8%	19%
Set	149	126	-12%	18%
Out	150	132	1%	14%
Nov	137	126	-9%	9%
Dez		146		
Total	1.631	1.549		

Fonte: SECEX/MDIC

* Variação sobre o mês anterior

O destino das empresas do Vale do Sinos

Estados Unidos, Argentina, México, China, Chile, Uruguai, Peru, Europa e Bolívia são os principais destinos no mercado externo dos calçados produzidos no Vale do Sinos, região do Rio Grande do Sul que abrange 17 cidades: Novo Hamburgo, Campo Bom, Estância Velha, Sapiranga, Ivoti, Dois Irmãos, Portão, Presidente Lucena, Lindolfo Collor, Morro Reuter, Santa Maria do Herval, Araricá, Nova Hartz, Parobé, Taquara, Igrejinha e Três Coroas.

Em levantamento realizado pelo Centro Universitário Feevale, em parceria com a Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Novo Hamburgo, Campo Bom e Estância Velha (ACI-NH/CB/EV), descobriu-se que 42,1% das indústrias da região são micro, 30,2% pequenas e 21,7% médias e grandes indústrias produzindo 36,9% componentes, 17,9% calçados, 6,3% máquinas, 5,8% couros e 48,5% outros artigos.

Somente 35,9% das fábricas realizam atividades comerciais com outros países de forma direta (57,3%), indireta (41,8%), importação (23,6%), consórcio (1,6%), joint venture (0,9%) e outros (1,6%), de acordo com matéria da Revista Passarela. Do total de entrevistadas, 23% participam de feiras de negócios no exterior. Das marcas que vão ampliar seus mercados lá fora, 58,5% são visitantes nos eventos e 40,8% expositores nas Feiras em Bolonha, ANPIC e Linea Pelle.

O estudo contou com o apoio da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal), Associação Brasileira das Indústrias de Máquinas e Equipamentos para os Setores do Couro, Calçado e Afins (Abrameq) e Associação das Indústrias de Curtumes do Rio Grande do Sul (Aicsul).