



## LOGÍSTICA REVERSA DE EMBALAGENS É OBRIGATÓRIA PARA INDÚSTRIA CALÇADISTA

Abicalçados, por meio de acordo com Ministério Público, vem trabalhando medidas para auxiliar empresas

PÁGINA 3

**ENTIDADE  
PROMOVEU AÇÕES  
NA FIMEC 2019**

PÁGINA 4

**ABICALÇADOS  
NAS REDES  
SOCIAIS**

PÁGINA 5

**EXPORTAÇÕES  
SEGUEM  
EM ALTA**

PÁGINA 7

### ABICALÇADOS LANÇA RELATÓRIO ANUAL

Com o objetivo de informar associados sobre as ações realizadas, a Abicalçados lançou a quarta edição do Relatório Anual de atividades. Nele, são citados dados que demonstram a importância da indústria calçadista para a economia brasileira, apresentados os funcionários da entidade, as ações realizadas e seus resultados. Destaque para as iniciativas do Brazilian Footwear, que no ano passado geraram mais de US\$ 160 milhões em negócios realizados nas feiras internacionais. O material está disponível para *download* no site [www.abicalcados.com.br](http://www.abicalcados.com.br).

### INDÚSTRIA CRIA QUASE 6 MIL POSTOS EM JANEIRO

A indústria calçadista brasileira criou 5,87 mil postos de trabalho em janeiro. O dado, gerado pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) e elaborado pela Abicalçados, no entanto não traduz uma recuperação, já que se trata de um efeito sazonal – as empresas contratam em janeiro para o desenvolvimento das coleções de inverno. “No ano passado, em janeiro, haviam sido criados 11 mil postos, quase o dobro do número atual”, explica o presidente-executivo da Abicalçados, Heitor Klein. Com o saldo de janeiro, a indústria soma 277 mil postos diretos, número que era de 287,78 mil no mesmo mês de 2018, uma queda de 3,8%.

### PRÊMIO DIREÇÕES SERÁ ENTREGUE EM ABRIL

Está quase tudo pronto para a cerimônia de entrega do Prêmio Direções. Realizada no dia 25 de abril, no Espaço TAO, em Novo Hamburgo/RS, a iniciativa vai para a sua sétima edição premiando os melhores casos de sucesso nas categorias Gestão Industrial, Marketing, Internacionalização, Design e Sustentabilidade, além do jornalista responsável pela melhor matéria setorial escrita ao longo de 2018. Em cada categoria, serão agraciadas duas empresas, uma de médio/grande e outra de micro/pequeno portes. Os vencedores recebem troféus do Prêmio Direções e divulgação nos canais da Abicalçados. O patrocínio é da Couromoda e Francal Feiras. Mais informações no site [www.premiodirecoes.com.br](http://www.premiodirecoes.com.br).



**HEITOR KLEIN**  
Presidente-executivo da Abicalçados

“AGORA É TORCER PELO NOVO BRASIL QUE NASCE, TORCER PELAS REFORMAS ESTRUTURAIS URGENTES E POR DIAS MELHORES”

## SETOR PERCEBE RECUPERAÇÃO GRADUAL

O segundo semestre do ano passado já apontava uma curva ascendente nos números do setor. No entanto, não foi suficiente para reverter a queda, especialmente ante um primeiro semestre muito ruim. Desta forma, fechamos aquele ano com produção e varejo menores, 1,3% e 1,6%, respectivamente. O mesmo ocorreu com as exportações, que despencaram 10%.

Já os dados de 2019 apontam para outro cenário. Com a recuperação da demanda interna, a queda – ainda tímida, mas gradual – no desemprego, o varejo iniciou o ano mais otimista, o que foi refletido na Couromoda, em janeiro. Embora ainda não tenhamos o dado relativo ao varejo do primeiro mês deste ano, a percepção é de que foi positivo em relação ao mesmo período de 2018. Mas o que parece que irá puxar o setor em 2019 é mesmo a exportação. Os números dos dois primeiros meses

foram bons, de incrementos de 16% em receita de 26% em volume na relação com o mesmo período do ano passado (leia matéria na página 7). A tendência é puxada pelo relevante incremento das exportações para os Estados Unidos, nosso principal mercado no exterior.

Outro fator de impacto no resultado dos embarques é a volatilidade cambial. No ano passado, e nos mais recentes, a moeda norte-americana oscilou de forma considerável, seja pelas constantes crises políticas ou pelo aumento da taxa de juros do Federal Reserve (banco central dos Estados Unidos). O fato, somado à forte crise registrada pela Argentina e as indefinições na macroeconomia internacional, foi determinante para a queda na performance brasileira no mercado.

Recentemente, fui convidado para participar de um painel intitulado “Os caminhos para

exportação de calçados”, realizado durante a Fimec. Lá, ao lado de especialistas no assunto, foi tratado o impacto do câmbio nas exportações de calçados. Realizando um histórico das exportações de calçados do Brasil, os painelistas foram unânimes em destacar o impacto da oscilação cambial nos embarques, especialmente a partir de meados dos anos 90, com a adoção do Plano Real, que equiparou a nova moeda brasileira ao dólar. Antes da nova moeda, em 1993, chegaram a ser embarcados mais de 200 milhões de pares, número que caiu para 138 milhões dois anos depois. No ano passado, foram 113 milhões de pares.

Desta forma, algumas situações postas nos deixam mais otimistas com relação ao ano que inicia. A maior estabilidade no Brasil, a retomada da confiança por parte de empresários, investidores e consumidores, e até mesmo a sinalização de que o governo esta-

dunidense deve conter a elevação das taxas de juros do Federal Reserve, devem dar uma maior estabilidade à moeda. A guerra comercial travada entre os Estados Unidos e a China também devem refletir positivamente nas exportações de calçados brasileiros, já que os importadores daquele país vêm buscando diversificar seus fornecedores – hoje, 70% deles chineses. Apesar dos problemas de competitividade causados pelo alto custo de se produzir manufaturados no Brasil, temos uma indústria com grande potencial, que mesmo com todos os obstáculos envia seus produtos para mais de 160 países, além de ter uma demanda interna importante de mais de 800 milhões de pares por ano.

Agora é torcer pelo novo Brasil que nasce, torcer pelas reformas estruturais urgentes e por dias melhores, que, pelo andar da carruagem, certamente virão!



**PRESIDENTE:** Rosnei Alfredo da Silva

**CONSELHEIROS DELIBERATIVOS**  
Cláudio Chies, Ernani Reuter, Jakson Fernando Wirth, Marcelo Fleck e Rosnei Alfredo da Silva.

**Suplentes:** Carlos Alberto Mestriner e João Altair dos Santos.

**CONSELHO FISCAL**  
Darcio Klaus, João Paulo Mendel e Ricardo Wirth.  
**Suplente:** André da Rocha

**PRESIDENTE-EXECUTIVO:** Heitor Klein

**CONSULTORES**  
Adimar Schievelbein e Edson Morais Garcez

**ABINFORMA**

**Informativo da**  
Associação Brasileira das  
Indústrias de Calçados

**Março 2019**  
Nº 328 - Ano XXIX

**EDIÇÃO**  
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



**05 DE FEVEREIRO DE 2019** C. BRAZILIENSE | ECONOMIA | P.8  
**Setor calçadista comemora reação**  
Poucos setores da economia sofreram tanto nos últimos anos quanto a indústria calçadista. A queda no consumo interno e as dificuldades em exportar para tradicionais mercados, como a Argentina e a União Europeia, criaram um ambiente desafiador para as empresas do ramo. Pelos cálculos da Abicalçados, a capacidade ociosa superou 50% nas fábricas em 2018, afetando diretamente mais de 60 mil lojas no território nacional.



**06 DE FEVEREIRO DE 2019** FASHION NETWORK | GERAL  
**Novo site busca impulsionar a exportação dos calçados brasileiros**  
Para impulsionar a internacionalização dos calçados brasileiros, presentes hoje em mais de 150 países, a Abicalçados acaba de lançar o site “10 passos para exportação de calçados”. O portal tem como objetivo levar informação de maneira didática, sem complicações para os interessados em saber mais sobre exportações, trâmites internos e externos necessários, por exemplo. “O portal será atualizado constantemente, com notícias referentes a acordos comerciais, blocos econômicos, diretrizes da OMC, entre outros temas”, ressalta Carla Giordani.



**06 DE FEVEREIRO DE 2019** VALOR ECONÔMICO | GERAL  
**Exportações de calçados crescem 23% em janeiro**  
As exportações de calçados atingiram 15 milhões de pares e movimentaram US\$ 99,3 milhões em janeiro. Em volume, houve aumento de 33,4% em relação ao mesmo mês de 2018. Em valor, o avanço foi de 23%. Os dados foram elaborados pela Abicalçados. Em comunicado, o presidente-executivo da Abicalçados, Heitor Klein, observou que o desempenho foi incrementado pelo câmbio mais favorável e pela retomada das vendas aos Estados Unidos. Klein destacou o crescimento das exportações do Ceará, de 56,8% no período.



**08 DE FEVEREIRO DE 2019** EXPANSÃO RS | GERAL  
**Prêmio Direções Abicalçados destaca Sustentabilidade**  
Vista com crescente importância por parte do consumidor, a Sustentabilidade tem papel essencial na competitividade das empresas. É com o objetivo de fomentar o conceito no meio empresarial do calçado que a Abicalçados premia, por meio do Prêmio Direções, fabricantes que adotam práticas sustentáveis. Em 2018, as vencedoras da categoria foram a Ortopé (médio/grande porte) e Perky (micro/pequeno porte).



**11 DE FEVEREIRO DE 2019** JC | ARTIGOS | P. 4  
**Novas perspectivas para o setor calçadista**  
Nos últimos anos, vimos o setor calçadista sofrer revezes seguidos, tanto no mercado doméstico como internacional. O impacto foi mais forte nos nossos domínios. Acostumados com crescimentos de dois dígitos até 2014, o segmento viu suas vendas encolherem nos anos seguintes, causa de um endividamento que atingiu mais de 60 milhões de pessoas e de um desemprego que chegou a níveis estratosféricos, de quase 13 milhões de cidadãos brasileiros.



**22 DE FEVEREIRO DE 2019** O DIA | GERAL  
**Empresas do Brasil firmam parceria em Las Vegas**  
Nova York (EUA) – Empresas calçadistas brasileiras ganham espaço nos Estados Unidos, com 21 marcas de varejo presentes na feira calçadista FN Platform, em Las Vegas. A expectativa é de que ao final do evento mais de US\$ 3,7 milhões em negócios sejam gerados para essas empresas. A iniciativa tem suporte do programa de apoio às exportações de calçados mantido pela Abicalçados em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil).



# CALÇADISTAS PODEM ADERIR AO ACORDO SOBRE LOGÍSTICA REVERSA E EVITAR AÇÕES CIVIS PÚBLICAS

A Abicalçados vem trabalhando com associados para a adesão ao acordo para logística reversa de embalagens. Com um quórum de mais de 50% das empresas associadas engajadas, a entidade tem uma meta de adesão de pelo menos 80% delas até o final de março, quando termina o prazo de adesão ao termo de cooperação ambiental acordado com o Ministério Público do Estado do Mato Grosso do Sul.

O Termo de Cooperação Ambiental (TCA) com o MPE/MS é proveniente de um inquérito civil instaurado pela Promotora de Justiça da Comarca de Campo Grande/MS. Essa notificação estipula uma indenização de mais de R\$ 126 milhões para empresas que não adotarem um Sistema de Logística Reversa (SRL) para embalagens de calçados comercializados naquele Estado. Conforme o documento, que culminou no arquivamento parcial do inquérito, associadas da entidade calçadista estão automaticamente cobertas pelo acordo, mas precisam aderir ao mesmo até o dia 31 de março de 2019. "Empresas que não aderirem ao acordo coletivo proposto, precisarão fazer isso individualmente, caso contrário estarão sujeitas a sanções do Poder Público", comenta a coordenadora da Assessoria Jurídica da Abicalçados, Suély Mühl, acrescentando que o acordo remete à Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS).

## O projeto

O projeto, apresentado para o MPE/MS em dezembro do ano passado, prevê parcerias com cooperativas de catadores e assemelhados, programa de estímulo a não geração e redução



Calçadistas que comercializam produtos no MS têm até o dia 31 para aderir a acordo com MPE

de resíduos, programa de estímulo à utilização de embalagens recicladas, pontos de entrega voluntária (PVEs) e educação ambiental. A empresa que fará a gestão dos resíduos é a New Hope Ecotech, criadora do selo Eureciclo. A mesma terá suas atribuições elencadas diretamente com a indústria que aderir ao acordo, através de contrato entre as partes.

Conforme o compromisso, os dados das empresas serão anualmente coletados até o dia 31 de março de cada ano, como forma de calcular a pegada de logística reversa no período anterior e a partir da quantidade de pares comercializados na área de abrangência. "A partir desse cálculo, a empresa deverá comprar créditos de reciclagem junto à Eureciclo, que fará a mediação com cooperativas de catadores", explica Suély.

## Efeito cascata

A Abicalçados recebeu, em janeiro deste ano, uma notificação do Ministério Público do Estado do Paraná, um dos principais mercados consumidores de calçados do País. "A Abicalçados tem orientado os associados quanto à importância da ação preventiva com relação à logística reversa de embalagens, pois está ocorrendo um efeito cascata das medidas", conta Suély.

Outro estado que já iniciou o processo é São Paulo, principal mercado do País. Em abril de 2018, a Companhia Ambiental do Estado de São Paulo (CETESB), responsável pela emissão e renovação de licenças ambientais naquele Estado, emitiu comunicado sobre a questão. "Embora neste comuni-

cado não esteja explícita a exigência para embalagens de calçados, existe uma tendência de em breve vir a ter", projeta a advogada. "Assim como no Mato Grosso do Sul, já existe um acordo realizado com a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP)", conta.

## Sensibilização

Como forma de sensibilizar as empresas sobre a questão, a Abicalçados vem realizando palestras em polos calçadistas brasileiros. Ainda em setembro do ano passado, esteve representada pela coordenadora da Assessoria Jurídica em São João Batista/SC, e durante o mês de fevereiro desembarcou nas cidades de Franca, Jaú e Birigui, em São Paulo. Em março foi a vez de Três Coroas, no Rio Grande do Sul. Até o final deste mês, a entidade desembarca em Nova Serrana, em Minas Gerais. "O esclarecimento é muito importante. A logística reversa, além de ser uma questão ambiental, pode trazer problemas judiciais para as empresas que não cumprirem", aponta Suély.

Além desse trabalho de aproximação, a entidade criou um *hotsite* específico sobre o tema, que pode ser acessado em [www.abicalcados.com.br/logisticareversa](http://www.abicalcados.com.br/logisticareversa). "O site trabalha outra questão da PNRS, que é a educação ambiental", conta Suély. Recentemente, a entidade realizou uma *live* no Facebook que já teve mais de 4,5 mil visualizações, o que demonstra a importância do tema para o setor e sociedade em geral. O material está disponível em <http://bit.ly/LiveLogisticaReversa>.



## QUESTÕES FREQUENTES:

### O QUE É LOGÍSTICA REVERSA?

Quanto à obrigação legal de logística reversa, de acordo com a Lei 12.305/2010, entende-se como o instrumento destinado a viabilizar a coleta e a restituição dos resíduos sólidos ao setor empresarial, após o uso pelo consumidor, para reaproveitamento, ou outra destinação final ambientalmente adequada.

### QUAIS OS RISCOS PARA AS EMPRESAS QUE NÃO SE ENGAJAREM NO ACORDO?

Risco de ter de arcar com o pagamento da cobrança de indenizações pelo Ministério Público, envolvimento em ações civis públicas, enfim, poderão ter implicações legais.

### PELO ACORDO COM O MPE/MS, A EMPRESA NEW HOPE ECOTECH SE ENCARREGARÁ DE TODO O SERVIÇO, DESDE O RECOLHIMENTO ATÉ A DESTINAÇÃO FINAL DA EMBALAGEM?

Sim. A empresa New Hope Ecotech será a gestora do projeto e terá suas atribuições elencadas diretamente com a indústria que aderir-lo, através de contrato entre as partes.

### QUANDO INICIARAM AS NEGOCIAÇÕES PARA ADOÇÃO DO SISTEMA DE LOGÍSTICA REVERSA PARA CALÇADISTAS?

Em junho de 2018, quando a Abicalçados assinou o Termo de Cooperação Ambiental com o Ministério Público do Estado do Mato Grosso do Sul.

### COMO ADERIR AO ACORDO?

Primeiramente, assinando o Termo de Adesão ao projeto de implantação de Sistema de Logística Reversa de embalagens e o enviando à Abicalçados – o termo pode ser solicitado pelo e-mail [suely@abicalcados.com.br](mailto:suely@abicalcados.com.br). Após, a Abicalçados comunicará a gestora do projeto (New Hope Ecotech), que fará o contato com a empresa associada. Feito isso, a empresa assinará um contrato com a New Hope Ecotech e fará o levantamento da pegada de logística reversa – quantidade de embalagens enviadas ao Mato Grosso do Sul levando em consideração a meta de 22% de reciclagem.

### NO QUE A MINHA EMPRESA PRECISA SE ENVOLVER?

A empresa ficará responsável pela autodeclaração sobre a quantidade de pares comercializados (massa de embalagens), informações sobre o material da embalagem, pagamento da fatura referente à pegada de logística reversa, projetos de educação ambiental etc.

### O QUE LEVOU A ABICALÇADOS A ENTRAR NESSE PROCESSO?

Em janeiro de 2018, a Entidade foi notificada pelo Ministério do Meio Ambiente, quanto à existência e obrigatoriedade da Logística Reversa. Mais tarde, em março de 2018, recebemos notificação sobre o inquérito civil no âmbito do Estado do Mato Grosso do Sul.

### A PARTIR DE QUANDO AS EMBALAGENS JÁ DEVERÃO SER RECOLHIDAS?

Perante o Mato Grosso do Sul, a Abicalçados fechou negociação com a Promotoria para que o levantamento da pegada leve em consideração o último semestre de 2018. Ou seja, a apuração da pegada de logística reversa será realizada em ciclos anuais, à exceção do primeiro ciclo que foi negociado com o MPE/MS, cuja neutralização compreenderá o período de julho a dezembro de 2018.



# ENTIDADE PROMOVEU AÇÕES NA FIMEC 2019

Encerrando com saldo positivo, com 500 expositores apresentando suas novidades da indústria de base para o setor calçadista para mais de 25 mil visitantes, a 43ª edição da Fimec, contou com participação ativa da Abicalçados. A mostra, considerada a maior do setor na América Latina, foi realizada na Fenac, em Novo Hamburgo/RS, entre os dias 26 e 28 de fevereiro.

Para o presidente-executivo da Abicalçados, Heitor Klein, a feira apontou para a excelência do setor de componentes, couros, máquinas e produtos químicos para o setor calçadista. "A percepção que tenho e que ouvi de diversas pessoas é de que a Fimec confirmou a expectativa de dias melhores, a partir do retorno da demanda por calçados", avalia. O executivo destaca, ainda, a realização do Fórum Fimec, pelo segundo ano consecutivo. "A Fenac, enquanto promotora da mostra, tem feito um esforço no sentido de realizar atividades diferenciadas ao longo do evento, trazendo informação e capacitação para expositores e visitantes. O Fórum é uma dessas ações", acrescenta Klein, que participou de um dos painéis, o "Caminho para Exportação de Calçados".

Destacando o poder da Fimec para movimentar não somente a cadeia coureiro-calçadista brasileira, mas também a economia regional, o diretor-presidente da Fenac, Márcio Jung, ressalta o sucesso da mostra a partir do posicionamento da nova gestão, com foco na profissionalização dos visitantes. "Quando o visitante vem e fica satisfeito, todos ganham. O expositor começa a vir naturalmente e aumentar seus espaços, ter mais visibilidade", comenta.

Segundo ele, além dos 25 mil visitantes, foram mais de 3,6 mil pessoas credenciadas para a prestação de serviços durante o evento, o que demonstra a importância social da feira enquanto geradora de renda.

A Abicalçados participou da 43ª edição da Fimec com a realização da rodada de negócios FF Exchange, realizada no dia 26 de fevereiro entre calçadistas (âncoras) e fornecedores de tecnologia, com a apresentação do Sistema de Operações Logísticas Automatizadas (SOLA) na Fábrica Conceito e com a exposição do presidente-executivo da entidade no Fórum Fimec.

## FF Exchange

A analista de Desenvolvimento da Abicalçados, Janaína Alves, destaca que os presentes na rodada do FF Exchange saíram satisfeitos com o modelo *speed dating*. "As rodadas, que envolveram seis âncoras e sete fornecedores, trouxeram esse conceito de dinamicidade, uma exigência das relações de negócios contemporâneas. Em menos de uma hora, foram formadas relações importantes e que certamente poderão perdurar e gerar negócios no futuro", avalia, ressaltando que o tempo estipulado, de quatro minutos por apresentação, foi suficiente para que as empresas fizessem apresentações objetivas dos seus produtos. "Afim, dificilmente uma indústria poderia ter contato com sete potenciais fornecedores em tão pouco tempo", conclui Janaína. Como âncoras, participaram do FF Exchange as empresas Usaflex, Máquinas Sazi, Divalesi, Calçados Ramarim, Paquetá Calçados e Bebecê. Os fornecedores de tecnologia foram representados pelo CEITEC, Criativando, Hubsales, Senda, Totvs, Mesper e Easypro.



Fábrica Conceito produziu calçados in loco



FF Exchange: rodadas rápidas de negócios

sistema de operações logísticas automatizadas por meio de código de barras, com a rastreabilidade total da produção", aponta. Segundo ele, foram atendidas mais de 20 empresas, dos mais variados portes e negócios – do fornecedor de insumos, passando pelo calçadista até o varejista. Durante os três dias de produção na estrutura, o SOLA foi responsável pelo controle logístico da Kildare e do Senai.

## SOLA

Na Fábrica Conceito, tradicional espaço onde é montada a estrutura de um parque fabril de calçados, foi demonstrado o SOLA. O consultor da Abicalçados, Igor Hoelscher, destaca que a visita ao estande institucional do projeto tem sido maior a cada ano. "Em um ambiente de crise, parece que finalmente o empresário está percebendo os ganhos provenientes da adoção de um

O SOLA consiste em um conjunto de elementos que se utilizam dos padrões internacionais de codificação GS1 para o controle de todo o processo logístico, desde a chegada da matéria-prima na fábrica até a ponta final, no varejo. No sistema, a embalagem leva um código de barras padrão presente em mais de 150 países, facilitando o processo de produção, controle de estoques, rastreabilidade da carga, serviços de atendimento ao cliente e até ações de marketing. Mais informações em [www.sola.org.br](http://www.sola.org.br).

# PICCADILLY CONQUISTA CERTIFICAÇÃO DE SUSTENTABILIDADE

A calçadista Piccadilly, indústria que produz mais de 35 mil pares de calçados por dia, comemora a conquista da certificação Origem Sustentável na modalidade Ouro, o que significa que a empresa atingiu o cumprimento de 90% dos indicadores do programa desenvolvido pela Abicalçados e Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couros, Calçados e Artefatos (Assintecal) com o apoio do Instituto By Brasil (IBB).

A técnica em Segurança do Trabalho e Meio Ambiente da empresa, Morgana Marca, conta que a empresa participa da iniciativa desde 2013, quando entrou na categoria Bronze. "Visando reforçar o compromisso com a sustentabilidade, em 2016 recebemos a certificação Prata e hoje a certificação Ouro", comemora. Segundo ela, a certificação, que é auditada pela Associação Brasileira de Normas Técnicas e SGS, traz confiabilidade para o mercado. "A conquista garante aos consumidores que eles não estão levando para casa apenas mais um produto, mas também a garantia que a empresa oferece benefícios à sociedade e à natureza", acrescenta Morgana, ressaltando que a sustentabilidade significa, para a Piccadilly, muito mais do que atender obrigações legais, mas a minimização de impactos negativos e a maximização dos positivos nos processos produtivos. "Geração de empregos, renda, destinação ambientalmente correta dos resíduos, compra de matérias-primas de forne-



cedores que também abraçam essa causa são alguns dos exemplos que podemos citar de como a sustentabilidade está incorporada à cultura da Piccadilly", explica.

A técnica conta, ainda, que o próximo passo da empresa é alcançar a certificação máxima do Origem Sustentável, na categoria Diamante, que é concedida a indústrias que alcancem 100% dos requisitos elencados pelo programa. "Temos ciência de que a sustentabilidade é um ato contínuo, que garante que a empresa é sustentável ao longo

do tempo. Para alcançar o nível Diamante, a Piccadilly se compromete a realizar novos investimentos em ações sociais, culturais e ambientais, principalmente os que se referem ao bem estar dos colaboradores, aos novos requisitos dos clientes e às tecnologias capazes de prevenir os impactos negativos causados ao meio ambiente", projeta Morgana, adiantando que o próximo projeto é para o reaproveitamento de aparas de poliuretano que, por meio de logística reversa, retornarão novamente como palmilhas para o mercado.

## Certificação

Recentemente reformulado, o Origem Sustentável eliminou o nível Branco, concedido mediante autodeclaração. A partir de agora, todos os níveis (Bronze, Prata, Ouro e Diamante) serão certificados pela ABNT e SGS. O objetivo é proporcionar um maior credibilidade à certificação junto ao mercado. Estas mudanças têm proporcionado aos fabricantes de calçados e acessórios e aos seus fornecedores de componentes um retorno positivo de clientes e consumidores, com maior engajamento em todos os pilares de sustentabilidade. As atuais dimensões econômicas, ambientais, sociais e culturais foram integradas por meio da Gestão de Sustentabilidade, o que torna mais visível os resultados da certificação para as empresas. Mais informações no site [www.abicalcados.com.br/origemsustentavel](http://www.abicalcados.com.br/origemsustentavel).



## ABICALÇADOS EM IMAGEM E SOM




Quem acompanha as redes sociais da Abicalçados pode ter percebido um aumento na produção de vídeos abordando temas variados. Essa escolha acompanha uma tendência global de consumo de conteúdo nesse formato. No Brasil, a audiência de materiais audiovisuais na internet está em crescimento. Um estudo encomendado pelo YouTube no ano passado apontou que os brasileiros assistem em média a 19 horas de programação on-line por semana, número que equivale a um aumento de 135% nos últimos quatro anos. Outra pesquisa, da Cisco, apontou a tendência de que em 2021, cerca de 82% do consumo total de tráfego de internet sejam destinados à visualização e ao download de vídeos.

Pensando nisso, a Abicalçados tem produzido conteúdos audiovisuais, que são publicados em seus canais sociais: Facebook, Instagram e LinkedIn. Em fevereiro, experimentamos nossa primeira transmissão ao vivo, pelo Facebook. O tema abordado foi a Logística Reversa (leia matéria na página 3), e o conteúdo consistiu em um bate-papo com a coordenadora da Assessoria Jurídica da entidade, Suély Mühl, no qual associados e outros públicos puderam interagir, enviando perguntas antes e durante a gravação. O vídeo, que permanece disponível na página da Abicalçados (veja no quadro ao lado), teve mais de 4,5 mil visualizações, comprovando o grande retorno que este tipo de publicação pode

gerar. "O sucesso da experiência com a *live* demonstrou que devemos continuar nessa direção", avalia a analista de Promoção de Imagem, Luana Chinazzo.

Outros vídeos e transmissões ao vivo estão em pauta. Acompanhe nossas redes sociais (abaixo) e fique ligado.

### REDES SOCIAIS

 /abicalcados  
 @abicalcadosoficial  
 /abicalcados

## COUROMODA TERÁ TRÊS DIAS EM 2020, COM PRÉ-OPENING E FÓRUM NO DOMINGO

Em 2020, a Couromoda será realizada de 13 a 15 de janeiro, de segunda à quarta-feira. No dia 12, domingo, será realizada a Conferência Magna do Fórum Couromoda e um pré-opening para clientes selecionados e previamente convidados, além do coquetel de abertura no início da noite.

Já os Seminários Couromoda + São Paulo Prêt-à-Porter seguirão ocorrendo durante o período da feira, sempre com forte conteúdo voltado para o varejo.

Para Francisco Santos, presidente da Couromoda, esta me-

tida vai otimizar o período da feira, diariamente das 9h às 19h, e concentrar as atividades institucionais no dia anterior à abertura. "Vamos reforçar a campanha promocional no segundo semestre, com uma forte presença nas redes sociais e na mídia especializada", informa.

Segundo a organização da Couromoda, a mudança atende a uma demanda de expositores, lojistas e demais profissionais que participam do evento. A ideia é otimizar o tempo disponível e concentrar no período de três dias todos os negócios.



Divulgação/Couromoda

## FRANCAL LEVA NOVAS TENDÊNCIAS DO VAREJO A DIFERENTES CIDADES

Até o final do mês de maio, a Francal vai levar a lojistas de diferentes cidades brasileiras um conteúdo relevante e enriquecedor sobre os novos conceitos do varejo. O Roadshow Pós NRF, promovido pela Francal a lojistas de calçados e acessórios, é gratuito e detalha as macro-tendências ditadas pela NRF 2019 – Retail's Big Show, maior evento do setor no mundo, realizado em janeiro nos Estados Unidos.

O ciclo de eventos teve início na capital paulista no dia 27 de fevereiro, e segue agora para Curitiba, Belo Horizonte, Recife e Ribeirão Preto. Ministrado pelo professor Maurício Morgado, do Centro de Excelência em Varejo da Fun-



Divulgação/Francal

dação Getúlio Vargas (FGVcev), o conteúdo da NRF 2019 ilustra com casos reais e bem-sucedidos como quatro macro-tendências vêm sendo aplicadas pelas lojas para atender melhor o novo perfil dos consumidores:

mudança na jornada de compra, tecnologia e geração de dados, personalização, e experiência de compra – esta última, com impacto direto nas lojas físicas.

Nestes eventos a Francal tam-

bém apresenta o espaço 100% Varejo, a grande novidade desta edição, onde as macro-tendências do varejo estarão aplicadas e serão vivenciadas na teoria e na prática pelos lojistas.

A proposta da Francal é apresentar soluções e apontar novos caminhos para colaborar com o desenvolvimento do varejo de calçados e acessórios, e oferecer tudo de que os lojistas precisam para modernizarem suas lojas: produtos e serviços, tecnologia aplicada, arquitetura e iluminação, visual merchandising e conteúdo com técnicas e aprendizado para melhorar a experiência de compra do consumidor.

## GESTÃO DA INOVAÇÃO NA INDÚSTRIA CALÇADISTA

O cenário na indústria calçadista tornou-se muito desafiador no Brasil. O mercado cada vez mais competitivo faz com que as empresas busquem novas maneiras de se diferenciarem. Novos processos, produtos, novas formas de enxergar os negócios e interagir com o cliente nunca foram tão comentados e necessários nos meios organizacionais. Inovar tornou-se necessário e crucial para obtenção de vantagem competitiva e perenidade das empresas.

Ainda assim, as empresas ainda possuem a seguinte dúvida: como inovar afinal? O tema é complexo e difícil de ser resumido em alguns parágrafos, mas ainda assim enxergo um caminho principal para a inovação.

O gestor da empresa deverá conter em seu DNA competências como: coragem, ousadia, atitude, visão e tomada de decisão, pois isso será primordial para o primeiro passo. Empresas com líderes conservadores em excesso, não inovam. Com esse ponto superado, torna-se necessário a definição de uma estratégia (onde se quer chegar, qual mercado se pretende buscar, qual seu público alvo e suas necessidades). Traçar objetivos que inovem as regras do setor, com vistas à criação de um novo espaço competitivo, de forma exploratória e aberta, com abertura de novas funcionalidades e compreensão das competências como base e não mais na estrutura que se tem. Máquinas, prédios e equipamentos estão disponíveis a todos no mercado, isso não os diferencia. O que você irá fazer com tudo isso é que será o "pulo do gato".

Compreender que o mundo mudou e por isso é importante mudar também a maneira de pensar e gerir a inovação na Organização é fundamental. As organizações não necessitam mais deter todo o conhecimento e *know-how* internamente. Neste cenário atual, as equipes das empresas precisam ter habilidades e competências que busquem externamente a expertise indispensável para internalizá-la através da aprendizagem, aplicando-a na prática e fazendo acontecer.

Também há possibilidade do incremento da sua competitividade, seja ela através da ampliação industrial, geração de novos produtos, *insights* de ideias vindas de fora da empresa ou qualquer outra interação com uma rede (fornecedores, entidades, instituições, universidades etc) de empresas próximas e interconectadas será essencial.

Esta nova prática de condução da gestão da inovação, permite que ideias criativas sejam mais exploradas e concebidas na medida que as interações interorganizacionais aconteçam, possibilitando agregar valor aos produtos a partir destas redes e parcerias, tornando a empresa diferenciada e inovadora.

**Deivis Gonçalves**

Gestor de Inovação - IBTeC



# MOSTRAS INTERNACIONAIS DE FEVEREIRO SOMAM US\$ 28 MILHÕES EM NEGÓCIOS

As feiras internacionais Micam, na Itália, e FN Platform, nos Estados Unidos, devem gerar mais de US\$ 28 milhões para as marcas participantes. Ambas as participações foram viabilizadas por meio do Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações de calçados mantido em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil).

A primeira parada foi em Las Vegas, onde, na FN Platform, 21 marcas brasileiras faturaram US\$ 3,7 milhões, entre negócios in loco e alinhavados no evento. A analista de Promoção Comercial da Abicalçados, Rúisa Scheffel, destaca que, in loco, foram comercializados o equivalente a US\$ 752 mil, mas que os negócios alinhavados durante o evento devem somar mais US\$ 3 milhões. "Foi um resultado satisfatório. Apesar de registrarmos movimento menor do que em edições anteriores, os negócios se efetivaram, os compradores que apareceram estavam focados", avalia, ressaltando que também ocorreram contatos importantes e que devem abrir novos mercados.

Para o gerente de exportação da Kidy, Rodrigo Nunes, a mostra foi positiva. "Recebemos diversas visitas dos Estados Unidos e de países que ainda não trabalhamos, como Nigéria, Japão, Índia e Porto Rico, sendo que com este último efetuamos negócios e abrimos um mercado importante com uma rede de e-commerce", comenta.

O gerente de vendas da Werner, Isaque Weber, que tinha como objetivo principal encontrar um parceiro local para distribuição e suporte no País atingiu a meta. "Com um parceiro local a marca conseguirá estar presente em mais eventos de promoção comercial, aumentando seu reconhecimento no mercado", avalia. Weber conta, ainda, que os clientes que compraram em edições anteriores retornaram nesta edição, concluindo que



o evento também foi bom para fazer a manutenção de mercado. "Além disso, abrimos novos clientes nos Estados Unidos e recebemos clientes de países do Caribe e da América do Sul", acrescenta.

A Calçados Ala, que há dois anos não participava da FN Platform, abriu três novos clientes importantes. "Eles iniciaram com um volume menor, mas têm grande potencial de crescimento no México, República Dominicana e Venezuela", conta o representante de exportação da empresa, José Luis da Rocha, para quem a feira também serviu como uma forma de manutenção da presença naquele mercado.

Participaram da FN Platform as marcas Rider, Cartago, Ipanema, Zaxy, Grendene Kids, Boaonda, Carrano, Vicenza, Werner, Kidy, Magia Teen, Petite Jolie, Ala, Zatz, Beira Rio Conforto, Moleca, Molekinha, Molekinho, Modare Ultraconforto, Vizzano e Schutz.

## Micam

Considerada a maior feira de calçados do mundo, a Micam Milano, que aconteceu entre os dias 10 e 13 de fevereiro, em Milão/Itália, somou mais US\$ 24,3 milhões para as ex-

portações brasileiras de calçados. Foram 67 marcas brasileiras participantes. A analista de Promoção Comercial da Abicalçados, Paola Pontin, ressalta que, in loco foram comercializados mais de 400 mil pares, que geraram US\$ 7 milhões. "O que mais surpreendeu foi a visita nos estandes brasileiros, que ultrapassou 1,1 mil compradores dos principais mercados do mundo, especialmente localizados no continente europeu", avalia. Ao número, deve ser somada a cifra de US\$ 17,3 milhões, provenientes de negócios alinhavados durante a feira italiana. "Percebemos que as empresas brasileiras, durante o evento, estavam atendendo e fechando pedidos in loco, o que já não é mais tão comum nessas grandes feiras", acrescenta a analista, destacando a performance das vendas de calçados masculinos no evento.

O gerente de exportações da Radamés, Maurício Ávila, saiu satisfeito com a mostra italiana. Segundo ele, a Micam surpreendeu positivamente, especialmente pelo fato da visita de novos e importantes compradores. "Tivemos contatos com novos mercados da Coreia do Sul, Colômbia, Geórgia, França, Austrália, Catar, Tailândia, Arábia Saudita, Indonésia, África do Sul e Japão", conta.

Leandro Camargo, gerente de exportações da Klin, também destaca a visita de novos compradores, que não apareceram na feira italiana anterior, de Riva del Garda. "Tivemos clientes importantes da Croácia, Rússia, Romênia e Colômbia", comenta, ressaltando a importância da participação, pois mesmo que os resultados não ocorram in loco, os contatos gerados acarretam negócios ao longo do semestre.

Participaram da mostra italiana as marcas brasileiras Jorge Bischoff, Loucos & Santos, Raphaella Booz, Smidt, Luz da Lua, Dumond, Capodarte, Guilhermina, GVD International, Ferracini 24h, Pegada, Democrata, Ferricelli, Radamés, Sollu, Sapatoterapia, Savelli, Opnanken Antitensor, Cravo & Canela, West Coast, Bibi, Contramão, Klin, Ortopé, Piccadilly, Invoice, Andacco, Vizzano, Beira Rio Conforto, Moleca, Molekinha, Modare Ultraconforto, Molekinho, Madeira Brasil, Verofatto, Cecconello, Itapuã, New Face Original, Stéphanie Classic, Ramarim, Comfortflex, Whoop, Capelli Rossi, Indiana Colors of Brazil, Tabita, Wirth, Carrano, Suzana Santos, Renata Mello, Ala, Zatz, Cristófoli, Divalesi, Werner, Killana, Usaflex, Kildare, Anatomic & Co, Moema, Rider, Ipanema, Grendha, Zaxy, Cartago, Boaonda, Cherry e Petite Jolie.



## ABICALÇADOS PROMOVE MISSÃO AO PERU

Entre os dias 25 de fevereiro e 1º de março, a Abicalçados realizou uma Missão Prospectiva ao Peru, que englobou uma agenda de reuniões com instituições locais, varejistas, distribuidores, meios de comunicação, Relações Públicas, fabricantes, entre outros. A missão englobou visitas à Lima e Trujillo, que, somadas, concentram 35% da população peruana, de um montante de 32,6 milhões de habitantes.

Atualmente, a grande concentração populacional, no Peru, está nas classes D e E (70%). Ainda assim, é o país latino-americano com os maiores índices de crescimento econômico nos últimos anos, bem como projeções. Para 2019, espera-se que o PIB do país cresça 4,12%, acima da média mundial e latino-americana, de pouco mais de 2%

Na Missão Prospectiva, foram contatados alguns dos maiores importadores de calçados brasileiros, como Lazzos, Litz



e Olini, inclusive, alguns que performam como os maiores importadores de calçados no Peru, indiferente da origem.

Além dessas, foram visitadas as redes comerciais Saga Falabella e Platanitos. No ano de 2018, o Peru importou US\$ 38,9 milhões e 4,9 milhões de pares de calçados do Brasil, com grande concentração de calçados sintéticos e têxteis.

Em 2017, no Peru, 32% do consumo de calçados foi importado, o que oferece espaço para a inserção de marcas internacionais.

De mesma importância, a Missão Prospectiva, assim como o Estudo estratégico sobre o mercado, que será compartilhado com as empresas associadas, buscaram compreender o perfil do consumidor peruano, seus hábitos de compra, estilo de vida, perfil do varejo e canais de distribuição.

Os dados coletados servirão de base para balizar ações do Brazilian Footwear no mercado peruano, que é considerado alvo para o biênio 2019-2020.

# EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS SEGUEM EM ALTA

O segundo mês do ano manteve o crescimento nas exportações de calçados. No mês passado, foram embarcados 11 milhões de pares que geraram US\$ 84,4 milhões, incrementos de 17,4% em volume e de 8,8% em receita no comparativo com igual mês de 2018. Com isso, no acumulado do ano, somam comercializados no exterior 26 milhões de pares por US\$ 183,7 milhões, altas tanto em volume (26%) quanto em dólares (16%).

O presidente-executivo da Abicalçados, Heitor Klein, destaca que o resultado positivo tem sido puxado, sobretudo, pelo incremento das vendas aos Estados Unidos. "Como forma de precaução frente a possíveis entraves que possam ser provocados pela guerra comercial entre Estados Unidos e China, o importador daquele país vem diversificando suas fontes de fornecimento de calçados. Com isso, ganhamos espaço", avalia o executivo.

## Destinos

O principal destino dos embarques brasileiros no bimestre foi os Estados Unidos. No acumulado, os norte-americanos importaram 3 milhões de pares por US\$ 37,74 milhões, altas de 67,7% em volume e de 59% em receita ante o mesmo interim de 2018. O segundo destino foi a França, que ultrapassou a Argentina no ranqueamento. No bimestre, os franceses compraram 2,7 milhões de pares por US\$ 14,34 milhões, incremento de 8% em volume e queda de 12,4% em receita em relação ao ano passado. A Argentina, que vem diminuindo as importações desde o segundo semestre de 2018, importou, no período, 902 mil pares por US\$ 11,27 milhões, quedas de 13,5% em volume e de 34,3% em receita no comparativo com igual intervalo do ano passado.

## Origens

Os gaúchos seguem no topo do ranking dos exportadores de calçados. No bimestre,

partiram do estado do Sul 4,84 milhões de pares, pelos quais foram pagos US\$ 74,43 milhões, incrementos tanto em volume (18,4%) quanto em receita (6,8%) no comparativo com mesmo período do ano passado. A segunda origem das exportações do setor foi o Ceará, de onde foram embarcados 11,58 milhões de pares por US\$ 63,53 milhões, altas de 30,4% e de 43%, respectivamente, na relação com mesmo interim de 2018. Ultrapassando São Paulo no ranqueamento, a Paraíba foi o terceiro maior exportador de calçados no bimestre. Os paraibanos embarcaram 5 milhões de pares que geraram US\$ 15 milhões, incrementos tanto em volume (36%) quanto em receita (36,8%) na relação com mesmo período de 2018.

## Importações

Já as importações de calçados, no bimestre, cresceram 9,5% em volume e registraram queda de 3,7% em receita no compa-

rativo com período correspondente do ano passado. No bimestre, entraram no Brasil 6,28 milhões de pares por US\$ 70 milhões. Segregando o mês passado, foram importados 3,5 milhões de pares por US\$ 30,67 milhões, incremento de 24,3% em volume e queda de 6,7% em receita na relação com fevereiro de 2018.

As principais origens dos dois primeiros meses foram Vietnã (2 milhões de pares e US\$ 34,4 milhões, quedas de 12% e de 18,4%, respectivamente), Indonésia (1 milhão de pares e US\$ 16 milhões, incrementos de 54,2% e 31,4%) e China (2,43 milhões de pares e US\$ 8 milhões, incrementos de 23,5% e 11,5%).

Em partes de calçados – cabedais, palmilhas, solas, saltos etc – as importações somaram US\$ 6,58 milhões, 53,7% menos do que no primeiro bimestre de 2018. As principais origens foram China, Vietnã e Paraguai.



## ASSOCIADOS

# PRATELEIRA INFINITA

Calçados Bibi de Parobé acaba de implantar o conceito de "prateleira infinita" que permite a seus 110 pontos de venda terem acesso ao estoque da loja virtual, com mais de 8 mil pares de calçados infantis. Trata-se da integração das lojas físicas da marca com o canal de e-commerce, facilitando as vendas por ampliar o estoque e a gama de produtos disponíveis em cores e numerações. Em

pouco mais de seis meses de testes, ela gerou mais de 5 mil notas nas 27 lojas do Rio Grande do Sul e São Paulo que trabalham com a novidade.

Em breve, a inovação estará em toda a rede da Bibi. Por meio dessa e outras inovações, a empresa planeja fechar 2019 com expansão de 20% no faturamento da rede de franquias.



Divulgação/Bibi



# VOGUE BRAZILIAN FOOTWEAR JÁ ESTÁ NAS BANCAS

Já está nas melhores bancas brasileiras a Vogue Brazilian Footwear, que tem a edição em português circulando junto à Vogue "mãe". A publicação calçadista, que completou vinte edições em 2018, reúne os principais lançamentos do setor calçadista para o Inverno 2019. O projeto, realizado em parceria entre a Vogue e o Brazilian Footwear, programa de incentivo à exportação de calçados brasileiros, promovido pela Abicalçados e a Apex-Brasil, contou com a participação de 63 marcas dos segmentos feminino, masculino e infantil. A publicação é produzida em português, inglês e espanhol – os exemplares nas línguas estrangeiras serão distribuídos nas principais plataformas comerciais do mundo.

Nesta edição, a diversidade da indústria brasileira é o foco em matérias que abordam o design e as inspirações das marcas

para criarem produtos únicos. A pluralidade aparece também na seção Best-sellers, que apresenta as principais tendências para a estação mais fria do ano, como a bota slouch e os tênis chunky, ícones dos anos 1980 e 1990. Esses e outros estilos em alta aparecem, ainda, em dois editoriais de moda com curadoria da equipe da Vogue. Por fim, a seção Primeirafila, que a cada semestre retrata o perfil de diretores de empresas do setor, dessa vez conta com a história de Rudimar Dall'Onder, CEO da Grendene, companhia que participa da publicação com cinco marcas.

A Vogue Brazilian Footwear está disponível também da versão digital, no endereço [brazilianfootwear.com/vogue](http://brazilianfootwear.com/vogue). Em formato de blog, a plataforma disponibiliza periodicamente os conteúdos produzidos para a publicação, além de materiais especiais, como entrevistas em vídeo e animações.



# ABERTAS AS INSCRIÇÕES PARA A PLATAFORMA DE COCRIAÇÃO MODA CO

Moda Co

Estão abertas as inscrições para empresas que desejam lançar desafios para mais de dois mil designers inscritos na Moda Co. Pioneira no setor calçadista, a plataforma de criação coletiva desenvolvida pela Abicalçados funciona no site [www.modaco.cc](http://www.modaco.cc), local onde são realizadas todas as etapas dos desafios, que terão seus vencedores conhecidos em julho.

Lançado em 2015, o projeto já teve quatro edições, com desafios lançados por marcas como Piccadilly, Bibi, Pampili, Kidy, Zaxy, Grendene Kids, Werner, Usthemp, Perlatto, Plugt, Usaflex, West Coast, Kildare, Morena Rosa e Veleno. Segundo o gestor de Projetos da Abicalçados, Cristian

Schindwein, o projeto amplia as possibilidades de criações diferenciadas para as empresas, indo ao encontro de uma necessidade cada vez mais latente por produtos realmente inovadores. "Com a participação, as empresas recebem propostas criativas de profissionais de fora, ou seja, com uma nova percepção", avalia o gestor.

## Como funciona

Atualmente com mais de dois mil designers cadastrados, a plataforma Moda Co funciona totalmente on-line, no site [www.modaco.cc](http://www.modaco.cc). A gestão do processo é toda da Abicalçados, sendo que a empresa inscrita só tem obrigações de enviar os desafios (*briefings*) e esperar pelas respostas dos usuários.

Em julho, serão conhecidos os vencedores, dois por desafio, um na modalidade Empresa, escolhido pela própria, e outro na modalidade Comunidade, que será votado pelos próprios usuários da plataforma. As premiações são de R\$ 1,8 mil e R\$ 700, respectivamente.

A empresa interessada em participar do projeto deve fazer contato via e-mail [janaina@abicalcados.com.br](mailto:janaina@abicalcados.com.br) para mais informações.



## CONTRIBUIÇÃO SINDICAL DEVERÁ VIR VIA BOLETO

Foi publicada, em edição extra do Diário Oficial da União de 1º de março de 2019, a Medida Provisória nº 873 (acesse em: [bit.ly/2tXkdMv](http://bit.ly/2tXkdMv)), alterando a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) para dispor sobre a Contribuição Sindical.

A Medida Provisória (MPV) aprofunda as alterações trazidas pela Reforma Trabalhista que entrou em vigor em 2017, quando a Contribuição Sindical deixou de ser obrigatória. O texto vale imediatamente, mas, por se tratar de uma MPV precisa ser aprovado pelo Congresso em até 120 dias para conversão em lei. Caso contrário, perderá a validade.

Pelo novo texto, os trabalhadores ainda precisam manifestar a vontade de contribuir para o sindicato da categoria, mas agora as empresas não podem mais descontar diretamente da folha de pagamento dos empregados.

Assim sendo, além do recolhimento estar condicionado à anuência prévia, voluntária, individual e expressa (por escrito) do empregado, a cobrança da Contribuição Sindical, que equivale ao valor recebido por um dia de trabalho, deve ser realizada através de boleto bancário que deverá ser encaminhado obrigatoriamente à residência do empregado ou, na hipótese de impossibilidade de recebimento, à sede da empresa.

Não são admitidas a autorização tácita ou a substituição dos requisitos expressos para a cobrança, pelo requerimento de oposição. Da mesma forma é nula a regra ou a cláusula normativa que fixar a compulsoriedade ou a obrigatoriedade de recolhimento a empregados ou empregadores, sem observância da autorização expressa, ainda que referendada por negociação coletiva, assembleia-geral ou outro meio previsto no estatuto da entidade.

Além da Contribuição Sindical com os requisitos acima referidos, a Medida Provisória ainda incluiu o "Art. 579-A" ao texto da CLT, versando sobre as outras formas de contribuição:

"Art. 579-A. Podem ser exigidas somente dos filiados ao sindicato:

I - a contribuição confederativa de que trata o inciso IV do caput do art. 8º da Constituição;

II - a mensalidade sindical; e

III - as demais contribuições sindicais, incluídas aquelas instituídas pelo estatuto do sindicato ou por negociação coletiva." (NR)

## Suely Mühl

Coordenadora Jurídica  
[suely@abicalcados.com.br](mailto:suely@abicalcados.com.br)