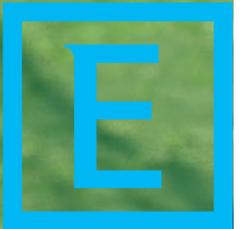


# Com os pés no MUNDO

*No bairro Hamburgo Velho, em Novo Hamburgo/RS, clicamos editorial que comprova a versatilidade de fabricantes dos polos calçadistas*

## vales DO CALÇADO



### INDÚSTRIA

*Zenglein reinventa-se aos 50 anos*

### MODA

*O design com assinatura defendido por Ronaldo Fraga*

# Passado + futuro

Em sua segunda edição, o projeto Vales do Calçado consolida-se no portfólio de especiais produzidos pela equipe do Jornal Exclusivo. Exercitamos nosso olhar diferenciado para aquilo que nos cerca e acabamos descobrindo histórias e cenários inspiradores. A começar pela locação do editorial: o bairro Hamburgo Velho e seus casarios carregados de memórias dos primórdios da colonização e da produção calçadista brasileira. As provocações lançadas pelo estilista Ronaldo Fraga durante o Fashion Meeting Lançamentos serviram de fio condutor para uma reportagem sobre a moda autoral. Voltamos no tempo para resgatar o legado de grandes nome do calçado nacional e constatamos que espiar o passado ajuda a entender o que o futuro reserva. Faça este exercício e você compreenderá o que o consumidor hiperinformado do século 21 quer comprar. Boa leitura!

## COMPONENTES

O **VALE DO SINOS** concentra **600** empresas de componentes, que empregam diretamente **22 mil** pessoas;  
No **VALE DO PARANHANA** são **170** empresas, com **2,3 mil** funcionários diretos;  
Já na **SERRA**, são **80** empresas com **2 mil** empregados diretos.  
Os números representam **33%** do total de empresas de componentes do Brasil e referem-se ao ano de 2016.

FONTE: ASSINTECAL

## COURO

O Brasil tem **257** curtumes, **95** deles concentrados no **RIO GRANDE DO SUL**;  
Estes unidades em solo gaúcho empregam diretamente **11,5 mil** pessoas que, de janeiro a julho deste ano, produziram **9 milhões** de couros bovinos.

FONTE: CICB E AICSUL

## CALÇADOS

O **VALE DO SINOS** tem **1.155** indústrias calçadistas (2015), que empregam diretamente **36.979** pessoas (2016);  
Estas indústrias produziram, de janeiro a julho de 2016, **9.053.122** pares; em igual período de 2017, este número pulou para **10.043.035**, um crescimento de **10,9%**;

FONTE: ABICALÇADOS

O **VALE DO PARANHANA** e **ENCOSTA DA SERRA** tem **934** empresas (2015), que empregam diretamente **28.192** pessoas (2016);

A **SERRA GAÚCHA** conta com **89** empresas (2015), que geraram diretamente **3.543** empregos (2016).

## MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

No **VALE DO SINOS**, estão localizadas **34** indústrias de máquinas e equipamentos; na **SERRA** gaúcha estão duas. Ambos polos, juntos, empregam diretamente **3 mil** pessoas (entre 2016 e 2017).

\* DADOS QUE LEVAM EM CONSIDERAÇÃO SOMENTE ASSOCIADOS DA ENTIDADE  
FONTE: ABRAMEQ

## VAREJO

No **RIO GRANDE DO SUL** concentra **2.095** lojas de calçados (2015), que em 2016 empregaram **11.519** pessoas. De janeiro a julho deste ano, são **10.751** empregos registrados.

FONTE: FCDL-RS

## BOLSAS E ARTEFATOS

Na **REGIÃO SUL** do País, até o presente momento, são **550** empresas do segmento de bolsas e artefatos, que geram **7 mil** empregos diretos; em todo o **BRASIL**, são **1.715** empresas

FONTE: ABIACAV

**SEMANA DO CALÇADO 2017**

**1º A 5 DE OUTUBRO**  
www.semanadocalcado.com.br

**INOVAÇÃO COLABORATIVA**  
O GRANDE DIFERENCIAL COMPETITIVO

IBTECHDRY  
FF EXCHANGE  
FF MEETING  
INDAÇÃO

ANÁLISE DE CENÁRIOS  
CONEXÃO INSPIRAMAIS

Realização:

IBTeC, SEBRAE, ABICALÇADOS, ASSINTECAL, ABRAMEQ, CICB, COUROMODA, FIMEC, nit

Apoio:

CAPEX, COLORGRAF, GRUPO COFRAG, GRUPO STICK FRAN, ITM 40 ANOS, RISOL, Mared

UMA GRANDE EMPRESA. GRANDES MARCAS.



**CALÇADOS BEIRA RIO<sup>®</sup> S.A.**

Produzindo valores

beira rio  
*conforto*

**moleca**

V  
VIZZANO

molekinha  
**MOLEKINHO**

MODARE  
*ultra conforto*

## UNIÃO pelos interesses do SETOR

Em um contexto altamente competitivo como o do mercado atual, é mais do que necessário contar com entidades que batalham por interesses comuns ao setor. Nas próximas páginas, confira os atuais projetos em ação na Abicalçados, IBTeC, Assintecal, Abrameq, Abiacav, CICB e AICSul.

## IBTeC concentra esforços na Semana do Calçado

*Programação comemora os 45 anos do instituto*

Em comemoração aos 45 anos da sua fundação, o Instituto Brasileiro de Tecnologia do Couro, Calçado e Artefatos (IBTeC) promove a 2ª edição da Semana do Calçado, com foco na união das entidades representativas do setor. A programação, de 1º a 5 de outubro, em Novo Hamburgo/RS, tem como tema "Inovação Colaborativa" e é realizada em parceria com o Sebrae RS. O presidente executivo do IBTeC, Paulo Griebeler, enfatiza a importância de aproximar todos os elos da cadeia. "Será uma semana intensa, em busca de respostas sobre as questões que envolvem o futuro do nosso setor", diz. As atividades envolvem sete eventos e a expectativa é superar o número de participantes da edição de 2016, quando 800 pessoas estiveram presentes.

No primeiro dia, a maratona de desafios IBTECHDAY é a atração, com apresentação de soluções para a área do calçado. Os inscritos deverão formar equipes e escolher um desafio para resolver ao longo do dia. O prêmio para os vencedores são passagens para o Vale do Silício, nos Estados Unidos, com visita técnica às empresas Facebook, Google e Apple, acompanhados pela aceleradora Outsource Brazil.

Já na segunda-feira, dia 2, Sebrae e Couromoda realizarão o Seminário Comercial para Profissionais da Indústria e do Varejo do Calçado, no Hotel Locanda. Os palestrantes serão Gil Giardelli, que falará sobre "Indústria 4.0 e o futuro da indústria do calçado", e Julio Takano, falando sobre "Tendências e as novas soluções para o varejo".



### SOBRE O IBTEC

O IBTeC, que atende mais de 2 mil empresas anualmente, é o braço tecnológico e espaço de pesquisa em inovações do setor coureiro-calçadista. Criado em 7 de outubro de 1972, presta serviços de excelência na avaliação de produtos do setor calçadista, com ensaios de laboratórios, teste de componentes, insumos e produtos finais. Um dos pilares da instituição é o desenvolvimento de produtos inovadores, em parcerias com as empresas. Mantém também um Núcleo de Consultoria, para apoiar indústrias de pequeno e médio portes no implemento de melhorias em sua estrutura.

## Abicalçados: atuação em diversas frentes

*Entidade é parceira de programação do IBTeC*

Entre os destaques da programação da Semana do Calçado, três atividades contam com a Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) como proponente. Conforme o gestor de projetos da entidade, Cristian Schlindwein, a ideia é oferecer apoio e incentivar as empresas a pensar o futuro de forma estratégica. "A integração das entidades da cadeia proporciona a abertura de novos caminhos e conexões para os negócios", acredita.

Atração no dia 3 de outubro, o FF Exchange é uma das apostas da Abicalçados para fortalecer o relacionamento entre fabricantes e fornecedores. "A temática, nesta edição, envolve as plataformas digitais, como e-commerce, que é um mercado em pleno crescimento. A comunicação nesta área também tem grande potencial e vemos que muitos empresários ainda estão em fase de implementação destas ferramentas", diz. O FF Exchange funcionará no formato speed dating, com interações de três minutos.

No mesmo dia, a entidade apresenta a Análise de Cenários, com palestra da economista Patrícia Palermo, sobre as perspectivas macroeconômicas e para o setor para os próximos meses. Já na quarta, dia 4, haverá o FF Meeting – um debate sobre a indústria 4.0. "Será uma troca muito rica de informações e expertises, com a participação de empresários convidados, além de parques tecnológicos de universidades da região. Traremos assuntos que estão em alta, como automação e eletrônica", menciona o gestor.



Cristian Schlindwein

### SOBRE A ABICALÇADOS

A Abicalçados tem sede em Novo Hamburgo/RS e representa a indústria calçadista nacional. Fundada em 1983, a entidade conta com 154 associados, o equivalente a 70% da produção no Brasil. Atuando na defesa comercial, em busca de melhores condições competitivas de produção, age também como alavanca para a qualificação setorial. O trabalho tem como foco a criação de uma cultura de design que valorize o calçado verde-amarelo pelos materiais e processo diferenciado de desenvolvimento.

Para mais detalhes sobre como participar e a programação completa da Semana do Calçado, acesse [www.semanadocalcado.com.br](http://www.semanadocalcado.com.br)



QUALIDADE  
com  
COMPETITIVIDADE  
Na Bell Valley tem!

Av. Victor Hugo Kunz, 410 | Novo Hamburgo - RS  
(51) 3594.1600 | [www.bellvalley.com.br](http://www.bellvalley.com.br)



R A I



# Usaflex

## PRIMAVERA-VERÃO

MISTURE CORES,  
INVENTE MODA,  
CRIE ESTILOS.  
SEJA O QUE QUISER.



# Usa do seu jeito

SEJA UM FRANQUEADO

 [usaflexconforto](#)

 [usaflexcalcados](#)

 [usaflex.com.br](#)

## AL-Invest 5.0 no foco da Assintecal

As atividades do convênio AL-Invest 5.0 já estão em andamento na Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal). A proposta da entidade, em parceria com a Associação Colombiana de Indústrias de Calçados, Couro e suas Manufaturas (Acicam), é aprimorar a integração da cadeia na América Latina, fomentando o crescimento das micro, pequenas e médias empresas do setor. A primeira ação concretizada foi a capacitação de Conselheiros dos Núcleos Produtivos do Setor Coureiro-Calçadista, realizada no início de agosto, na sede da entidade, em Novo Hamburgo/RS.

Estes profissionais se reunirão, nas próximas semanas, para formar núcleos de atuação, que farão a análise dos desafios identificados ao longo do mês de agosto. Estas informações servirão como base para as estratégias de melhorias no segmento – no Vale do Sinos e Colômbia. O projeto tem 12 meses de duração e prevê intervenções de aperfeiçoamento técnico, administrativo e comercial, contando com uma rede de coordenação de negócios e serviços em diferentes habilidades de organização entre os países. Com estas ações, a expectativa da Assintecal é aumentar a produtividade e mão de obra qualificada em 10% ao ano, além de incrementar a participação no diálogo político bilateral.



MICHEL POZZERON/IGES-ESPECIAL

### SOBRE A ASSINTECAL

A Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal) tem como missão impulsionar o mercado brasileiro para além das fronteiras. A entidade trabalha para o crescimento competitivo e sustentável do setor, levando novas ideias, tecnologias inovadoras e suporte criativo, estratégico e financeiro às companhias. A Assintecal atua nacionalmente, em 42 polos calçadistas, com mais de 300 empresas associadas.

## Abiacav renova-se aos 35 anos

A Abiacav comemorou 35 anos de atividade e ingressou em uma nova etapa de sua história. Com quadro social revigorado nos últimos anos, a entidade elegeu sua nova diretoria com a marca da renovação. Os novos integrantes foram eleitos em maio e tomaram posse durante a 49ª edição da Franca, em julho, em São Paulo/SP.

O empresário Felipe Bennemann, executivo das marcas Bennemann e Bennelle (São Leopoldo/RS), é novo presidente da entidade, substituindo Vidal Veicer, que comandou a Abiacav por cerca de 12 anos. “Foram anos de muito trabalho em defesa do nosso setor, de implantação dos programas de internacionalização e de importante promoção do segmento”, avalia Ben-

nemann. “Queremos manter tudo isso e agregar novas estratégias, acompanhando as mudanças tecnológicas e de consumo que definem o mercado hoje”, complementa.

O perfil de associado da Abiacav mudou bastante nos últimos anos, especialmente pelos projetos de promoção comercial realizados com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), como é o caso do Bags by Brasil. Novas empresas se filiaram à entidade e seus executivos já somam experiência nas decisões de gestão, participando dos comitês internos. “Agora, alguns desses associados passarão a integrar a diretoria, uma renovação natural que gera mudanças e avanços para novos ciclos”, afirma o gestor.

### DIRETORIA

O diretor-executivo da Abiacav, Mario Frassati, segue na função, apoiando os novos dirigentes. “Teremos algumas novidades, como vice-presidências setoriais e mudanças que se alinham ao perfil da nova diretoria”, adianta.

## Abrameq aposta em jovens talentos

Alunos de cursos técnicos voltados à indústria de máquinas para o setor coureiro-calçadista têm a oportunidade de conhecer a realidade do mercado, por meio do Projeto Indústria Jovem, do Sindicato das Indústrias de Máquinas de Novo Hamburgo e Região (SinmaqSinos). Apoiada pela Associação Brasileira das Indústrias de Máquinas e Equipamentos para os Setores do Couro, Calçados e Afins (Abrameq), a iniciativa desenvolve diversas ações dentro de escolas do Vale do Sinos. “Temos um ótimo retorno sobre os ganhos que estas atividades proporcionam. Os jovens demonstram grande entusiasmo em poder contribuir com os processos e os empresários têm a liberdade de assumir ou não estas ideias,

conforme sua necessidade”, explica a diretora executiva da Abrameq, Cristiane Stoffel Pinheiro.

Lançado em 2014, o projeto inclui propostas como Banco de Ideias, em que a entidade encaminha desafios reais das indústrias às escolas, para que sejam analisados em trabalhos de conclusão de curso de seus alunos. A tarefa destes jovens é buscar soluções para estes obstáculos, oferecendo novos olhares para resolver estes gargalos. “A grande vantagem é que os novos profissionais saem da sala de aula com uma boa noção de como funciona o mercado, além de serem constantemente estimulados a pensar em novos formatos de trabalho”, pontua a gestora.

### SOBRE A ABRAMEQ

A Associação Brasileira das Indústrias de Máquinas e Equipamentos para os Setores do Couro, Calçados e Afins (Abrameq) é uma entidade sem fins lucrativos, dedicada a pensar estrategicamente o setor, conduzindo programas direcionados ao desenvolvimento tecnológico das empresas e a sua inserção no mercado interno e externo. Para isso, a entidade atua com ênfase na capacitação e qualificação das indústrias, por meio de parcerias com diversas entidades.

### SOBRE A ABIACAV

A Abiacav representa um importante setor de atividade que congrega cerca de 2,4 mil indústrias em todo o País. Juntas, elas produzem mais de 50 milhões de peças todos os anos, desde malas até cintos e carteiras, bolsas femininas a mochilas escolares, estojos dos mais variados tipos a luvas de segurança e selas para cavalos. Direta e indiretamente, empregam mais de 100 mil pessoas. A associação defende os interesses dos fabricantes e também do varejo especializado, de importadores e fornecedores de insumos, que fazem parte da cadeia produtiva do setor.

**MARTINHO**  
SOLUÇÕES EM PALMILHAS E INJETADOS

51-3546-1492

atendimento@palmilhasmartinho.com.br



## CICB de olho na competitividade do couro brasileiro

Representar institucionalmente o setor de couros, promovendo ações para torná-lo cada vez mais competitivo mundialmente e apto para aproveitar as oportunidades oferecidas pelos mercados doméstico e internacional, com responsabilidade e sustentabilidade. Esta é uma das propostas do Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil (CICB), que tem entre suas principais ações o Brazilian Leather – projeto de internacionalização do couro brasileiro, desenvolvido em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil).

Várias são as estratégias de consolidação do produto nacional em mercados estrangeiros. Entre elas está o incentivo à participação de curtumes nas principais feiras mundiais ligadas ao ramo, como é o caso da All China Leather Exhibition (ACLE), que ocorre entre os dias 30 de agosto e 1º de setembro, em Xangai, na China. Dezoito grupos empresariais brasileiros estarão expondo seus produtos na mostra chinesa com o apoio do Brazilian Leather.



All China Leather Exhibition (ACLE)

### SOBRE O CICB

O CICB é a entidade que representa o setor de couros do Brasil no âmbito nacional e internacional. Atua na defesa de todos os curtumes brasileiros independentemente da localização, tamanho ou especialização, protegendo e promovendo o couro em todos os sentidos, com o aprimoramento da sua matéria-prima, a modernização de parques industriais, a qualificação profissional e a sustentabilidade. Filiado ao International Council of Tanners (ICT), o CICB tem atuação voltada ao mercado externo, com vistas à expansão e reconhecimento do couro brasileiro junto ao segmento internacional.

## AICSul participa de ação em defesa do setor coureiro

A Associação das Indústrias de Curtumes do Rio Grande do Sul (AICSul) tem constantemente realizado e apoiado ações em prol do setor coureiro. No dia 8 de agosto, o presidente-executivo da entidade, Moacir Berger, acompanhou o presidente-executivo do Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil (CICB), José Fernando Bello, em audiência com o ministro da Agricultura e Abastecimento, Blairo Maggi, em Brasília/DF. Na pauta do encontro esteve a regulamentação de inspeção de produtos de origem animal (RISPOA), que tem alterações previstas para entrar em vigor em novembro.

Berger participou de encontro na Câmara de Comércio Exterior (Camex), onde foram tratados temas de interesse dos exportadores brasileiros de couro.



### SOBRE A AICSUL

Fundada em 14 de maio de 1976, a AICSul é o elo de apoio às empresas do setor coureiro gaúcho. Por meio da entidade são unidos esforços para superar os desafios de um segmento que fornece produtos de qualidade aos mercados mais exigentes do mundo, fazendo do couro um dos itens mais importantes da pauta brasileira de exportações. Sua bandeira prioritária é a luta para que o couro brasileiro seja cada vez mais comercializado com maior valor agregado, para a potencialização da geração de empregos e divisas ao Rio Grande do Sul e ao Brasil.

# Cofratec

O Grupo Cofrag, através de sua unidade COFRATEC, oferece materiais para os segmentos **ESPORTIVO, FEMININO, INFANTIL, SEGURANÇA e TÉCNICO**, tais como:

- Tecidos para cabedais, forros e palmilhas;
- Estamparia digital;
- Espumas especiais em PU;
- Tecidos nanotecnológicos;
- Tecidos funcionais, benéficos a saúde.

(11) 2187 7400

FRANCO DA ROCHA  
SÃO PAULO

GRUPO

**Cofrag**  
INDÚSTRIA TÊXTIL

www.cofrag.com.br  
51 3568 2044

f grupocofrag

@grupocofrag

# Multimarcas em queda,

*Diversificar pode ser alternativa para dar novo fôlego ao comércio*

**MARY SILVA**

mary.silva@gruposinos.com.br

A convergência entre os sistemas de lojas físicas e on-line no varejo de moda afastou os temores de que o avanço do e-commerce pudesse decretar o fim das compras in-loco. O grande desafio dos empresários, agora, é adequar seus modelos de negócio às novas necessidades e desejos do consumidor. Neste contexto, as franquias, em sua marcha acelerada de crescimento, vêm conquistando cada vez mais espaço, forçando ainda mais transformações no mercado – especialmente, em relação às multimarcas. Conforme a economista da Universidade Feevale Lisiane Fonseca da Silva, as redes exclusivas saem na frente já no plano de negócios. “Hoje, o cliente tem um grau mais elevado de exigência e o franqueado recebe um feedback antecipado sobre a melhor for-

ma de atendê-lo. O foco é direcionado a perfis específicos e esta é uma grande vantagem”, pontua.

Se a proposta é atraente para o público, os números expõem um panorama também favorável para o empreendedor. Segundo a Associação Brasileira de Franchising (ABF), o segmento Moda, no qual estão inseridos calçados, vestuário e acessórios, obteve crescimento de 3,6% em faturamento no segundo trimestre de 2017, na comparação com o mesmo período do ano passado. O dado representa um montante de R\$ 4,597 bilhões, ante R\$ 4,437 bilhões do segundo trimestre de 2016. Já no acumulado dos últimos 12 meses, a alta desta fatia de mercado foi de 8,9% – de R\$ 19,146 bilhões para R\$ 20,852 bilhões, de acordo com levantamento da entidade.



**INTELIGENTE**  
É COMPRAR  
**GRANDES**  
**MARCAS**  
COM ATÉ

**70%**

DE DESCONTO,  
TODOS OS DIAS,  
EM UM SÓ LUGAR.

- Arezzo, Schutz e Ana Capri
- Bibi
- Anzetutto
- Carmen Steffens
- CNS
- Crocs
- Datelli
- Delotto
- Dumond Capodarte
- Empório K
- Jorge Bischoff
- Luz da Lua
- Mann Shoes
- NinaRô

**E MUITO MAIS.**

**Entrada pela BR 116 Km 236**

Novo Hamburgo | RS Brasil

**Horário de Funcionamento**

De segunda a domingo, das 9h às 21h

IFASHIONOUTLETNH.COM.BR



IFASHIONOUTLETNH



# franquias em ALTA

## Para dar um BOOST nos resultados

Para o presidente da Associação Brasileira de Lojistas e Artefatos de Calçados (Ablac), Marcone Tavares, a franquia é uma boa opção de investimento para o lojista que quer dar um boost nos resultados, de forma geral. Isso porque o varejo multimarcas vem demonstrando perda gradual nos últimos tempos. "Há pelo menos três anos, observamos uma queda nas vendas, em função da crise econômica e da mudança de hábitos de compra do consumidor", afirma. Ele acrescenta que, nos primeiros quatro meses de 2017, o volume comercializado foi 12,6 milhões de pares a menos do que o mesmo período de 2016, conforme pesquisa encomendada pela entidade à empresa Kantar Worldpanel.

O estudo mostra, no entanto, uma elevação da receita de 7% das sapatarias multimarcas no período, resultado da venda de produtos de maior valor agregado. "O consumidor está comprando menos, mas prefere adquirir produtos de melhor qualidade, mesmo que com preços mais altos", complementa. Diversificar os negócios, segundo o presidente da Ablac, está entre as alternativas adotadas por muitos empresários que, percebendo a perda na força de seus modelos tradicionais, começam a manter, em paralelo, unidades franqueadas.

## Usaflex conquista franqueados de peso

Em plena expansão de seu projeto de franquias, a Usaflex (Igrejinha/RS) surfa na onda do ótimo momento para este modelo de negócio. Entre os franqueados está o empresário Lioveral Bacher, que inaugurou, recentemente, sua quarta loja da marca no Rio Grande do Sul, no Barra Shopping Sul, em Porto Alegre/RS. A unidade é aposta do empreendedor para atingir um nicho ainda não atendido neste centro de compras. "Faz muitos anos que observo o mercado de fidelizadas da Usaflex e sempre falava aos proprietários que, quando decidissem franquear, eu seria um candidato. Acredito que as pessoas estão em busca de uma melhor qualidade de vida, praticando mais exercícios e, por consequência, buscando calçados mais confortáveis, que é exatamente o que a Usaflex proporciona, além do design moderno dos produtos", destaca.

CEO da companhia, Sergio Bocayuva comenta que a abertura do empreendimento faz parte do projeto de expansão agressivo da marca. "Operamos atualmente com 80 lojas Usaflex. O nosso objetivo é chegar a 341 unidades franqueadas em cinco anos, ampliando a aderência do público jovem, através da oferta de produtos de qualidade com inovação e moda", afirma.

## ADEQUAÇÕES MAIS DO QUE NECESSÁRIAS

Apesar da crescente onda do franqueamento, não se descarta o sucesso para quem pretende se manter no varejo multimarcas. Lisiane Fonseca da Silva destaca, entretanto, que algumas adequações são imprescindíveis para a saúde das empresas. "É interessante fazer um estudo sobre o público que se quer atingir e o tipo de produto e serviço que ele precisa e quer. A partir disso, seguir uma linha de raciocínio na comunicação visual da loja, para que o cliente entenda o que ele vai encontrar", explica.

### DICAS DA ESPECIALISTA

- Deixe claro o tipo de produto que a loja oferece. Comunique as faixas de preços e segmentos atendidos de forma clara;
- Capacite a equipe em relação às peças comercializadas. O consultor deve saber apresentar e esclarecer dúvidas sobre o mix;
- Envolver todos os setores na estratégia: do marketing e visual merchandising aos fornecedores;
- Estabeleça uma organização para expor as diferentes marcas, de forma a valorizar todos os fornecedores e encantar o consumidor com variadas possibilidades;
- Informe-se sobre o mercado em que você atua e acompanhe sempre as transformações e comportamentos do consumidor. Assim, você entenderá como superar desafios e rentabilizar seus pontos fortes.

FONTE: ECONOMISTA LISIANE FONSECA DA SILVA



**tacosola**

*inovação sustentável.*

Com a nossa tecnologia  
Sua empresa chega lá!

Tel.: +55 (51) 35948733

Laqueados - Solados - Laminados  
EVA - Placas Bobinas Palmilhas

www.tacosola.com.br

# Zenglein: reinvenção aos 50 anos

*Tradicional fabricante de calçados de Novo Hamburgo aposta em marca própria e conquista mercados*

## BÁRBARA BENGUA

barbara.bengua@gruposinos.com.br

A trajetória do Zenglein (Novo Hamburgo/RS) está intrinsecamente ligada ao setor calçadista da região. Fundada em 1966, a empresa já passou por diversas fases e hoje vive um dos melhores momentos de sua história. “Antes, nós éramos comprados. Hoje, a gente vende. E, na minha opinião, vender é melhor”, define o diretor comercial da companhia, Angelo Zenglein. Apesar de ter iniciado suas atividades com foco no mercado interno, foi o boom da exportação que fez com que a empresa ganhasse mais relevância no setor. O mercado dos Estados Unidos era o principal alvo da calçadista, que encantava os norte-americanos com artigos feitos em couro e alto valor competitivo. “Aquele cenário do século passado não existe mais. Hoje, não temos mais condições de disputar preço com países como China, Índia, Vietnã”, considera o empresário. O mercado internacional representa, atualmente, uma parcela infinitamente menor para a fabricante – e os destinos estão muito mais pulverizados, com a maior força concentrada no Mercosul. “O que comercializamos para fora, neste momento, são principalmente os produtos que têm a moda Made in Brazil; o preço não é mais um quesito tão importante.”

## Reinvenção constante para seguir no páreo

Os 51 anos da companhia serão comemorados em dezembro de 2017. Mesmo com mais de cinco décadas, a empresa busca o aprendizado constante. “Nosso maior objetivo é mesclar a experiência das pessoas mais maduras com as novas ideias dos jovens”, ensina Zenglein. Reinventar-se todos os dias também faz parte dos desafios enfrentados pelo gestor, que precisou acompanhar as novas dinâmicas do mercado para se manter no negócio. “Houve uma época em que lançávamos duas coleções por ano. Nos dias de hoje, são oito”, exemplifica. Todo esforço tem valido a pena. “Está funcionando, estamos colhendo bons frutos”, afirma. E o motivo para isso está diretamente relacionado à Giulia Domna, marca própria do Zenglein.



FOTOS: BÁRBARA BENGUA/IGES ESPECIAL



Angelo Zenglein



Felipe Fonte

## Essência sapateira no DNA

Todo o conhecimento e expertise adquiridos ao longo dos anos fizeram com que o Zenglein lançasse a Giulia Domna, capítulo responsável pela grande virada na sua trajetória. Em novembro de 2011, a empresa apresentou a etiqueta ao mercado e o sucesso foi praticamente imediato. “Como a exportação perdeu força, percebemos que era a hora de focar em uma marca nossa”, analisa Angelo Zenglein. Presente nas principais feiras do circuito nacional e internacional, o estande é sempre um dos mais lotados.

O segredo para os resultados positivos, na avaliação do diretor comercial da companhia, está na essência sapateira. “Com a busca pelo preço, muitas empresas começaram a fazer sapato todo em sintético. E o nosso diferencial está, justamente, nos produtos em couro, mas com preço competitivo. Por isso, os lojistas viram na gente muito potencial”, diz.

Esta também é a visão do gestor comercial da empresa, Felipe Fonte. “É possível fazer um produto bacana, mas com um valor viável.” A fórmula para conseguir unir moda, qualidade e competitividade não é simples, mas tem sido a grande sacada da marca. “Nós pensamos na engenharia do produto. Nossa experiência em fazer sapatos permite que consigamos construir calçados diferenciados, de forma econômica”, revela Fonte.

E o Zenglein permanece no Rio Grande do Sul justamente por conta disso. Com seis unidades produtivas – distribuídas em plantas em Novo Hamburgo, Sapiranga, Nova Hartz e Igrejinha –, a empresa aposta na mão de obra qualificada. “Pelo tipo de sapatos que fazemos, precisamos ficar aqui. Tanto pela mão de obra, quanto pela facilidade de acesso às matérias-primas”, argumenta o diretor comercial Angelo Zenglein.

## DUAS MIL FAMÍLIAS LIGADAS AO ZENGLEIN

Com fabricação de 21 mil pares/dia, 10 mil deles deixam as esteiras com a etiqueta Giulia Domna. O restante são sapatos terceirizados para mercado interno e externo. Para atingir esta marca de produção, são necessários em torno de 2 mil funcionários diretos e indiretos. “Temos os nossos colaboradores que trabalham em nossas unidades, mas também contamos com ateliês e mão de obra terceirizada”, esclarece Zenglein.

Este foi um dos motivos pelos quais o Zenglein abriu, em julho deste ano, uma nova unidade produtiva em Sapiranga, empregando 140 profissionais. “Lá, estamos produzindo apenas Giulia Domna. Fizemos uma pesquisa e descobrimos que nesta cidade há muita gente qualificada. Para fazer sapatos em couro, é preciso que os colaboradores tenham uma expertise diferenciada.”

## A união de gerações que faz a força

Em 2017, a companhia projeta crescer o dobro que o ano passado. “Nosso objetivo, até 2018, é dobrar a produção da Giulia Domna”, planeja Zenglein. Para Felipe Fonte, os desafios são animadores: “Já estamos presentes em quase 2 mil pontos de venda e, agora, também começamos a comercializar bolsas com a nossa marca. Estamos muito otimistas em relação ao futuro”, vibra.

A empresa familiar carrega consigo o DNA da região, conhecida nacional e internacionalmente por fazer sapatos. Angelo Zenglein representa a segunda geração da família, mas não deixa de mencionar que seu pai, Rudi Zenglein, fundador da empresa, ainda atua na calçadista. “Nós trabalhamos todos juntos, unindo gerações.”



A modelo posa sobre calçamento original do período em que o bairro Hamburgo Velho foi construído, em frente à Casa Schmitt-Presser. Sandália MOLECA



De olho no consumidor em busca de novidades e construções originais, designers deixam fluir a criatividade. Sandália BOTTERO

# Moda com PROPRIEDADE



VIZZANO, USAFLEX e STÉPHANIE CLASSIC

Foram imigrantes, alemães na sua grande maioria, que chegaram nestas terras nas primeiras décadas de 1800 e, ao longo de sua trajetória na região, criaram cidades, desenvolveram a economia e implantaram na cultura local a fabricação de couros, calçados e artefatos. De lá para cá, os vales gaúchos do calçado sofreram transformações, mas nunca perderam a essência sapateira. O calçado fabricado em cidades desta região conquistou fama internacional e relevância em um mercado de gigantes. Trata-se de uma trajetória de marcas e personalidades que imprimiu nas peles e nos pares aqui fabricados uma identidade única. Confira editorial clicado com calçados e acessórios da próxima temporada quente em um cenário reconhecido por seu significado histórico: o bairro Hamburgo Velho, em Novo Hamburgo.

**FOTOGRAFIA:** CARLOS SILLERO (CARLOS SILLERO FOTOGRAFIA)

**ASSISTENTE:** MARCIA SILVA

**MODELO:** CAROLINE FERRARI

**COORDENAÇÃO E CONCEITO:** ROBERTA PSCHICHHOLZ E NELSON BATISTA ZIMMER (NÚCLEO DE MODA JORNAL EXCLUSIVO)

**LOCAÇÕES:** IMEDIAÇÕES E PARTES DA FUNDAÇÃO ERNESTO FREDERICO SCHEFFEL E MUSEU CASA SCHMITT-PRESSER (NOVO HAMBURGO/RS)



O Museu Casa Schmitt-Presser foi construído por volta de 1830 como um dos exemplares mais antigos da arquitetura enxaimel do Estado. Sandália STÉPHANIE CLASSIC



Os acessórios também estão no foco das empresas da região. Bolsa RAFITTHY



Leque de produtos criados em território gaúcho contém os esportivos. Tênis DIADORA



A Fundação Ernesto Frederico Scheffel reúne obras importantes do artista em suas diferentes fases de vida e de ligação com as artes. Sandália **VIA MARTE**

Cidades como Igrejinha e Três Coroas, no Vale do Paranhana, concentram empresas reconhecidas nacional e internacionalmente por seus diferenciais de qualidade e conforto. Slide **USAFLEX**



Matérias-primas cuidadosamente selecionadas para a criação de artigos de alto padrão são marca registrada de fabricantes. Bolsa **LUZ DA LUA**



Referências estéticas permanecem como marcas da presença dos imigrantes alemães na construção da identidade dos Vales do Sinos e Paranhana. Tênis KILDARE



O perfil da produção é bastante diversificado. Além dos públicos feminino e masculino, a indústria é responsável por movimentar a moda para crianças. Sandália MOLEKINHA

As delicadas características arquitetônicas são preservadas na Casa Schmitt-Presser, evidenciando o período em que foi erguida. Tênis BIBI e MOLEKINHO



**VISITE!**

**I Fundação Ernesto Frederico Scheffel**

Avenida General Daltro Filho, 911

Fone: (51) 3593-6233

Horário de visitação: terças a sextas-feiras, das 8h30 às 11h30 e das 13h30 às 17h. Sábados e domingos, das 11h às 17h

**I Museu Comunitário Casa Schmitt-Presser**

Endereço: Avenida General Daltro Filho, 929

Fone: (51) 3593-6233

Horário de visitação: terças a sextas-feiras, das 8h30 às 11h30 e das 13h30 às 17h. Sábados e domingos, das 11h às 17h

# Merkator transforma calendário de feiras

*SICC e Zero Grau anteciparam lançamentos e mudaram o mercado*

**ROBERTA PSCHICHHOLZ**

roberta.pschichholz@gruposinos.com.br

Fundada em 2003 por Frederico Pletsch, a Merkator Feiras e Eventos (Novo Hamburgo/RS) transformou o calendário de feiras calçadistas do Brasil, agregando diferenciais decisivos no sucesso das mostras que promove. Com o SICCC - Salão Internacional do Couro e do Calçado, antecipou para maio os lançamentos de primavera-verão. Anos depois, lançou a Zero Grau, programação que apresenta em novembro ao mercado as novidades para a temporada fria. Ambas contam com ingredientes especiais, tais como a união de es-

forços com sindicatos para viabilizar o custeio de passagem e hospedagem para lojistas do País e do exterior. O apelo turístico imbatível de Gramado, na Serra gaúcha, também torna a experiência de estar em ambas feiras única. Mais novo evento da Merkator, a 40 Graus volta a ocorrer em março de 2018, depois de um ano em stand by. Calçados produzidos por fabricantes da região e também de outros polos parceiros levam a lojistas do nordeste brasileiro, mais precisamente ao Centro de Eventos de Natal/RN, suas apostas.

## ZERO GRAU

O próximo compromisso da equipe da Merkator é a Zero Grau - Feira de Calçados e Acessórios, que ocorre de 20 a 22 de novembro deste ano, no Serra Park, em Gramado/RS. É quando importantes marcas brasileiras apresentam suas coleções de outono-inverno do próximo ano. A venda dos



Frederico Pletsch

espaços está adiantada e grandes indústrias nacionais, de todos os polos produtores brasileiros, já confirmaram participação. "Estamos vindo de uma experiência muito positiva com o SICCC. Todos os elementos que foram a base desse sucesso estarão na Zero Grau e, por isso, nossas expectativas são bastante animadoras", explica Frederico Pletsch.

## Gestão com foco em resultados na FENAC



Márcio Jung

Os pavilhões do Centro de Eventos e Negócios da Fenac, em Novo Hamburgo/RS, confundem-se com a história do calçado brasileiro. Desde janeiro deste ano, porém, um novo capítulo começou, com foco total em resultados. Diretor-presidente da autarquia, Márcio Jung quer ver a estrutura ocupada, seja com eventos organizados pela Fenac, seja com a locação para terceiros. "Nossa visão é de gestão na busca de resultados", enfatiza o dirigente.

O Fenac Festival Beer & Food que, em julho, lotou parte dos pavilhões com 25 cervejarias artesanais e foodtrucks, é uma das novidades do portfólio da promotora. Em maio de 2018, estreia a SulServe - Feira de Padarias, Gastronomia e Hotelaria. "Teremos mais uma nova feira, em outro segmento com sinergia com o RS e apoio de entidades", antecipa Jung, também empenhado em trazer, no mínimo, mais um festejo de grandes proporções. O próximo compromisso da equipe da Fenac é a Feira da Loucura por Sapatos, marcada, de 5 a 15 de outubro. Jung garante que esta será a maior de todas as edições e também confirma a participação de importantes marcas do mercado, no intuito de qualificar os produtos à venda nos 11 dias da programação.



**Mared**  
T Ê X T I L

**Especialista em  
Atacadores, Fitas  
e Elásticos.**

(51) 3559 6666



/maredtextil

www.maredtextil.com.br

# Conceito, PAIXÃO, identidade

Moda autoral é grande desafio na era do "fast-tudo"

Por MARY SILVA  
mary.silva@gruposinos.com.br

Alta no poder aquisitivo da classe média, boom do consumo, crise, desaceleração, reaquecimento, incerteza, enxurrada de informações. De uns anos para cá, uma montanha-russa econômico-cultural vem sacudindo o mercado, redefinindo conceitos e arrastando para bem longe as velhas formas de pensar o design e o varejo de moda. No Brasil, o fenômeno fast-fashion chegou com potencial para devastar a realidade de pequenos, médios e até grandes empresários, com largas escalas de produção – em tempo recorde – e preços, por vezes, escandalosamente baixos. Nas últimas décadas, o usufruto de marcas antes restritas a uma minoria financeiramente privilegiada ficou acessível ao grande público.

Este movimento, superficialmente democratizador, no entanto, colocou sob os holofotes a terrível verdade por trás de muitas destas máquinas de vendas que, como define o estilista Ronaldo Fraga, deixam em seu lega-

do um retrato sombrio. "É fundamental observar as condições de quem trabalha nesta indústria, saber como o produto é feito, sem se iludir com preço baixo. Porque uma peça muito barata, certamente, pinga sangue", reflete. Com acesso à informação, o consumidor já demonstra uma mudança no comportamento. O que é muito fácil de comprar passou a ficar um pouco mais difícil de digerir e a exigência de maior transparência por parte da indústria vem tomando proporções cada vez maiores.

Correndo na direção contrária, Ronaldo Fraga é um dos poucos remanescentes do início da década de 1990 que mantêm espaço consolidado na elite da moda nacional. Empreendedor e criativo, diz imprimir a própria alma em sua arte. "Quem se diferencia é quem traz conceito, expressão, cultura. Precisamos preservar a indústria, mas criando pontos de harmonia com o autoral", defende.

## Repertório CONSISTENTE

Avesso ao comércio de "bastantões", Ronaldo Fraga disponibiliza sua assinatura em pequenas cápsulas que, salvo algumas parcerias com outras marcas, são comercializadas somente em sua loja-conceito, o Grande Hotel Ronaldo Fraga, em Belo Horizonte/MG. "Hoje tudo é produzido em grande escala e se perdeu parte da magia. As pessoas não precisam de mais roupas, mais calçados. Já tem demais por aí. Elas querem novas experiências, realizar sonhos. Quem quer usar a minha moda, tem de ir atrás dela, no Grande Hotel. Lá, recebemos pessoas e pensamos, música, gastronomia e até roupas", explica, justificando sua produção enxuta.

O desconforto do estilista com o varejo "fast-tudo" vai ao encontro da busca do consumidor contemporâneo, que, segundo ele, já começou a pensar melhor antes de investir e assimila a urgência de uma postura consciente na hora das compras. "O novo luxo é o comércio de rua, que proporciona encontros, em casarões com cheiro de memórias. Fazer roupa é fácil – contar uma boa história através de sua criação é onde reside a mágica. A diferença está no repertório. Me diga a fonte da qual tu bebes, que te direi a qualidade do teu trabalho", provoca.

Fazer roupa é fácil – contar uma boa história através de sua criação é onde reside a mágica.

RONALDO FRAGA

## O design de ASSINATURA que não volta mais

Bebendo da fonte das tecnologias e abraçadas nas maravilhas do big data, as marcas com assinaturas autênticas são o ponto fora da curva. Mais do que construções inusitadas e estéticas inovadoras, o sucesso encontra abrigo na equação moda + conforto + personalidade = gerar desejo e suprir a necessidade do consumidor por um preço que ele possa e esteja disposto a pagar.

Esta nova luz sobre o design autoral, acesa pela recessão, traz à memória um contexto inverso e remete à época de ouro da indústria calçadista nacional. Em meados dos anos 1960, o fazer diferente era o que gerava desejo, garantindo ao sapato brasileiro um lugar de honra na moda internacional.

O cenário era Novo Hamburgo/RS e o nome era Ruy Chaves. "O mais impressionante era a capacidade que ele tinha de criar e experimentar, com materiais diferentes. Só se fazia produtos em couro preto e marrom e ele vinha com fitas mimosas coloridas costuradas embaixo de escamas transparentes de peixes do Porto de Santos", detalha Ida Thön, professora universitária aposentada, ex-coordenadora do Museu Nacional do Calçado – MNC (Novo Hamburgo/RS) e co-autora do livro Memória do Setor Coureiro-Calçadista: Pioneiros e Empreendedores do Vale do Rio dos Sinos. Contemporânea de Chaves e admiradora de sua obra, acompanhou de perto a ascensão deste e de outros artistas da região. Nasceram em berço hamburguense também as assinaturas célebres de gênios do empreendedorismo no segmento, como José Maria Carrasco Menna e Carlos Gilberto Simon. "Tudo começou aqui. O primeiro salto transparente, adornos feitos com palha, com sementes, o primeiro pantógrafo. Era tudo novo e todas as mulheres sonhavam com aquelas criações", relata.



O artesanal e o alto luxo concebidos por Ruy Chaves

## As CINDERELAS de Ruy Chaves



## Carrasco, um VISIONÁRIO

"O Carrasco chegava a fazer 999 peças por coleção, isso nos anos 1950. Ele dizia 'mil não!', diverte-se Ida Thön, ao relembrar as histórias sobre o espanhol José Maria Carrasco Menna, que se mudou para o Brasil em 1952, estabelecendo residência em Novo Hamburgo, onde viveu até o fim de sua vida, em 2008, aos 84 anos. Entre seus principais feitos, foi pioneiro na fabricação de plásticos injetáveis no mundo, em 1958. Jornalista, fotógrafo e instrutor de cursos técnicos na área do calçado, foi cronista do Jornal Exclusivo nos anos 1960, onde escrevia sobre novidades do setor em diversas áreas. "Ele era um jovem à frente de seu tempo e se preocupava muito com o desenvolvimento da indústria", comenta Ida.



## UM UNIVERSO NOVO NAS LENTES DE ALCEU FEIJÓ

Jornalista e fotógrafo do Grupo Sinos, Alceu Feijó registrou os principais momentos da história do calçado gaúcho. Integrante do grupo que percorreu o País para divulgar a primeira Festa Nacional do Calçado (Fenac), em Novo Hamburgo, ele lembra de quando o design gaúcho se tornou referência. "O produto era um grande sucesso no Brasil e no exterior. Muitas empresas foram abertas, criavam-se oportunidades. Houve um tempo em que se chegou a ter mais de 40 indústrias na cidade", relata.

Na avaliação de Ida Thön, Ruy Chaves foi o mais importante e também mais criativo designer de calçados de sua geração. "Ele viajava para muitos lugares e trazia elementos únicos para suas criações, como rendas, tecidos de vestuário, trançados de coqueiros e o que mais a imaginação permitisse. Um grande destaque, sem dúvida, foram os sapatos perfumados, com uma fragrância exclusiva, a Ruy Chaves nº 5, que também era distribuída em um frasco especial", conta ela. O profissional foi um dos poucos premiados duas vezes como o melhor estilista do mundo – troféu concedido pela Academia Italiana de Design e considerado o Oscar do Calçado.

Chaves era um dos mais requisitados designers entre celebridades e primeiras-damas brasileiras. "Quem calçava um sapato dele se sentia uma verdadeira Cinderela, tamanho encanto e beleza", opina a escritora. Sua marca Grande Gala é lembrada até hoje pela qualidade e refinamento.



Modelos infantis de autoria de José Maria Carrasco Menna

## E A FÓRMULA O SUCESSO PARA OS DIAS ATUAIS?

Para a professora Ida Thön, o sucesso do conceito signature, hoje, vai muito além de uma mente criativa. "É fundamental ser inventivo e empreendedor, mas sobretudo dominar a tecnologia, apostar na qualidade. Ronaldo Fraga é um exemplo de originalidade a seguir. Ele canta sua terra, conhece a cultura e tira leite de pedra. Ruy fazia isso na intuição", resume.

## + CONTEÚDO EXCLUSIVO

No [exclusivo.com.br/videos](http://exclusivo.com.br/videos), você confere entrevista com o estilista Ronaldo Fraga.



Use o código QR para ver os vídeos produzidos por nossa equipe.



INSPIRAMAIS  
VERÃO 2019

## A RESISTÊNCIA É A NOVA MANIFESTAÇÃO DA MODA

Não perca a oportunidade de participar do Inspiramais, o ponto de encontro de influenciadores, designers e empresas da indústria da moda.

16 e 17

JANEIRO de 2018  
9 às 19 horas

Salão de Design e Inovação de Materiais  
Pro Magno Centro de Eventos  
Rua Samaritã, 230. Casa Verde  
São Paulo | SP

[f](https://www.facebook.com/inspiramais) [i](https://www.instagram.com/inspiramaisoficial) [inspiramais.com.br](http://inspiramais.com.br)



**adhere**  
Comfort in Leather  
shoes

(51) 3545.3835 | [pedidos@adhereshoes.com.br](mailto:pedidos@adhereshoes.com.br) | [contato@adhereshoes.com.br](mailto:contato@adhereshoes.com.br)

# VALOR agregado começa

Fabricantes de acessórios se notabilizam pelo emprego do couro em seus produtos

MICHEL POZZEBON

michel.pozzebon@gruposinos.com.br

O desenvolvimento de um calçado ou acessório com valor agregado começa, invariavelmente, pela escolha da matéria-prima. É quando o couro entra em cena. No Rio Grande do Sul, a produção anual estimada deste artigo nobre chega a 9 milhões de couros bovinos. Cerca de 30% deste montante – 2,7 milhões de peles – são destinadas à produção de artigos manufaturados no mercado interno, dentre os quais estão bolsas, mochilas, carteiras e cintos, muitos deles produzidos no Vale do Sinos.

É neste polo gaúcho onde está estabelecida, há 39 anos, a Sturmer Indústria de Artefatos de Couro (Novo Hamburgo/RS), empresa que produz pastas e maletas executivas, artigos de viagem, carteiras e acessórios diversos para os segmentos masculino e feminino, com as marcas Gold Man e Izara. Com foco no alto padrão de qualidade e design, a fabricante busca constantemente o desenvolvimento e o aprimoramento de novos processos e tecnologias. "Isso tudo passa pela qualidade do couro, comprado de fornecedores regulares do Vale do Sinos, especialmente por eles nos fornecerem um material que garante o alto padrão da nossa linha de produtos", afirma o diretor Francisco Assis Sturmer Junior.

## DA REGIÃO PARA O MUNDO

Com um parque fabril de 4,5 mil metros quadrados e uma produção mensal de 7 mil peças – carteiras em couro representam 70% da produção da empresa, a Sturmer Artefatos de Couro também produz artigos para terceiros.

Atualmente, o private label responde por 70% dos negócios da companhia. "Desde 2006 estamos fortalecendo o trabalho no private label, que é uma área que tem nos dado um importante aporte em termos de volume de produção e regularidade de pedidos, uma vez que as multimas, que eram os nossos clientes habituais, tiveram uma retração de mercado", explica Sturmer.

## Empresa centenária que não parou no tempo

Um dos fornecedores da Sturmer Artefatos de Couro é o Curtume Krumenauer (Portão/RS). Com 105 anos ininterruptos de atividade – um dos mais antigos curtumes em operação no Brasil – a corporação não tem medido esforços para aperfeiçoar a produção. "Somos uma empresa centenária que está evoluindo nos processos produtivos, tecnológicos, controles e desenvolvimento técnico, buscando a melhoria na produção de couros naturais, que trazem valor ao cliente e seus produtos, sempre orientados pela forma mais limpa possível de se produzir", sustenta o diretor comercial da empresa, Joel Krumenauer.

Por outro lado, o executivo explica que o empreendimento tem se adaptado às

questões impostas pelo mercado. "Uma boa parte dos curtumes do Rio Grande do Sul tem grande tradição e produz couros acabados por longa data, na maioria das vezes de boa qualidade. Entretanto, seguimos a necessidade do mercado, que muitas vezes nos empurra para produtos de baixo padrão por conta de preço e também porque dispomos de uma matéria-prima que nos limita à produção de artigos de alto valor agregado demandado por grandes marcas", avalia.

Cerca de 95% do volume de peles produzido pelo Curtume Krumenauer tem como destino o segmento de artefatos de couro. Os demais 5% são voltados para a indústria calçadista. A companhia exporta 95% de sua produção para a sub-região asiática do Extremo Oriente.

# com a MATÉRIA-PRIMA



Tricouro concentra produção em Campo Bom



Instalada em Novo Hamburgo, a Sturmer Artefatos produz 7 mil peças por mês

## Método próprio para fazer tricô de couro

O couro mestiço, em geral proveniente de caprinos, possibilitou à Tricouro (Campo Bom/RS), empresa com 28 anos de mercado, desenvolver um método próprio para a produção de bolsas: com tiras trançadas ou caídas, a amarração de fios de couro é feita manualmente. As peças são confeccionadas à mão, com técnicas como tricô e crochê, em material que é parte reaproveitado das sobras da própria empresa e de indústrias calçadistas. Depois, por meio de máquinas, são incluídos o forro interno e os metais. "As peças se

tornam exclusivas na medida em que o tipo de ponto varia entre os produtos, devido ao trabalho manual, que é feito por donas de casa e também por detentas do sistema prisional gaúcho", explica o diretor da Tricouro, Peterson Schulenburg.

Com uma produção de 200 peças por mês, o diretor da Tricouro justifica a opção da empresa campo-bonense pelo couro mestiço. "É um material leve, com toque sedoso, e que com sua maciez possibilita desenvolvermos os pontos do tricô", explica.

## Valor percebido

O couro garante valor percebido aos artefatos. Este é um dos diferenciais da matéria-prima destacados pelo presidente-executivo do Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil (CICB), José Fernando Bello. "Quando usado em artefatos, ele garante uma diferenciação notável e valorizada pelo consumidor", enfatiza o dirigente, frisando que o artigo nobre tem atributos únicos. "Absorção de umidade, transpiração e regulação de temperatura são propriedades naturais do couro", completa.

Na avaliação do gerente da Associação Brasileira das Indústrias de Artefatos de Couro e Artigos de Viagem (Abiacav), Alexandre Luta, a aplicação do couro na fabricação de artefatos garante agregação de valor incontestável. "O emprego da criatividade e do design encontra abrigo num material natural que permite consolidar diversidade de estilos, cores, tons e texturas, gerando", afirma o dirigente.

# KEHL®

Quem já é referência no setor de máquinas tradicionais para a indústria calçadista agora consolida-se como pioneira na implantação da **Indústria 4.0** neste setor.

Se nossas máquinas de corte com faca, há 15 anos no mercado, já são a única opção nacional neste segmento, agora avançamos ainda mais no campo das máquinas inteligentes.

Com o equipamento Adesiflex 6300 para aplicação de adesivos com controle CNC, lançado em 2016, passamos a atender a outro importante segmento da indústria nacional, que até agora contava apenas com máquinas importadas.

Já alcançando a marca de dezenas de unidades vendidas, este equipamento aplica adesivos hot melt, látex e à base de solvente. Seus diferenciais são a **visão artificial**, com reconhecimento e reposicionamento das peças por imagem, e a aplicação automática do adesivo. Isto permite uma aplicação homogênea em todas as peças, com economia de adesivo e uma produtividade 50% superior ao alcançado no processo convencional.

E, claro, este e os demais equipamentos contam com nosso reconhecido suporte técnico, onde os técnicos e as peças necessárias estão muito próximos e sempre acessíveis aos nossos clientes.

**Máquinas Kehl, confiabilidade e inovação num mesmo endereço!**

[/kehlmaquinas](https://www.facebook.com/kehlmaquinas) [/MaquinaKehl](https://www.youtube.com/channel/UCMaquinaKehl)

Máquinas KEHL Ltda.  
Avenida 1º de Março, 2349 - Novo Hamburgo - RS  
Telefone: 51 3587-1433 - [www.kehl.com.br](http://www.kehl.com.br)  
[maquinas@kehl.com.br](mailto:maquinas@kehl.com.br) | [moveis@kehl.com.br](mailto:moveis@kehl.com.br) | [laser@kehl.com.br](mailto:laser@kehl.com.br)



# F & B

## Distribuidora Têxtil

## REPRESENTAÇÕES E COMPONENTES PARA CALÇADOS

(51) 3239-1589 (51) 99366-9523

Av. Victor Hugo Kunz, 2211, Sala 02, Novo Hamburgo - RS  
[www.fbrepresentacoes.com.br](http://www.fbrepresentacoes.com.br)

- TECIDO
- CACHAREL
- FAVINHO
- COLMEIA
- CAMURÇA
- PELÚCIA
- VELCRO
- LINHA
- PALMILHA
- SINTÉTICO

## Beira Rio Conforto aposta em sandálias anatômicas para este verão

Sandálias de dedos com palmilhas anatômicas são a supernovidade da Beira Rio Conforto (Novo Hamburgo/RS), que prima por bem-estar e qualidade de estilo.

A tendência coloca em voga o uso dos modelos com estética sporty, oferecendo um ar inclusivo e acolhedor à moda. Leves e flexíveis, com solado em EVA e design 100% comfy, os modelos absorvem o impacto, reduzem a umidade e garantem um caminhar leve. Para atender à diversidade de estilos da mulher moderna, a marca propõe inovação, coordenando estampas delicadas nas tiras e variedade de cores.



## Grifes de calçados estão entre os destaques do I Fashion Outlet

Primeiro outlet premium do Sul do País, o I Fashion Outlet (Novo Hamburgo/RS) está localizado entre o turismo que movimentava a Serra gaúcha e a capital do Estado. O empreendimento conta com mais de 80 lojas em um mix que se destaca por descontos de 30% a 70%. Além disso, o shopping center dispõe de 14 operações dedicadas somente ao comércio de calçados – de estabelecimentos multimarca a lojas próprias de importantes brands. Com um projeto arquitetônico diferenciado, o local é pet friendly e tem uma programação constante de eventos, além de outras facilidades, como a isenção de estacionamento.



## Inovação é o que move, desde sempre, a Máquinas Kehl



Há 55 anos no mercado, a Máquinas Kehl (Novo Hamburgo/RS) é sinônimo de inovação e qualidade. A Divisão de Corte a Laser, criada há nove anos, segue esta máxima. Com equipamentos de última geração, presta serviços a toda indústria que utiliza peças em aço, inox e alumínio. A empresa conta com máquinas de corte a laser, plasma de alta definição, dobradeiras CNC, solda e pintura epóxi. Ou seja, o cliente pode enviar seu projeto e receber as peças prontas, pintadas e embaladas. A Kehl Laser atende a uma grande variedade de clientes, como fabricantes de máquinas, móveis, brindes, ferramentas, entre outros.

## Faccat tem 85% dos professores com mestrado ou doutorado



As Faculdades Integradas de Taquara (Faccat) apostam na qualificação dos professores, mestres e doutores capazes de oferecer cursos de graduação e especialização de alto nível, além do Mestrado em Desenvolvimento Regional (com inscrições abertas) para acadêmicos de vários municípios do Estado. Conforme o diretor-geral da instituição, Delmar Backes, 85% dos professores são mestres e/ou doutores, o que qualifica ainda mais a educação e reforça o tripé ensino, pesquisa e extensão. Recentemente, o Centro de Eventos (foto) foi inaugurado. Mais em [www.faccat.br](http://www.faccat.br).

**VISITE-NOS NA  
EXPOINTER**

Quadra 35 | Setor A  
Próx. Pavilhão Equínos

- +Leveza**
- +Conforto**
- +Anatômico**
- +Durabilidade**

**SAPATOS 100% COURO**



**LATITUDE**

o caminho do conforto



RBA

A SUA MARCA  
E DE TODAS AS  
GAROTAS DO  
BRASIL.

**VIA MARTE**  
GAROTAS DO BRASIL

VIAMARTE.COM

## Latittude focada em calçados altamente confortáveis para eles

A Latittude (Campo Bom/RS) é uma marca de calçados masculinos criada em 2016 pelo tradicional Grupo Plínio Fleck, especializado na produção de artefatos para a indústria calçadista. Com o objetivo de oferecer conforto, qualidade e custo-benefício para este público, foi viabilizado um processo de montagem e injeção únicos no Brasil. A sola é injetada diretamente no cabedal do sapato, eliminando o uso de adesivos e garantindo acabamento sem saliências, deixando o sapato mais leve, flexível, com anatomia e conforto, além de ampliar sua vida útil. Recentemente, a fabricante também lançou a linha branca.



## Tacosola oferece palmilhas retas e termoconformadas em EVA

A Tacosola (Novo Hamburgo/RS) está investindo em mais uma linha de produtos. A partir da demanda de clientes e com base na sua produção de EVA em placas e bobinas, a empresa agora produz palmilhas retas e termoconformadas. O resultado são componentes de alta qualidade, que garantem valor agregado aos calçados, mas sem aumento no custo do produto final. A empresa, fundada em 1983, dedicava-se à representação comercial de componentes para a indústria calçadista. Em 1996, transformou-se em uma indústria de componentes de borracha.



## F&B fornece tecidos com desenvolvimento próprio para clientes

A F&B Representações e Componentes para Calçados (Novo Hamburgo/RS) fornece tecidos com desenvolvimento próprio. O empreendimento, com nove anos de atividades, importa fios e terceiriza a produção de seus materiais têxteis, que atendem aos setores calçadista, moveleiro e confecção. Atualmente, a indústria de calçados responde por mais de 90% do faturamento da empresa, que também possui loja com pronta-entrega de componentes. "Nos orgulhamos em fazer parte do setor calçadista e um de nossos diferenciais é oferecer produtos sem pedido mínimo", destaca o diretor Fabiano Pires dos Santos.



## Martinho: preocupação constante com o meio ambiente



Fundada há quase 40 anos por Carlos Francisco Steffen, a Martinho Soluções em Palmilhas e Injetados (Três Coroas/RS) tem em seu DNA a preocupação com o meio ambiente. A empresa destina todos os resíduos de sua produção para parceiros, que utilizam esse material para produção de biomassa e de matéria-

prima, direcionando-as para reaproveitamento por outras empresas. Todos os produtos fabricados pela empresa do Vale do Paranhana são feitas a partir de materiais reciclados e sem passivo ambiental. Em seu portfólio, estão palmilhas de papelão e injetadas. A empresa tem potencial para atender todo País.

## Mared Têxtil em busca de novos mercados e com projetos de exportação

A Mared Têxtil (Sapiranga/RS) está no mercado desde 2008 trabalhando exclusivamente com o setor coureiro-calçadista. Oferece a seus clientes poliéster e poliamida em função de sua maleabilidade, cores e resistência. Devido à polivalência do produto, a empresa está em busca de novos mercados e, inclusive, com projetos de exportação. Em 2014, a marca cresceu 40% em relação ao ano anterior e precisou mudar de endereço, para um prédio maior. Atualmente, conta com 72 colaboradores e mais de 146 máquinas entre trançadeiras, teares, jacquar, crocheteiras, urdideiras, ponteiras automáticas e manuais.



## Adhere Shoes conquista os pés das cariocas e mira no mercado dos Emirados Árabes Unidos



Com produção de 300 pares/dia, a Adhere Shoes (Igrejinha/RS), criada há pouco mais de um ano e meio por Rafael Wamms, vende 70% da sua produção para o Rio de Janeiro. Além dos pés das cariocas, a marca também destaca-se no interior de São Paulo e Paraná. "O diferencial dos nossos calçados são o conforto e a qualidade", conta Wamms. A fabricante também está desenvolvendo um projeto para levar seus tênis e mocassins em couro para Dubai, nos Emirados Árabes Unidos. As coleções da Adhere Shoes são feitas para acompanhar todos os momentos das mulheres, com numeração do 33 ao 40.

Formar profissionais de excelência é a nossa contribuição para desenvolver o setor calçadista da região.

#vocepodeserfaccat



## Via Marte festeja quatro décadas conectada com seu público

Comemorando 40 anos em setembro deste ano, a Via Marte (Nova Hartz/RS) sempre focou na qualidade dos seus calçados. Conectada com os desejos das consumidoras, a marca entrega aos seus lojistas um resultado perfeito entre moda, matérias-primas selecionadas e um ótimo acabamento. Isso tudo resulta num produto assertivo e com grande competitividade no mercado. A equipe de moda destaca, para o verão 2018, cores quentes como o vermelho e o pink, que prometem alegrar a temporada e os pés das garotas do Brasil.



## Cofrag fornece ampla variedade de soluções para o segmento esportivo

O Grupo Cofrag (Sapiranga/RS) aposta forte no segmento esportivo. A unidade Cofratec fornece tecidos para cabedal, forros, palmilhas, estamparia digital e espumas especiais em PU. Atenta às necessidades do mercado, a empresa foca em sustentabilidade e trabalha com fios especiais e nanotecnologia, como PET, poliamida biodegradável e lycra impermeável. Tecidos funcionais como o energy – que ativa a circulação sanguínea – também estão no portfólio. A equipe de P&D da Cofrag atua continuamente na pesquisa de novas fibras e aplicações nos tecidos, oferecendo as melhores soluções.



## Walter Rodrigues no Conexão Inspiramais Verão 2019 em outubro



Dia 4 de outubro, às 19h, Novo Hamburgo/RS recebe o coordenador do Núcleo de Design e Pesquisa da Assintecal, Walter Rodrigues, para apresentar aos empresários do mercado de moda, designers, estilistas e formadores de opinião as inspirações e referências para o setor de componentes para o verão 2019. O custo de participação será 1 kg de alimento não-perecível e os alimentos arrecadados serão doados para a Horta Comunitária Joanna de Ângelis. O evento faz parte da programação da Semana do Calçado. Contatos: (51) 3584-5200.

## Mix completo de lançamentos na Usaflex



Produtos atuais e com referências fashion, mas sem abrir mão do conforto, são a aposta das criações Usaflex (Igrejinha/RS). "A coleção de verão 2017/18 tem como inspiração a diversidade de tendências, culturas e comportamentos presentes no universo da moda, conectados e traduzidos através de produtos que abrangem este mix e que permitem às mulheres a experimentação de novos estilos", explica o designer da marca, Eduardo Muller.

# SALÃO DE LOGÍSTICA

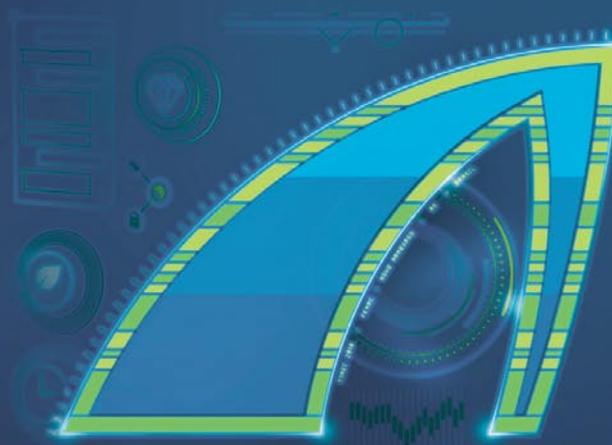
DESMISTIFICANDO A INTEGRAÇÃO LOGÍSTICA PARA ACELERAR A CADEIA PRODUTIVA

Espaço de logística na Fimec 2018 com expositores que atendam o setor coureiro-calçadista que tragam soluções de rastreabilidade e logística integrada.

**SEGMENTOS EM EXPOSIÇÃO**  
**SOLUÇÕES EM TECNOLOGIA**  
**EQUIPAMENTOS DE AUTOMAÇÃO**  
**EQUIPAMENTOS DE MOVIMENTAÇÃO**  
**TRANSPORTADORAS**  
**E-COMMERCE**

RESERVE SEU ESPAÇO

Fenac: 51 3584.7200 | comercial@fenac.com.br  
 Rufatto: 51 3067.5750 | comercial@rufatto.com.br



**Fimec 2018**

42ª FEIRA INTERNACIONAL DE COUROS, PRODUTOS QUÍMICOS, COMPONENTES, MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA CALÇADOS E CURTUMES

**A ÚNICA QUE TEM TUDO**

**06 A 08 MARÇO**

**13H ÀS 20H**

**FENAC · NOVO HAMBURGO**

SALÃO DE LOGÍSTICA JUNTO A FÁBRICA CONCEITO E O PROJETO SOLA

**sola**  
 Sistema de Operações Logísticas Automatizadas

**Fimec**

WWW.SOLA.ORG.BR | WWW.FIMEC.COM.BR

# ZERO<sup>0</sup>

Feira de Calçados e Acessórios



 /feirazerograu

 @feirazerograu

 @feirazerograu

 /emotiontv



lançamentos  
**outono/inverno**  
Serra Park • Gramado • RS  
• exclusivo para lojistas •

**20, 21 e 22**  
**novembro 2017**  
das 9 às 19h

PROMOÇÃO E REALIZAÇÃO

 **MERKATOR**  
Feiras e Eventos

+55 51 3593 7889 • feirazerograu.com.br • contato@feirazerograu.com.br

PARCEIROS / Sindicatos das Indústrias Calçadistas: Estância Velha • Igrejinha • Ivoti • Novo Hamburgo • Parobé • Sapiranga • Três Coroas