

## Economia

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

# BFSHOW aquece as vendas da região

Próxima edição da feira coureiro-calçadista será de 10 a 12 de novembro, em São Paulo

Juliana Nunes

juliana.nunes@gruposinos.com.br

Durante três dias os pavilhões do Anhembi, em São Paulo, estiveram repletos de coleções de calçados e bolsas para a próxima primavera/verão. A BFSHOW, que começou na segunda (18) e terminou ontem, teve rodadas de negócios, comercialização de produtos, apresentação de tendências e conteúdo. As marcas da região brilharam, mais uma vez, no evento que recebeu visitantes do mercado nacional e internacional.

A A3 Espadrilles, de Sapiranga, tem como foco no mercado externo países da América Latina. “Tivemos muitas visitas de clientes do Uruguai, Argentina, Chile, Equador e também da República Dominicana e Colômbia. Há muitas possibilidades de vendas para estes mercados. A feira se tornou uma referência para o mercado latino”, diz o diretor Alex Zimmermann.

Sobre a diferença entre o cliente de outros países da América Latina e do Brasil, Zimmermann explica que o brasileiro valoriza os detalhes e brilhos, enquanto os clientes dos demais países valorizam o conforto com linhas e design modernos. “Em relação aos preços, há uma busca por preços mais competitivos. Em geral, os preços subiram um pouco em função dos efeitos da alta do petróleo e também da desvalorização do dólar. É um desafio diário, se manter competitivo apesar dos fatores externos”, completa o diretor da marca, que também atua com private label e participou pelo Estação Moda RS.

A próxima edição da BFSHOW ocorre de 10 a 12 de novembro, no mesmo local.



Alex Zimmermann mostra novidades da A3 Espadrilles

## Vendas diretas na feira e prospecções de novos clientes

A Linea Bella, de Novo Hamburgo, que também participou pelo Estação Moda RS, fechou negócios com lojistas do mercado interno, da América Latina e prospectou contatos no mercado europeu. “A feira foi muito boa. Recebemos pessoas que vieram para fazer negócios, para efetivar as vendas. Foi bem produtiva”, conta o diretor Roni Fagundes. A empresa investe em modelos atemporais de bolsas, mas com uma pegada artesanal. “Estamos sempre de olho nas tendências e atualizando as coleções”, ressalta.

Outro estande coletivo que foi destaque nesta edição da BFSHOW foi o Três Coroas Shoes, liderado pelo Sindicato da Indústria de Calçados e Componentes para Calçados de Três Coroas (SICTC). “Trouxemos três empresas e todas tiveram muita prospecção e tiraram pedidos. Vejo



Roni Fagundes

a feira dividida quanto ao mercado. Eu diria que uns 60% seria mercado interno e 40% externo. Ela é muito forte na questão dos importadores, até pela parceria com a ApexBrasil”, comenta o presidente do SICT, Márcio Port dos Santos. O empresário lembra também que muitos negócios serão concluídos após a feira. “Muitas vezes o cliente vem, pede amostra, verifica o preço e efetiva mais adiante”, explica.

## Tik Tok foi destaque nas oficinas de venda

As oficinas de live commerce também chamaram a atenção dos participantes. Os três dias de evento contaram com especialistas do TikTok, da Nós Somos Moda e da Shopee. Ana Castro, gerente de Fashion Hunting e Growth do TikTok, classificou a plataforma como um discovery commerce. “Os produtos encontram as pessoas, e não as pessoas encontram os produtos”, explica Ana, que também ressalta a importância do planejamento para converter a audiência em vendas.

EDUARDO ROCHA/DIVULGAÇÃO



Fabiano Zortéa foi um dos palestrantes de ontem

## Varejo e relações humanas na FBV

O futuro das vendas passa menos pelo produto e mais pelas conexões humanas. Essa foi a principal reflexão apresentada pelo coordenador estadual de varejo do Sebrae-RS, Fabiano Zortéa, durante a palestra inaugural na manhã de ontem no Palco de Negócios da Feira Brasileira do Varejo (FBV). O evento segue até a sexta-feira (22), no Centro de Eventos Fiergs, em Porto Alegre.

Com o tema “Venda é vínculo”, o especialista abriu a programação

defendendo que marcas fortes são aquelas capazes de representar algo que vai além daquilo que comercializam. No debate sobre digitalização, reforçou que a tecnologia deve funcionar como infraestrutura para fortalecer vínculos e não para eliminá-los. Um dos exemplos apresentados mostra que 77% dos consumidores ficam frustrados quando não conseguem falar com uma pessoa após interagir com sistemas automatizados.

DIVULGAÇÃO



Ambas as marcas fazem parte do Grupo Lins Ferrão

## Gang fará parte das unidades Pompéia

O Grupo Lins Ferrão decidiu mexer nas operações da Gang, marca de moda voltada ao público jovem e que começou sua história em 1976. As 27 lojas da Gang no Estado passarão a integrar as 30 unidades da Pompéia, do mesmo grupo. “É um novo reposicionamento da marca, movimento que acompanha as transformações do varejo e do comportamento de consumo da Gen Z, e que deve ocorrer de forma gradual ao longo dos próximos dois

meses”, disse a empresa em nota enviada à reportagem ontem.

A empresa afirma que peças que fazem parte da identidade da marca, como o jeans e os básicos, seguirão em evidência dentro de espaços das unidades da Pompéia. “Em algumas operações, esse espaço poderá funcionar como um corner (área temática), já em outras lojas podemos adotar o formato store in store (loja dentro de loja)”, explica a empresa na nota.

## Indicadores econômicos

INPC (IBGE mensal)	
Fechamento em abril	0,81%
Acumulado no ano	2,70%
Acumulado em 12 meses	4,11%
IGP-M (FGV mensal)	
Fechamento em abril	2,73%
Acumulado no ano	2,93%
Acumulado em 12 meses	0,61%
IPCA (IBGE mensal)	
Fechamento em abril	0,67%
Acumulado no ano	2,60%
Acumulado em 12 meses	4,39%

## Câmbio (R\$)

Moeda	Compra	Venda
Dólar comercial	R\$ 5,0029	R\$ 5,0034
Dólar turismo	R\$ 5,1100	R\$ 5,1940
Euro turismo	R\$ 6,0300	R\$ 6,1090

## Valores referência (R\$)

	Valor atual
Mínimo nacional	R\$ 1.621,00
Mínimo regional - 1	R\$ 1.789,04
Mínimo regional - 2	R\$ 1.830,23
Mínimo regional - 3	R\$ 1.871,75
Mínimo regional - 4	R\$ 1.945,67
Mínimo regional - 5	R\$ 2.267,21
UPF-RS (fiscal/annual)	R\$ 28,3264
Taxa Selic anual	14,5%
TJLP (2º trimestre 2026)	9,13% a.a.
CDI (abril)	14,65% a.a.

## Imposto de Renda

IR na Fonte		
Base de cálculo (R\$)	Aliquota (%)	Parcela a deduzir (R\$)
Até 2.259,20	isento	0,00
De 2.259,21 até 2.826,65	7,50	169,44
De 2.826,66 até 3.751,05	15,00	381,44
De 3.751,06 até 4.664,68	22,50	662,77
Acima de 4.664,68	27,50	896,00

Deduções: R\$ 189,59 por dependente/mês (R\$ 2.275,08 ao ano); R\$ 1.903,98 por aposentadoria após 65 anos. Dedução por pensão alimentícia.

A partir de 2026, salários até R\$ 5.000/mês são isentos.

De R\$ 5.000,01 a R\$ 7.350, o imposto calculado pela tabela sofre redução, por meio do redutor:

R\$ 978,62 - (0,133145 x rendimento tributável mensal).

Acima de R\$ 7.350, não há redutor e vale a tributação normal.

## Poupança (%)

Data	Velha	Nova
21/05	0,6695	0,6695
22/05	0,6715	0,6715
23/05	0,6715	0,6715
24/05	0,6696	0,6696

## Fundo social da Sicredi

A Sicredi Pioneira anunciou os contemplados do Fundo Social. Serão mais de R\$ 5 milhões distribuídos entre 425 projetos. As propostas, selecionadas nos 21 municípios da área de atuação, fortalecem entidades ligadas à educação, cultura e esporte inclusivo. O Fundo Social teve recursos definidos pelos associados na assembleia realizada em março. Os contemplados podem ser conferidos em: sicredi-pioneira.com.br/social-e-educacional/fundo-social.

abc+

Leia mais sobre a feira calçadista em abcmas.com