

Notícias

227
dezembro 2015

Jornal da Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado, Componentes e Artigos de Pele e Seus Sucedâneos

3

INOVAÇÃO

Calçado investe 50 milhões até 2020

5

TENDÊNCIAS

Sapatos que são verdadeiras jóias

7

MODA

O que significa a Alma Portuguesa?

12

ARTIGOS DE PELE

Acessórios de moda com personalidade

Linhas BPI-FEI Inovação

360 milhões de euros para Empresas Inovadoras.

BPI é líder no montante total colocado através de linhas de financiamento com garantia do Fundo Europeu de Investimento.

O BPI foi o primeiro Banco português a lançar uma linha de financiamento ao abrigo do Risk Sharing Instrument, em 2013, no valor de 160 milhões de euros e a lançar uma linha ao abrigo do InnovFin, no âmbito do Horizonte 2020, em 2014, no valor de 200 milhões de euros.

No conjunto das duas linhas foram apoiadas, em parceria com o Fundo Europeu de Investimento, 251 empresas inovadoras (dados acumulados a Junho de 2015).

Conheça as condições competitivas do BPI para financiar investimentos e fundo de maneo de empresas inovadoras, através de operações de montante entre 25 mil e 7,5 milhões de euros e prazo até 10 anos.

Toda a informação nos Centros de Empresas ou Balcões BPI
e em www.bancobpi.pt/empresas



O ANO EM REVISTA: ANO DE INVESTIMENTO

Com as exportações a atingirem máximos históricos, as empresas portuguesas de calçado iniciaram, em 2015, vários investimentos. Para

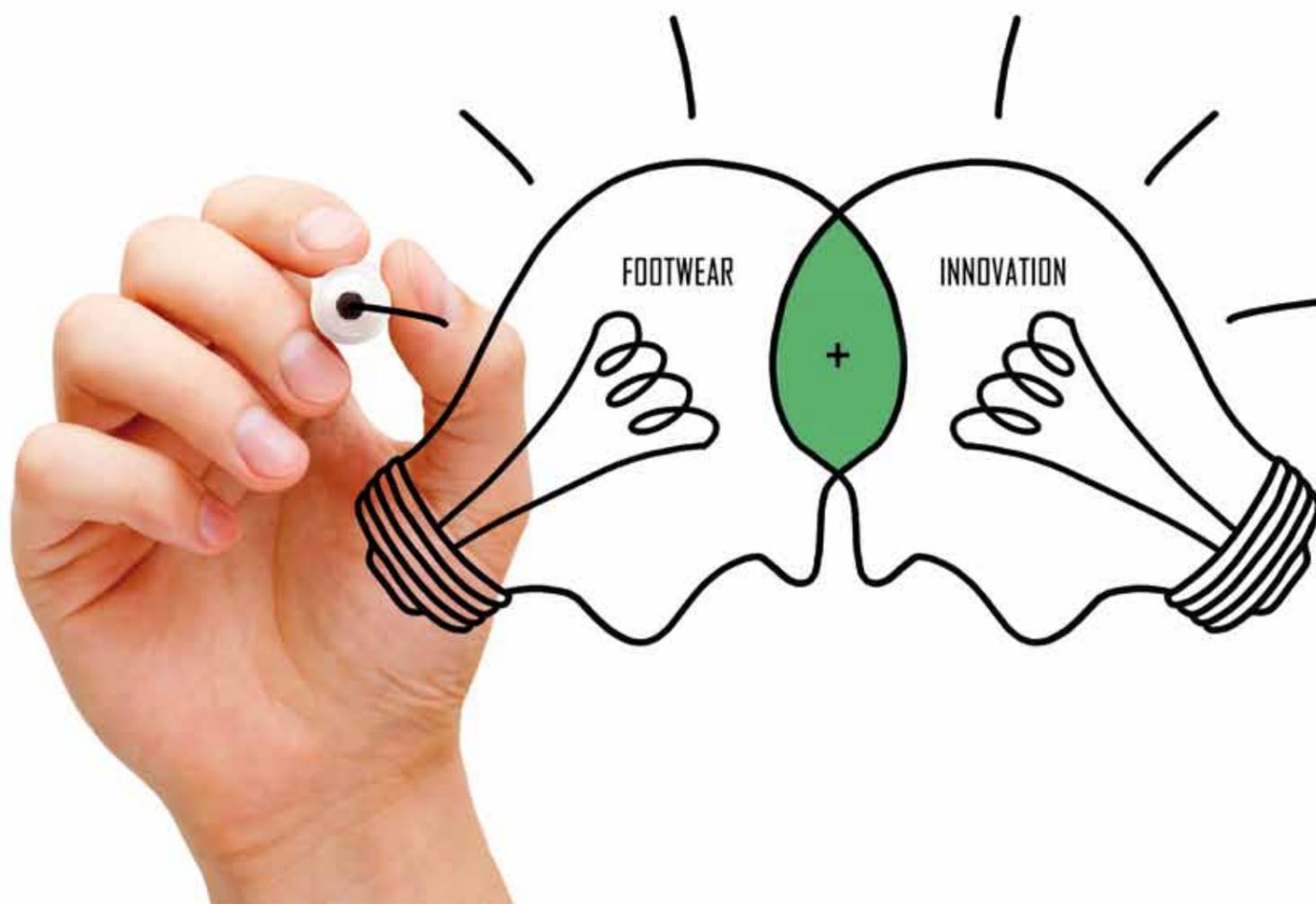
dar resposta às encomendas do mercado externo, para onde o setor exporta 95% da sua produção, duas dezenas de empresas inves-

tiram na aquisição de novas unidades fabris, nomeadamente, no interior do país, e em novos equipamentos. Mais de cinco milhões de

euros terão sido investidos apenas por meia dúzia de empresas como Centenário, Ferreira Avelar, Macosmi e Carité.

inovação

Calçado vai investir 50 milhões de euros em inovação



Depois de ter desenvolvido 80 novos produtos e equipamentos no âmbito do Projeto Newalk, o setor de calçado, através da APICCAPS e do Centro Tecnológico do Calçado (CTCP), vai avançar com um novo programa de inovação. Até 2020, depois de formalizado o “Cluster do Calçado e da Moda” deverão ser investidos 50 milhões de euros no processo de modernização das empresas.

Nos últimos anos, a indústria portuguesa de calçado especializou-se na capacidade de respos-

ta rápida e a pequenas séries, assumindo estas características como elementos de relevância estratégica à escala mundial. O trabalho realizado em parceria com o Centro Tecnológico de Calçado e com uma rede de mais de 50 parceiros, entre universidades, empresas, e entidades do sistema científico e tecnológico, promoveu o desenvolvimento, de raiz, de mais de 100 equipamentos «made in Portugal», o que permite que o país exporte hoje alta tecnologia para calçado para quase todo

o mundo. A indústria portuguesa quer reforçar, agora, o seu estatuto de mais moderna do mundo e, no desenvolvimento de novas soluções técnicas, tecnológicas e novos materiais, deverá investir 50 milhões de euros nos próximos cinco anos.

Revolução Newalk

A “revolução tecnológica” na indústria portuguesa de calçado iniciou-se em meados da década de noventa. Com o FA-

CAP (Fábrica do Calçado do Futuro), Portugal produziu e desenvolveu algumas das mais modernas soluções tecnológicas existentes no mercado, passando a exportar alta tecnologia para os cinco continentes.

No passado mais recente, com o projecto Newalk foram dados passos significativos na investigação de novos materiais e produtos. Segundo Leandro de Melo, “no projeto Newalk, 21 empresas de toda a fileira do calçado e oito entidades do sistema

científico e tecnológico nacional mobilizaram-se e trabalharam de modo coordenado para a concretização do presente projeto de investigação e desenvolvimento tecnológico, procurando estabelecer vantagens competitivas com base na inovação”. Novos couros, componentes e produtos químicos inovadores, conceitos de calçado diferenciados, software e tecnologias para produção ágil, robotizada ou customizada de calçado foram alguns dos resultados, recordou o Diretor Geral do CTCP.

gds

GLOBAL
DESTINATION
FOR
**SHOES &
ACCESSORIES**

+
tag it!

THE PRIVATE LABEL SHOW



*WHERE YOUR SEASON
TAKES OFF*

10 - 12 FEB 2016

WWW.GDS-ONLINE.COM

M[®]
Messe
Düsseldorf

O ANO EM REVISTA: EMPRESAS E CRIADORES REFORÇAM LAÇOS

Uma vintena de criadores e empresas de calçado associaram-se no decorrer de 2015 e, nas passarelas de ModaLisboa e

Portugal Fashion, frutificaram o emergente talento nacional. Estas parcerias, verdadeiramente estratégicas entre criadores

e marcas de calçado, visam afirmar a moda portuguesa no contexto internacional. As marcas estão, assim, apostadas em

fomentar uma linguagem criativa para responder às exigências do mercado.

tendências

Quando os sapatos são jóias?

Pormenor indispensável para uma boa apresentação, um belo par de sapatos pode fazer toda a diferença e assumir-se como uma peça de adoração. Que o diga Carrie Bradshaw, a personagem de Sarah Jessica Parker em 'O Sexo e a Cidade', com a sua enorme coleção de sapatos e a sua paixão pelos Manolo Blahnik, Christian Louboutin ou Jimmy Choo. Mas a Helsar e a NoStudio, marcas portuguesas de calçado, mostram que os sapatos podem ser verdadeiras jóias.

Criada em 1979, a Helsar é uma marca de luxo, que tem vindo a apostar em novos segmentos de mercado, designadamente com uma linha personalizada de sapatos de noiva. E porque fabrica para grandes marcas internacionais, a Helsar marcou presença no casamento real do príncipe William e Kate Middleton, calçando Carol e Pippa Middleton, mãe e irmã da noiva. Mas a mais recente inovação da Helsar resulta de uma parceria com a Goris, empresa de ourivesaria, que desenvolveu as peças de filigrana para dois pares de sapatos apresentados na Porto Jóia, feira internacional de joalharia, ourivesaria e relojoaria, e que estão agora disponíveis para venda ao público, por encomenda.

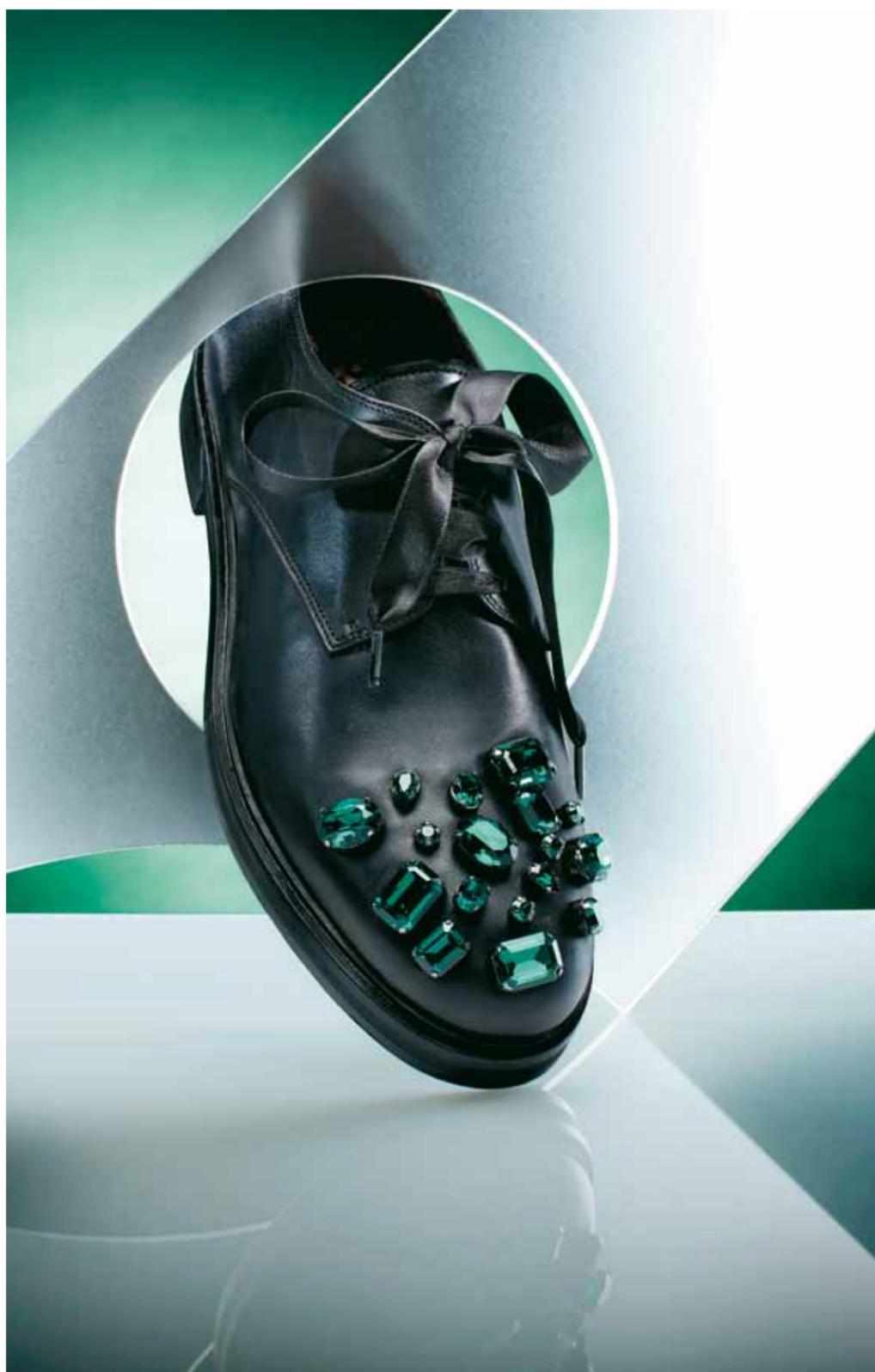
Patrícia Correia, designer da Helsar, explica que estes sapatos podem ser encomendados com a filigrana em prata ou em ouro, sendo que o preço fi-

nal oscila entre os 900 e os oito mil euros. A empresa gostou da experiência e está já a desenvolver novos modelos de luxo, recorrendo novamente a estes metais, mas também a pedras preciosas. Um nicho "muito particular" que se destina à mulher que gosta de "peças originais e quase exclusivas", explica.

Bem mais recente é a NoStudio, criada em 2014 e com apenas duas coleções no mercado, que impressionaram pela associação de pérolas, cristais Swarovski, aplicações de latão, correntes e 'piercings' aos sapatos de homem e de mulher. Ou não fosse a responsável pelo desenho da marca uma designer de jóias. Ana Garcia defende regularmente, que "a NoStudio não vende sapatos, vende jóias para os pés". E esse é o espírito da marca, que aposta num nicho de mercado com potencialidades crescentes.

Sapatos "arrojados e sexys", mas que ambicionam "desafiar" as convenções do mundo da moda, através da "hibridização de funções e estilos, resultado de uma visão arquitetural que considera a forma, o feitio e a proporção" é o que a NoStudio apresenta. Prometendo oferecer uma "elegância que alimenta o sonho, exaltando o desejo da mulher sofisticada e do cavalheiro audacioso, inflamando as suas mentes pecaminosas com um toque de romantismo". Ou não fossem as jóias sinónimo de paixão, luxo e romance.

Ilídia Pinto





EROBICS

Bella B

C11

CS
Carlos Santos

ROBERTO COSTA
ROBERTO COSTA
Made in Portugal

Coque Terra

Coque Terra

XICA DA SILVA

XICA

L47

RISON


quality impact
arquitectura e soluções de espaços

Rua do Cruzeiro, 170 R/C | 4620-404 Nespereira - Lousada
T. 255 815 384/385 | F. 255 815 386 | E. geral@qualityimpact.pt

O ANO EM REVISTA: CALÇADO CR7 APRESENTADO

“Shine in my shoes” foi o mote da primeira coleção CR7 Footwear, uma linha totalmente produzida em

Portugal, comercializada pela Portugal Footwear. Lançada em fevereiro na MICAM, a marca CR7 Footwear

passou a estar disponível em cerca de 80 pontos de venda em mais de 20 países por todo o mundo.

moda

O que é a alma portuguesa?

As palavras de Fernando Pessoa, a narrativa de Luís de Camões, a voz e o fado de Amália Rodrigues. São três ícones da alma portuguesa, mas não são os únicos. A moda da alma portuguesa tem um rosto: Portuguese Soul. A revista comemora 5 anos e juntou alguns dos modelos mais marcantes das suas edições. Jonathan Sampaio, Luís Borges, Tiago Lobo e Gonçalo Pinto foram quatro dos manequins escolhidos para a capa da edição comemorativa da revista. Como vêm a moda nacional? Que importância tem tido a revista Portuguese Soul no panorama da moda portuguesa? Fomos descobrir.



Jonathan Sampaio

“Acho que o sucesso da moda portuguesa tem muito que ver com as marcas nacionais e com todo o trabalho que se tem vindo a fazer ao longo dos anos em Portugal”.

Luís Borges

“A moda nacional evoluiu muito nos últimos anos. Os nossos designers estão muito mais criativos e estão a acompanhar os tempos, porque como sabemos a moda evoluiu ano após ano. E a Portuguese Soul tem acompanhado o evoluir dos tempos.

Moda é arte, e arte é cultura. Muitas vezes as pessoas esquecem-se disto e dedicam-se mais a outros temas. Acho que Portugal tem bons criadores a nível de vestuário e calçado que deviam ser ainda mais divulgados”.

Gonçalo Pinto

“A moda nacional mudou muito. Penso que cada vez estamos melhores e maiores. Estamos a concentrar-nos mais no que temos e não no que o exterior nos pode dar”.

Tiago Lobo

“Defino a alma portuguesa à imagem do povo português, muito dado ao fado e ao destino: sentimentos profundos que também se refletem na forma como nós fazemos moda em Portugal.

Acabamos por tocar em temas profundos e não só na superficialidade. A moda por si só já é superficial, por isso acho importante envolver temas mais fortes.

Sobretudo a revista Portuguese Soul já evoluiu muito e já cresceu muito. Espero que a evolução continue a ser positiva e que possamos cada vez mais promover e colocar as nossas marcas nos mercados internacionais, exportar mais e contribuir para a nossa economia”.

Design walking shoes

O calçado português é moderno e apelativo. A abertura para um crescente aparecimento de novas marcas, de posicionamento criativo diferente do comum, de linhas conotadas com um estilo menos convencional, permite que projetos como Senhor Prudêncio, Xperimental Shoes, Nelson Oliveira, Shoes Your Mood ou Armando Cabral surjam no mercado cativando o público que anseia por ideias novas

Catarina Vasques Rito



Ficha Técnica

Propriedade
APICCAPS - Associação dos Industriais de Calçado, Componentes, Artigos de Pele e Seus Sucedâneos

Rua Alves Redol, 372 | 4011-001 Porto
Tel: 225 074 150 | Fax: 225 074 179
apiccaps@mail.apiccaps.pt
www.apiccaps.pt

Diretor
Fortunato Frederico - Presidente da APICCAPS

Edição
Gabinete de Imprensa da APICCAPS
paulogoncalves@mail.apiccaps.pt

Fotografia capa
Frederico Martins

Conceção Gráfica e Execução
salto alto e laborpress

Distribuição
Gratuita aos Associados

Tiragem
2.000 exemplares

N.º DL:
366612/13

No momento de escolher um novo par de sapatos, porque não considerar comprar uma marca portuguesa de design vanguardista ou de linhas mais estilizadas que o comum? A marca Senhor Prudêncio, surgiu no mercado em 2012, na cidade de Guimarães, e inspira-se nos anos 50 do século passado. “Recuperar o passado pode ser criativamente interessante. Voltámos a valorizar e a desejar peças que remontam ao tempo dos nossos antepassados. À beleza inegável desse universo,

a Senhor Prudêncio alia o design do século XXI”, explica João Pedro Filipe à Portuguese Soul. A procura de ideias que vão ao encontro de um consumidor cada vez mais exigente, mas principalmente, mais receptivo à diferença justificam o surgimento de novas marcas, 100% nacionais, que demonstram que têm a capacidade de satisfazer o mercado, mas também concorrer com as melhores do mundo. “A Armando Cabral é uma marca portuguesa. Acabei de abrir a primeira loja monomarca

em Lisboa, estando já presente um pouco por todo o mundo, do Dubai, a Nova Iorque ou Japão. Este é um projeto que tem conquistado a atenção do público, primeiro masculino e agora feminino, pela conjugação de linhas mais arrojadas com outras mais conservadoras, sempre com pormenores que fazem a diferença”, salienta Armando Cabral que, a viver em Nova Iorque, desfilou e continua a desfilir e a fazer campanhas para as mais importantes marcas internacionais, conciliando a profissão

de modelo com a de empresário. “Adoro sapatos, sei o que gosto de calçar e sei o que quero que a marca seja. Para que tudo corra de feição, gosto de ter bons profissionais a trabalhar comigo. A marca Armando Cabral é transversal aos diferentes estilos masculinos, está a expandir na linha para mulher e conto ter em breve uma marca extensível a áreas como acessórios e vestuário”, adiantou o modelo que esteve em Lisboa no final do mês de outubro para inaugurar a primeira loja no Espaço Embaixada,

no Príncipe Real, em Lisboa.

Um passo de cada vez é a estratégia seguida por Nelson Oliveira que criou uma marca de calçado, composta por duas linhas, há cerca de dois anos, e em 2013 foi considerado o ‘Hot New Talent’ desse ano pela APICCAPS e pela Academia de Design de Calçado CFPIC. A sua coleção SS 2015 venceu, em Dusseldorf, o prémio GAPI Jovem Talento, atribuído por diversas entidades de referência do setor. “ Ser premiado

O ANO EM REVISTA: BOAT DOCK'S A CAMINHO DO ORIENTE

O mercado francês já foi o grande foco da Boat Dock's, chegando até a absorver 80% da sua produção. Mas atualmente é na diversifi-

cação de mercados que a empresa de Felgueiras tem apostado, principalmente nos países do Oriente e da América. Colômbia, Estados

Unidos, Líbano e Austrália são alguns dos novos destinos prioritários da Boat Dock's. A Irlanda representa, atual-

mente, o principal destino de exportação da empresa João Batista Pereira Coelho e filho, a que se junta Alemanha, Espanha e Inglaterra.

design

é bom, demonstra que somos valorizados e incentiva a progredir. Tenho um gosto particular por esta área do design de calçado e penso conseguir demonstrar a diferença, assim espero para cativar o público que gosta de usar modelos um pouco diferentes do comum, sem ser demasiado excêntrico”, diz Nelson Oliveira que reconhece o longo percurso que tem ainda pela frente, procurando ser “ponderado e obstinado” para conquistar o mercado nacional, “numa primeira fase”, e internacional, numa “segunda fase”. A inspiração procura-a nos seus gostos, nas atitudes das novas gerações urbanas e nas tendências internacionais.

E se de repente houvesse uma marca que permitisse que o seu par de ténis se pudesse transformar, parecendo que tem sempre calçado um par de ténis novo? A Shoes Your Mood, uma marca portuguesa com um ano e meio de vida, nasce da vontade de criar ténis mutáveis, uma “ideia diferente, que permite ao cliente se afirmar e expressar, consoante o seu ‘mood’”. Uma marca divertida e versátil”, diz Luis Marvão, um dos mentores deste projeto que está já à venda em algumas lojas de Norte a Sul de Portugal. “Como qualquer empresário queremos crescer e expandir, no entanto, queremos também não desiludir o nosso cliente, uma vez que já percebeu que temos o objetivo de ser inovadores. Espero nunca defraudar quem já aposta em nós”, confessa

este jovem empreendedor que percorre feiras e plataformas culturais a promover a marca que pretende brincar com a ‘mood’ de quem gosta de ténis.

E quando duas gémeas se juntam, o resultado pode-se chamar Xperimental Shoes. Ana Margarida e Célia surgiram com uma nova marca há três anos, que tinha como intuito “a irreverência, o vanguardismo e a possibilidade de poder chocar quem

ficasse a conhecer a marca”. No entanto, com o passar do tempo, a reação do consumidor foi surpreendente, ao aderir a um design urbano, coerente e global, sem “sentir nenhuma estranheza às propostas apresentadas a cada estação”. A Xperimental Shoes, que está disponível em espaços multimarca dentro e fora de Portugal, conta com a participação dos empresários João Kohler e Tim Vieira, detentores de 35% da empresa fundada por Ana e Célia,

que após terem levado a sua marca à versão portuguesa do programa norte-americano, ‘Shark Tank’, conseguiram aumentar as vendas e delinear novas estratégias de negócio. “Foi uma ideia suportada por ambas e que acabou por ter um resultado interessante e motivador. O importante é não desvirtuar o conceito de diferenciação da marca e continuar a surpreender quem o público quer a nos próprias”, observa Ana Margarida.



A próxima jogada de mestre é SUA!

É tudo uma questão de **RESULTADOS!**

A DECPRIME- Consultoria e Processo Lda., é uma empresa especializada no desenvolvimento de soluções de Software e reengenharia dos processos de negócio para qualquer Organização.

Tem como missão o desenvolvimento, a partir de plataformas open-source, de soluções que contribuam para o aumento da eficácia, eficiência e economia das Organizações ou Empresas Cliente, contribuindo para que estas se convertam em Organizações ou Empresas de Alta Performance, através da reengenharia e otimização dos processos de negócio via DECPRIME.

A DECPRIME- Consultoria e Processo Lda., fornece um conjunto completo de serviços de Business Process Management e de Business Intelligence, que lhe permitem realizar a otimização e reengenharia dos processos dos seus Clientes, através de uma metodologia própria - SIMPLÉS - Sistema Integrado e Metodologia de Processos Lógicos, Eficientes, Eficazes, Económicos e Sustentáveis.



decprime - consultoria e processo
grupo DECSIS

Web: www.decprime.com

DECPRIME - Consultoria e Processos. | Grupo DECSIS

Rua Alfredo da Silva, Lote 16 e 17 - Alfragide, 2614-509 Amadora - Portugal

Tel.: 21 255 55 00 | Fax: 21 255 55 09

Rua das Artes Gráficas, 162 - 4100-091 Porto - Portugal | Tel.: 22 607 68 50 | Fax: 22 607 68 59

E-mail: geral@decprime.com



O ANO EM REVISTA: LEMON JELLY DISTINGUIDA PELA COTEC

A Lemon Jelly, marca de calçado injectado da Procalçado, foi distinguida pela COTEC, a Associação Empresarial para a Inovação. O Prémio da COTEC é

um dos mais prestigiados a nível nacional. Entre os critérios de avaliação incluem-se as características inovadoras do produto, a inserção do processo de desenvolvimento e

a comercialização do produto numa estratégia global de inovação. O prémio foi atribuído pelo Presidente da República, Cavaco Silva.

nacional

PR condecora administradores da CEI

O Presidente da República, Aníbal Cavaco Silva, condecorou, em meados de dezembro, os administradores da CEI – Companhia de Equipamentos Industriais, no âmbito da cerimónia de encerramento do “Roteiro para uma Economia Dinâmica” no Centro Cultural de Macieira de Cambra.

A condecoração é encara da pelos administradores Álvaro Gouveia, Agostinho Silva e Fernando Sousa como “um reconhecimento do trabalho de equipa que foi feito ao longo dos 20 anos da CEI”.

A empresa de Componentes de Equipamentos

Industriais (CEI) nasceu em 1995 e rapidamente se afirmou como uma das mais modernas do mundo, tendo-se especializado no desenvolvimento de inovadores sistemas de corte e gravação a laser. Mais tarde, no âmbito do grupo, integrou as empresas Zipor (em 1997) e Inocam (em 2001). Em

conjunto, as três empresas instalaram mais de 2.000 equipamentos em sensivelmente 50 países.

A CEI é uma empresa com capital social 100% português, contando no momento com cerca de 30 colaboradores, dos quais uma elevada percentagem são técnicos de

Engenharia.

A Inovação foi uma aposta da CEI que tem protocolos de investigação com diversas entidades de I&D e participa ativamente em projetos de desenvolvimento nacionais e europeus. A CEI detém ainda diversas patentes industriais.

The best components you will never see.

LUSOCAL
The art of footwear

www.lusocal.com

TECNO
The art of footwear

excelência¹⁴

6 ANOS DE EXCELÊNCIA
2009 - 2014

12

Acessórios com Personalidade

São o complemento diferenciador em qualquer look e reforçam a nossa identidade e estado de espírito. São marcas portuguesas de acessórios, e claro, obrigatórias de conhecer.

Por Joana Fervell

ar

Baguera

WWW.BAGUERA.EU

Branca Cuvier é a responsável pela criação, em 2011, da marca de acessórios/jóias Baguera, cujas peças, de um design simples mas dotado de apontamentos arrojados, não deixam ninguém indiferente. Nas suas colecções a geometria funde-se com o orgânico, e o resultado são modelos inovadores que personificam a mulher moderna do século XXI. Em 2012 a coleção 'Vectory' venceu prémios POP promovidos pela Fundação de Serralves (Porto). Entre outras colaborações, Branca foi convidada pela Samsung, em 2014, para desenvolver cinco peças personalizadas para a campanha Samsung Galaxy Alpha. Na loja online da marca, a Baguera soma clientes de 36 países.



NaturaLook

WWW.NATURALOOK.PT

Dedicando-se à produção de óculos de madeira, a NaturaLook explora, desde 2013, o amplo potencial deste material concebendo originais modelos, de elevada qualidade e realizados artesanalmente. A marca, pioneira em Portugal, oferece inúmeras possibilidades de personalização, sendo possível escolher o tipo de madeira, o design do modelo e inclusivé customizar as hastes dos óculos com frases ao seu gosto. A venda online através do site é uma clara aposta da marca, a que se juntam pontos de venda em França, Espanha, Noruega, USA e Brasil. Em vista está a expansão rumo ao Dubai, Catar e Jordânia.



NUUK

WWW.NUUKDESIGNS.COM

Nascida em 2014, a marca de joalharia contemporânea NUUK surge-nos pela mão de Paula Paiva e Joana Carvalho (mãe e filha) que recorrem às formas geométricas e minimalistas para criarem peças delicadas e intemporais. Exclusivamente desenhadas e produzidas à mão, na cidade do Porto, as peças NUUK mostram-se versáteis para qualquer ocasião ao apostarem numa simplicidade moderna e elegante. Para a Primavera-Verão 2016, a marca lançou a coleção PAINT, inspirada no trabalho do artista Elsworth Kelly. Poderá descobri-la nas lojas The Feeting Room e CUSQ, ambas no Porto, e muito em breve também em Lisboa. Com vista à internacionalização, a NUUK já se encontra em Londres, na Red Vatican (Shoreditch), e no Japão. Para um futuro próximo, avistam-se mercados como o Norte da Europa, Oceânia, América do Norte, Este Asiático e Médio Oriente.



O ANO EM REVISTA: CUBANAS CALÇOU A BARBIE

A boneca mais famosa do mundo celebrou 56 anos em 2015 e para assinalar a data decidiu substituir os «stiletos» e declarar o

“Dia Nacional sem Saltos”. A Barbie associou-se à marca portuguesa de calçado Cubanas e apresentou uma edição

especial de cem pares exclusivos Cubanas vs Barbie. O modelo exclusivo é uma das marcantes

galochas da Cubanas, nos tons de rosa a que a Barbie habituou os seus fãs com apontamentos brilhantes.

Artigos de pele



Âme Moi

WWW.AMEMOI.COM

Arte, tradição e exclusividade são os três pilares que definem a marca de acessórios de luxo Âme Moi, cujas origens remontam ao universo equestre, uma paixão que Alberto Gomes, CEO da marca, vê agora materializada neste projeto. Destinadas ao público feminino (embora admitindo a possibilidade de vir a lançar uma linha masculina), as bolsas Âme Moi privilegiam metais nobres como o ouro e a prata, bem como as sedas bordadas, inspiradas nas típicas casacas dos toureiros. De destacar os pendentos em crina de cavalo que constituem o marco de identificação da marca (numa alusão ao cavalo lusitano), e a alça em filigrana, que integra o best-seller da ‘La Piccolina Filigree’. Em Portugal, os acessórios Âme Moi encontram-se à venda em Lisboa, na Loja das Meias (Amoreiras, Cascais e Castilho) e em Braga, na Boutique Janes. Mais cómoda é a opção de compra na loja online, no site da marca.



Maria Maleta

WWW.MARIAMALETA.COM

Também do Porto chega-nos a Maria Maleta, fruto da paixão comum de duas melhores amigas: as malas de mão. Fortemente comprometida com a elevada qualidade das matérias-primas, a marca desenvolve todos os seus modelos em pele verdadeira, com um design assumidamente jovem e trendy, marcado por pormenores que evidenciam a irreverência das mulheres que a usam. A mochila BackPack/Moment é a mais recente criação da Maria Maleta, pensada para o estilo de vida dinâmico e em permanente mudança da mulher atual. Disponível em três modelos reversíveis, nunca foi tão fácil aliar as tendências de moda a um total conforto, numa peça adaptável aos diferentes momentos do seu dia-a-dia.

A Parceria Ideal Para o Seu Negócio

A **Expandindústria** foi constituída em 1983, tendo como missão melhorar o desempenho dos seus clientes, oferecendo-lhes um conjunto de serviços de consultoria, formação e soluções informáticas ajustados às suas necessidades.

SIGA - Sistema Integrado de Gestão e Administração ®

Desenvolvido desde a génese da empresa, o ERP SIGA é constituído, nomeadamente, pelos módulos de: Gestão Financeira, Gestão de Pessoas, Gestão Comercial, Gestão da Qualidade e Gestão de Produção.

O módulo **GEPE - Gestão da Produção** está integrado no SIGA e contempla a gestão de amostras e encomendas, planeamento e controlo de produção, respectivos custos e margens, permitindo-lhe:

- O tratamento em simultâneo das encomendas, produção e custos.
- A gestão da produção por encomenda ou para lote, com opção de código de barras.
- A emissão automática das ordens de fabrico, requisições de materiais, gamas operatórias e instruções de fabrico.
- A imputação automática dos consumos à contabilidade analítica e à gestão de materiais.
- A análise das cargas de secção, das necessidades de materiais, do equilíbrio de linha, simulação de preços e análise de margens.



O SABER AO SERVIÇO DA INICIATIVA

EBS - Executive Balanced Scorecard ®

Conjunto de aplicações cujo objectivo principal é apoiar a gestão estratégica da sua organização, através da exploração de indicadores estratégicos totalmente alinhados com a Missão e Visão.

ESBI - Expandindústria Standard Business Intelligence ®

O processo de recolha, organização, análise e monitorização de informações oferecem-lhe suporte à tomada de decisão em tempo real, permitindo-lhe ainda a exploração combinada de diversos dados.

GIIM - Gestão Integrada de Informação em Multimédia ®

O sistema de Gestão Documental permite-lhe a organização e arquivo electrónico de todos os tipos de documentos produzidos ou recebidos por via electrónica e a respectiva distribuição aos destinatários, com total desmaterialização, assumindo assim a constituição de um sistema "Data Ware House".

Outras Soluções de Negócio:

- Gestão de Associações
- Gestão de Transitários
- Gestão de Escolas
- Gestão de Transportes
- Gestão da Administração Local
- Gestão de Agregados

Solicite a visita de um consultor especializado e conheça as nossas soluções:

Tel: 228347750 / Fax: 228317846 Morada: Avenida de França, 893-895, 4250-214 PORTO
Website: www.expandindustria.pt E-mail: geral@mail.expandindustria.pt



O ANO EM REVISTA: CASA DA MÚSICA ENCHE EM CONCERTO SOLIDÁRIO

A Casa da Música encheu-se em dezembro, para assistir ao concerto solidário, promovido pela ANIVEC em conjunto com a APICCAPS. Em palco esteve a

dupla de pianistas Luis Magalhães e Nina Schumann. O projeto TwoPianists é considerado, entre audiência e críticos, um dos mais conceituados a nível mundial, no

restrito universo de duos de piano. As receitas reverteram a favor do IPO – Porto, uma instituição com 41 anos de existência e que tem vindo a distinguir-se

pelo cuidado com que trata os doentes, pela atividade científica de alta credibilidade que desenvolve e pela qualidade do ensino na área da oncologia.

moda

Luís Borges

É um dos mais extraordinários manequins portugueses da atualidade, com uma carreira de forte expressão internacional. Apaixonado pela moda, criou um dos melhores blogs portugueses, The Afro Boy. Agora, chegou a vez de criar uma linha de calçado.

Em que momento pensaste criar uma linha de calçado?

Tudo começou quando recebi o convite pela parte da marca de sapatos Manuel Dupont, para criar, em colaboração, uma coleção. Achei que fazia todo o sentido, visto que sou manequim, gosto de moda e adoro sapatos.

Uma das razões que me fez aceitar de imediato foi o facto de me permitirem criar o que quisesse, o que foi ótimo, pois tive liberdade para fazer exatamente aquilo que queria.

O que distingue os sapatos Luís Borges?

Quem comprar esta coleção vai perceber imediatamente que aquilo é meu, dado que todos os modelos têm um ‘mini Luís Borges’ desenhado. Tentei ser eclético e ao mesmo tempo fiel ao meu próprio estilo. Estes modelos refletem a minha irreverência e personalidade. São sapatos com muita atitude!

Para que público se direcionam?

O meu público é maioritariamente jovem. Por isso, quando idealizei o que ia criar foi já pensar neste target, com um estilo urbano. Não digo com isto, que pessoas mais velhas, não os possam usar, porque o estilo não depende da idade, mas sim da atitude de cada um. A minha coleção é bastante divertida e irreverente e por essa razão destinada a todos os que se sintam com um espírito jovem.

A tua ideia é apostar exclusivamente no mercado nacional ou caminhar nos mercados externos?

O mercado nacional é importante, mas seria redutor cingir esta coleção apenas a Portugal. Dado que o meu blogue já tem uma projeção internacional faz todo o sentido que os meus sapatos se espalhem por outros mercados. Para além disso, a Manuel Dupont exporta para Espanha e França e muito brevemente vai entrar no mercado americano.





SPEDYCARGO

TRANSITÁRIOS



SOLUTIONS THAT WORK.

A SPEDYCARGO foi criada em Janeiro de 2004 combinando a experiência e profissionalismo da sua equipa e a confiança dos seus parceiros no exterior com o conhecimento das exigências dos mercados nacional e internacional.

A SPEDYCARGO empenha-se em encontrar as soluções mais adequadas e melhor desenhadas para os desafios da indústria no presente e no futuro.

A SPEDYCARGO representa em Portugal o HTFN Global Logistics Partner. O HTFN é uma associação de empresas transitárias privadas com representação mundial que permite uma cobertura global através de parcerias com empresas congéneres de elevada reputação em cada mercado. Como membro a SPEDYCARGO beneficia de parcerias com mais de 120 agentes em cerca de 200 países servindo mais de 600 portos e aeroportos.



Aéreo

A Spedycargo oferece uma diversificada gama de opções no transporte de carga aérea. Garantimos uma operação bem estruturada resultante da criatividade e experiência da nossa equipa.



Marítimo

A Spedycargo assegura coordenação total da operação de transporte seleccionando a opção que melhor responda às exigências de cada embarque ao custo mais competitivo.



Rodoviário

Em parceria com os seus agentes na Europa, a Spedycargo oferece serviço regular de transporte em Camião de e para várias origens e destinos.



Aduaneiro

A Spedycargo dedica especial atenção a este segmento para o qual criou o seu próprio departamento aduaneiro no que conta com pessoal especializado e licenciado.



Transportes Especiais

A Spedycargo tem uma vasta experiência no segmento de:

- Feiras e Exposições
- Transportes Especiais
- Armazenagem e Distribuição



SPEDYCARGO, TRANSITÁRIOS, S.A.

Head Office

Via Central de Milheirós nº. 726 · 4475-330 Maia · Portugal
Telf. +351 229 993 650 · **Fax.** +351 229 964 962

Lisbon Office

Aeroporto da Portela Terminal de Carga · Edifício nº. 134 sala 2119/2120 · 1750-364 Lisboa · Portugal
Tel. +351 218 480 369 / +351 218 487 683 · **Fax.** +351 218 480 370

TRANSITÁRIO
 ESPECIALIZADO
 EM FEIRAS
 INTERNACIONAIS

O ANO EM REVISTA: PME EXCELÊNCIA DISTINGUE EMPRESAS

O ano de 2015 fica novamente marcado pela distinção de dezenas de empresas de calçado com o Prémio PME Excelência. Uma vez mais, dezenas de

PME ligadas ao setor foram agraciadas com a distinção do IAPMEI. No total, mais de 1800 empresas, representativas de diferentes setores de ati-

vidade, de norte a sul do país, foram distinguidas no final de janeiro em Santa Maria da Feira com o estatuto PME Excelência.

internacional

Índia acolhe 19º Congresso Internacional da UITIC

O 19º Congresso Internacional de Técnicos do Calçado, da União Internacional de Técnicos da Indústria de Calçado (UITIC) irá realizar-se em Chennai, na Índia, entre os dias 03 e 05 de fevereiro de 2016. É pela primeira vez que o Congresso UITIC se realizará na Índia, o segundo maior fabricante de calça-

do no mundo.

O evento será organizado pelo Conselho de Exportações de Couro da Índia (CLE) em colaboração com a UITIC e terá como mote “O futuro das fábricas de calçado”. O programa divide-se em duas etapas, uma componente mais técnica, com um conjunto de sessões,

e uma componente mais prática, traduzida na visita a algumas empresas do setor na região. Os participantes também poderão visitar a IILF 2016 - India International Leather Fair, que terá lugar entre o dia 31 janeiro e 3 fevereiro 2016, em Chennai.

Genericamente, os avan-

ços ao nível tecnológico, do design e tecnologias de informação permitirão a modernização das fábricas e a produção de calçado com propriedades avançadas, bem como uma otimização dos recursos. No entanto, há novos desafios para as empresas, nomeadamente no que se refere à evolução das exigências dos

consumidores e dos mercados. Importa, assim, que as fábricas de calçado se adaptem para não perderem competitividade. Para discutir estas temáticas o congresso, reunirá fabricantes e especialistas do setor, de todo o mundo. As inscrições para participar no 19º Congresso UITIC ainda estão a decorrer.



carelplas®
Campos & Resende, Lda.

Zona Industrial de Cesar | Apartado 2052
3701-906 CESAR | Portugal
Tel.: 256 860 330 | Fax: 256 860 339
e-mail: geral@carel.pt | www.carel.pt

Materiais utilizados no fabrico de Solas:
TR | TPS | TPU + PU | PVC | PU
PU Soft e Bicolor | PU Bidencidade | PU antiestático ESD

Materiais utilizados no fabrico de Palmilhas:
PU | PU Antifúngico | PU Antibacteriano

Áreas de atuação:
Moda | Outdoor | Conforto | Saúde



Serviços de
CONSULTORIA

**SISTEMAS
DE GESTÃO**

**CERTIFICAÇÃO
DE EMPRESAS**

- ▼ **GESTÃO DA QUALIDADE DE ACORDO COM NORMA ISO 9001**
- ▼ **GESTÃO AMBIENTAL DE ACORDO COM NORMA ISO 14001**
- ▼ **GESTÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL DE ACORDO COM NORMA SA 8000**
- ▼ **GESTÃO DA INOVAÇÃO (IDI) DE ACORDO COM NORMA NP 4457**
- ▼ **GESTÃO DA SEGURANÇA E SAÚDE DO TRABALHO DE ACORDO COM NORMA OHSAS 18001 / NP 4397**
- ▼ **GESTÃO DA ENERGIA DE ACORDO COM NORMA ISO 50001**
- ▼ **AUDITORIAS DA QUALIDADE, AMBIENTE, SEGURANÇA E SAÚDE DO TRABALHO**
- ▼ **DIAGNÓSTICO E AUDITORIAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DE ACORDO COM A NORMA SA 8000 E AUDITORIAS SMETA**

Para informações detalhadas sobre os **Serviços de Consultoria** contacte: rui.moreira@ctcp.pt

Centro Tecnológico do Calçado de Portugal

Rua de Fundões - Devesa Velha | 3700 - 121 | S. João da Madeira | PORTUGAL

T. +351 256 830 950 | F. +351 256 832 554 | E. geral@ctcp.pt | www.ctcp.pt

O ANO EM REVISTA: SHOEPOLY: SOLUÇÕES INOVADORAS PARA CALÇADO

No âmbito do do projeto Sho-ePoly, promovido pela empresa Atlanta (co-promotor líder), e duas entidades do sistema científico e tecnológico, a FEUP e

o CTCP, foram desenvolvidos novos materiais especializados para calçado, nomeadamente materiais compósitos termo-plásticos com madeira, entre

outros. Estes novos materiais já estão a ser industrializados pela empresa promotora Atlanta, que pretende com esta aposta na

investigação e desenvolvimento de novos produtos, dar a resposta adequada às necessidades do mercado.

indústria

Pinhel acolhe nova fábrica de calçado

Uma nova fábrica de calçado vai instalar-se em Pinhel, durante este ano e criar, pelo menos, 100 postos de trabalho. Segundo Rui Ventura, a nova unidade fabril irá ocupar um pavilhão da antiga fábrica de calçado Rhode. “Estamos em conversações. Tudo indica que 2016 poderá ser o ano em que essa empresa se venha instalar em Pinhel”, adiantou o presidente da Câmara Municipal de Pinhel. Rui Ventura, em declarações à Agência Lusa, assegura que a instalação da nova unidade fabril em Pinhel, no distrito da Guarda, “é uma realidade” e que a autarquia tem “essa garantia do empresário”, mas não sabe adiantar quando iniciará a laboração.

A formação para os futuros funcionários “está a

ser trabalhada” em articulação com o Centro de Emprego de Pinhel e com o Modatex – Centro de Formação Profissional da Indústria Têxtil, Vestuário, Confeção e Lanifícios, que tem uma extensão naquela cidade. A Câmara Municipal de Pinhel cedeu o espaço para a unidade fabril se instalar e o empresário oriundo de Felgueiras tem um período de carência do pagamento da renda, mas fica sujeito a uma permanência de 10 anos. As duas fábricas já a laborar nas antigas instalações da Rhode (Eurovilde Portugal Shoes e Malite – Calçados Unipessoal Lda) empregam, até ao momento, 70 pessoas. “Uma delas está neste momento a recrutar mais 25 pessoas para aumentar uma linha de montagem”, disse Rui Ventura.

O autarca referiu ainda à Lusa que na zona industrial de Pinhel deverão instalar-se este ano duas empresas francesas de aeronáutica, criando 30 postos de trabalho cada uma. “Se tudo correr bem, na próxima Feira das Tradições [evento a realizar entre 05 e 07 de fevereiro], vamos assinar o contrato com as duas empresas francesas de aeronáutica para se instalem na zona industrial de Pinhel”, adiantou. Segundo o responsável, os empresários tencionam iniciar a laboração “até setembro de 2016”. “Sei que o espaço [de tempo] é curto. Assinaremos o contrato em fevereiro, mas é a indicação que temos das empresas francesas. Naturalmente que, se assim for, ficamos satisfeitos”, concluiu.

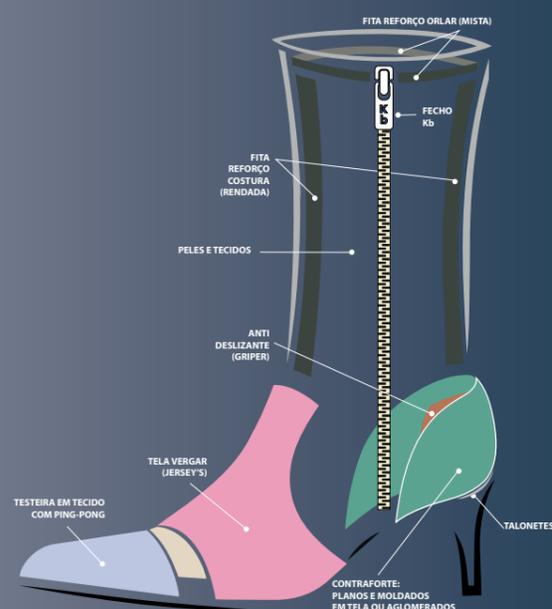


SLATEL®

COMPONENTES PARA A INDÚSTRIA DE CALÇADO, LDA.
www.slatel.com



Rua da Madeira – Zona Ind.nº 1 | Apartado 158 | 3700-176 S. João da Madeira
Tels. 256 822627 / 256 823042 | Fax 256 827374 / Fax online 213 516768
E-mail: geral@slatel.mail.pt / comercial@slatel.mail.pt



20

O Ano do Design Português

www.designportugues.pt

Por Joana Fervell



Sucedendo ao Ano da Arquitetura, o Ano do Design Português é uma iniciativa conjunta da Secretaria de Estado da Cultura e do Ministério da Economia, destinada a promover e divulgar o design nacional no estrangeiro. Setembro de 2015 assinalou o encerramento de uma programação diversificada de parcerias, exposições e ações, que culminou com o lançamento do livro *Portugal by Design*, eventos, estes, que muito contribuíram para afirmar o design como uma área-chave para o desenvolvimento cultural e económico do país. Sebastião Rodrigues, Daciano da Costa e Pádua Ramos, três incontornáveis referências do design nacional, deram nome aos Prémios de Design Português, que distin-

guiram um total de 26 projetos, numa cerimónia que teve lugar no Museu Nacional dos Coches, em Lisboa.

O Prémio Profissional Sebastião Rodrigues (Design de Comunicação) foi atribuído a Joana Monteiro, cujos “materiais de comunicação para o Teatro Nacional de São João (temporada 2011-2013) mostram a excelência do trabalho de direção de arte e design gráfico. O processo criativo revela uma compreensão da importância da produção e de diversos recursos e meios (com destaque para a fotografia e a tipografia) e um sentido contemporâneo de mise-en-scène que resultam em soluções visuais muito eficazes comunicacionalmente”. O Prémio Finalistas Sebas-

tião Rodrigues coube ao livro *Cassandra* de Sérgio Alves (Atelier d’Alves), uma edição do Teatro O Cão Danado da Húmus Editora.

Já o Prémio Profissional Daciano da Costa (Design de Produto) foi entregue a Rui Marcelino e Catarina Ferreira (Alma Design), com o projeto *desAir – Design de Estruturas Sustentáveis para Aeronáutica*, que propõe novas soluções no fabrico de painéis para aplicação na indústria aeronáutica, sobretudo no revestimento de interiores e construção de equipamentos para aeronaves. Procurou-se substituir as matérias plásticas, atualmente em uso, por materiais recicláveis como a cortiça e o alumínio. No âmbito do Prémio Finalistas Daciano Costa, o

júri distinguiu o projeto *Teapot’set*, um serviço de chá apresentado pelo designer João Abreu Valente.

O Prémio Profissional Pádua Ramos (Design de Interiores) foi recebido por Mariano Piçarra, com o projeto *360° Ciência Descoberta*, exposição da Fundação Calouste Gulbenkian (2013). Ana Rita Ramos e Alexandrine Costa receberam o Prémio Finalistas Pádua Ramos, com os projetos *Anarquia na Cidade* (a arquitetura viral vista como método de reabilitação da cidade, aplicando a regeneração e necessidade de repensar a cidade do Porto) e *Percurso Narrativo* (projeto de reabilitação de um antigo matadouro industrial convertido num cluster), respetivamente.

De destacar, também, as duas exposições que decorreram em São Paulo e Londres, integrando dois eventos de renome em ambas as capitais: - a ‘São Paulo Design Weekend’ e o ‘London Design Festival’. São Paulo, forte plataforma do mercado emergente brasileiro, acolheu uma exposição de design de equipamento enquanto que em Londres, uma das mais competitivas capitais do mundo, foi apresentada uma exposição na área do design gráfico. A aposta nestes mercados revelou-se essencial para comunicar internacionalmente o carácter inovador e contemporâneo do design português, dando a conhecer a excelência de uma nova geração de designers nacionais.

O ANO EM REVISTA: PORTUGAL VENTURES APOSTA NAS JOSEFINAS

A Portugal Ventures anunciou a conclusão de uma ronda de investimento na marca portuguesa de sabrinas Josefinas. O financiamento foi realizado no

âmbito do Programa +Inovação +Indústria (programa de investimento de capital de risco em setores tradicionais da economia nacional que pode chegar

aos 1,5 milhões de euros).

A Portugal Ventures é uma sociedade de capital de risco que foca a sua política de investi-

mento em projetos inovadores de base científica e tecnológica, bem como em empresas com projetos de expansão internacional e no setor do turismo.

marcas



Portugal By Design

Lançado no âmbito do Ano do Design Português, Portugal by Design é uma publicação bilingue que traça o retrato do design nacional através de 95 projetos, numa edição limitada a 2000 exemplares. O resultado, como afirma Guta Moura Guedes, comissária do Ano do Design Português, é uma “imagem impressionante da enorme vitalidade, pluralidade e qualidade que o design nacional apresenta neste momento. O livro traz-nos a força de um grupo de criadores, autónomos, independentes, versáteis, mas também contribui para construir uma nova percepção sobre um país que, de forma cada vez mais expressiva, se destaca pelo seu posicionamento na área das indústrias culturais e criativas”.

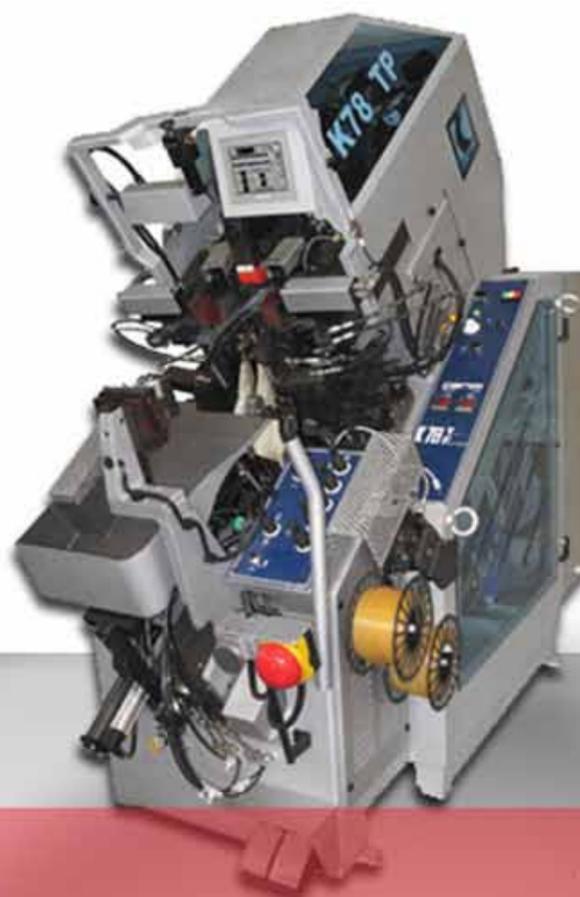


TECMACAL
INDUSTRIAL SOLUTIONS

NOVA CERIM K78 TP sem necessidade de injectores

- pré-preparada para cola à base de água;
- tecnologia de boquilha para aplicação de cola;
- programação por touch-screen;
- mudança super rápida de bico fino para bico largo através de regulação automática (máx. 3min)
- sistema Goodyear incorporado;
- economia em consumos de cola e energia;
- pinças nº2 motorizadas;
- duplo apoio de bico;
- movimento da cabeça programável;
- prato programável.

A TRADIÇÃO ENCONTRA A ALTA TECNOLOGIA



Rua dos Combatentes do Ultramar
ZI nº 1, 3700-089 S. J. da Madeira - Portugal
Tel.: +351 256 200 480
Fax: +351 256 832 059
E-mail: tecmacal@tecmacal.pt

www.tecmacal.pt

CURSO EXECUTIVO LEADING TO GROW

Giving you the tools to
grow your business

Destinado a **líderes de PMEs** (proprietários ou gestores) que se encontram a crescer ou com potencial de crescimento, **Leading to Grow** tem dois vetores de intervenção: o líder e a empresa. Intervindo no desenvolvimento pessoal do proprietário/gestor no que respeita às suas características de liderança tem como objetivo final a **inovação** e **crescimento** do negócio, aumentando a produtividade e rentabilidade.

Key benefits:

- Tornar-se num líder melhor;
- Desenvolver a empresa;
- Aumentar os lucros da empresa;
- Melhorar a capacidade de tomada de decisões;
- Aumentar volume de negócios;
- Melhorar a eficácia das decisões;
- Aumentar a influência no seu próprio negócio;
- Melhorar a relação com os seus colaboradores;
- Delegar mais.

Curso desenvolvido pela
Lancaster University
Management School
1º Programa em Portugal

Início: ABRIL 2016



Action learning



Online forum



Shadowing & exchange



Masterclasses and
two modules



Overnight experiential

Mais informações:

Sara Carneiro Pacheco
mpacheco@porto.ucp.pt
T. 226 196 260

www.catolicabs.porto.ucp.pt



CATÓLICA PORTO
BUSINESS SCHOOL

Programa desenvolvido em parceria com:



Lancaster University
Management School

O ANO EM REVISTA: BPI APOIA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS

O BPI e a APICCAPS celebraram um protocolo de cooperação que visa apoiar as empresas de setor. Ao abri-

go desta parceria, o BPI irá cooperar com a APICCAPS em temas de interesse mútuo e de apoio aos seus Associa-

dos sobretudo nos domínios da exportação e de oportunidades abertas pelo Portugal 2020/Horizonte 2020.

internet

As redes que vieram para ficar

Com a proliferação da internet, o comércio como o conhecíamos tenta adaptar-se às crescentes mudanças nos padrões de consumo. O lançamento das lojas online foi o passo mais lógico para a maioria das grandes marcas. No entanto, a presença nos blogs pessoais e redes sociais começou a ser um passo obrigatório para quem quer vencer no mercado. Não é um fenómeno passageiro, nem uma moda de meses como muitos ditam. As redes sociais estão aí e vieram para ficar. O que não é tão certo nesta equação são quais as plataformas que se aguentam à proliferação contínua da tecnologia e do mundo virtual. Todos os dias mais aplicações e mais plataformas sociais virtuais surgem no mercado, tornando a concorrência apertada. O Facebook lidera a maioria das escolhas, como a rede social mais

atractiva e mais utilizada no mundo inteiro. Mas há outra rede social que tem vindo a ganhar força no mercado. O Instagram ganha adeptos a cada dia que passa. Com características técnicas muito específicas – dedicada a fotografias e vídeos pequenos – esta rede prima pela escassez de texto e pela invasão de imagens. Ainda recentemente, a revista internacional Harpers Bazar destacou algumas das figuras internacionais que auferem autênticas fortunas nesta rede social. Uma das irmãs de Kim Kardashian, Kendall Jenner, assegurou a foto com mais likes no Instagram em 2015. Jenner teve 3,3 milhões de ‘gostos’ numa das suas fotos do Instagram, rede social na qual a jovem tem 44 milhões de seguidores. E com tantos seguidores, Kendall, com apenas 20 anos, lucra entre 125 mil a 300 mil dólares por cada publicação sobre

marcas, roupa e beleza. No final de 2015, a rede social tinha atingido a barreira dos 400 milhões de utilizadores em todo o mundo, ultrapassando pela primeira vez o Twitter (300 milhões de utilizadores). Cerca de 75% dos utilizadores estão fora dos Estados Unidos, e todos os dias são partilhadas 80 milhões de fotos na rede social. Entre os mais recentes 100 milhões de utilizadores, metade vive na Europa e na Ásia. E o Brasil, o Japão e a Índia destacaram-se nas novas adesões. Lançado há cinco anos, o Instagram foi comprado em 2012 pelo Facebook por mil milhões de dólares (764 milhões de euros). O estudo “US Social Trends for 2016: Video, Viewability, Buy Buttons, Messaging and More”, realizado pela eMarketer, mostra que a tendência é para manter em 2016 a divulgação através das redes sociais,



com as estimativas a apontar para que 88,9% das empresas com 100 ou mais colaboradores utilizem as plataformas sociais para atingir os objetivos de marketing. Segundo a ACEPI (Associação da Economia Digital) “o Facebook e

o Twitter vão continuar a liderar entre as redes sociais favoritas das empresas norte-americanas, mas o Instagram também ganha popularidade, e vai continuar a crescer a um ritmo rápido durante o próximo ano”.

Inovação, Garantia e Excelência ao serviço da Indústria do calçado



CORTE AUTOMÁTICO DE COURO

Centenas de milhares pares de calçado são cortados diariamente por máquinas de jacto de água desenvolvidas e fabricadas pela CEI. O encaixe de peças feito integralmente por computador e a velocidade de corte, fazem com que os equipamentos de corte CEI sejam líderes no mundo.



SOLUÇÕES ROBOTIZADAS

A Robotização na produção de calçado é um passo essencial para que esta indústria se mantenha competitiva dentro do espaço Europeu. Após a experiência adquirida pela empresa na Indústria Automóvel, a CEI desenvolveu várias soluções robotizadas para o calçado, combinando as tecnologias Laser, Jacto de água e ultrasons.



CARDAGEM DE CALÇADO POR LASER

A cardagem por laser é a mais recente tecnologia desenvolvida pela CEI para a Indústria de calçado. Como principais vantagens desta nova tecnologia, podemos referir:

- A possibilidade de cardar qualquer tipo de configuração;
- A elevada precisão;
- O baixo tempo de cardagem por sapato;





REPUBLIC OF TURKEY
MINISTRY OF ECONOMY

Turkey

Discover
the potential



UR-GE



O Couro da Turquia

29 Fevereiro - / 26-27
1 Março 2016 / Setembro 2016

São João
da Madeira
"Oliva Creative Factory"

3-4 Março 2016
29-30 Setembro 2016
Felgueiras
"Mercado Municipal"