

Notícias

234
julho/agosto 2016

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

3

SETOR

Primeiro-Ministro elogia
setor do calçado

5

MERCADOS

À conquista
das “américas”

9

EXPORTAÇÕES

Exportações de calçado crescem
pelo terceiro ano consecutivo

13

WORLDFOOTWEAR

China perde
protagonismo



O BANCO LÍDER DAS PME.

**Nº1 em adesões a PME Líder
pelo 8º ano consecutivo**
2.013 PME Líder 2015
aderiram via BPI

**Nº1 em adesões a PME Excelência
pelo 7º ano consecutivo**
596 PME Excelência 2015
aderiram via BPI

Conheça as condições especiais do BPI para PME Líder
em qualquer Balcão ou Centro de Empresas BPI
ou em bancobpi.pt/empresas

Dados IAPMEI e Turismo de Portugal
a 1 de Fevereiro de 2016



JOSEFINAS LANÇA CARTEIRA

Sophie Lauren deu o mote de inspiração para mais uma novidade na marca Josefina. Depois das icónicas sabrinhas e dos sneakers

com aplicações, a marca portuguesa acaba de lançar uma carteira. Sophie é a primeira mala da marca portuguesa pro-

duzida em pele genuína, com um forro interior rosa, alça removível, ajustável e feita à mão. Com dois tamanhos disponíveis,

esta carteira “é muito mais do que uma mala: é uma mulher que não tem medo de ser poderosa, mesmo vestida de cor-de-rosa”.

setor

Primeiro-Ministro elogia a indústria de calçado

- Kyaia exporta tecnologia

“Senti que agora era a altura de ir a Paredes de Coura ver como funciona a Fly London, uma empresa de referência do setor. Vim cá para aprender”. Foi assim que o Primeiro Ministro iniciou a visita à Kyaia. No âmbito do lançamento do projeto SmartSL 4.0, António Costa visitou as instalações da empresa em Paredes de Coura e tomou o pulso ao setor do calçado.

O SmartSL 4.0 - Smart Sticking Logistics é o primeiro resultado da parceria entre a Kyaia e o INESC TEC (Instituto de Engenharia de Sistemas e Computadores, Tecnologia e Ciência), e tem como principal objetivo a gestão ágil e flexível de linhas de costura para produção de calçado. Esta solução inovadora incorpora algoritmos avançados de balanceamento e sequenciamento da produção, assim como uma interface web para uma gestão eficiente das linhas de produção de costura e pré-costura, obtendo uma afeção dinâmica do trabalho aos postos. É, assim, possível a produção de calçado customizado num ambiente de elevado mix de modelos em pequenas quantidades com uma redução

efetiva do stock e entrega mais rápida de encomendas. O cálculo de indicador-chave de gestão para medição do nível de desempenho da linha produção é efetuado de forma automática, sem intervenção dos operadores, avaliando em tempo real os objetivos definidos. O SmartSL é um avanço significativo em relação às soluções existentes no mercado com aplicação efetiva do paradigma da indústria 4.0.

Celebrando uma parceria de quase 20 anos, a Kyaia e o INESC TEC assinaram há um ano um contrato-programa que tem como objetivo promover atividades de investigação e desenvolvimento tecnológico, em particular nas áreas de planeamento e logística, gestão de cadeias de fornecimento, customização de produtos, organização da produção e sistemas de gestão empresariais.

Este protocolo confere um novo impulso à colaboração de longa data entre a Kyaia e o INESC TEC, que tem contribuído ativamente para a melhoria da produtividade do setor do calçado desenvolvendo novos métodos de produção e sistemas inovadores.



À conquista das “américas”

É a cidade de todos os sonhos, a metrópole que nunca dorme, o auge do ‘american dream’ e um local onde os desejos não têm limites. Muito se poderia dizer sobre a imponência do cenário, mas Nova Iorque, a cidade mais cosmopolita do mundo, é cada vez mais um palco para as empresas portuguesas.

Os EUA são o quinto maior cliente de produtos nacionais e representam mais de 5% das exportações. Em 2015, 2734 empresas nacionais exportavam para a maior economia do mundo. No entanto, os produtos lusos representam pouco mais de 0,1% no ranking das exportações do país.

Segundo Robert Sherman, embaixador dos EUA em Portugal, o interesse no que é nacional vai muito para além das comunidades portuguesas no país e chega mesmo aos clientes nacionais. “Os produtos portugueses são muito bons e os consumidores americanos estão ansiosos para ter acesso a eles”.

Para o setor do calçado, este é um mercado prioritário. Os EUA são o maior importador mundial de calçado e, na globalidade das exportações, representam cerca de 26% do mercado global de calçado – em cada dez pares de sapatos, oito vêm da China. Mas, nos últimos cinco anos o calçado português duplicou as exportações para terras do “Tio Sam”. Em 2015 as exportações para o país atingiram os 67,5 milhões de euros. Em 2016, no primeiro semestre, voltaram a aumentar de forma expressiva: mais 14% para 34 milhões de euros.

Números que têm incentivado cada vez mais empresas de calçado a investir no mercado. Num primeiro momento, através da participação em eventos da especialidade, em Las Vegas e Nova Iorque e, mais recentemente, com a abertura de lojas.

Segundo Rui Boavista Marques, da AICEP Portugal Global, “este é um grande mercado e as empresas portuguesas têm vindo a conseguir ganhar quota de mercado de uma maneira que nunca aconteceu no passado. Neste últimos anos, mais do que duplicamos as exportações para os Estados Unidos. Passamos de mil milhões, para 2,5 mil milhões. Um dos setores que mais tem crescido é o do calçado. Só no ano passado cresceu 45%, tem vindo sempre a crescer entre 50 a 70% por ano e tem sido um dos setores que mais tem aproveitado as oportunidades de mercado dos Estados Unidos.”

Nova Iorque, em particular, é um atrativo de consumidores onde vivem pessoas de todo o planeta e consumidores de todos os estratos e estilos. Só no estado de Nova Iorque vivem perto de 8 milhões de pessoas, consumidores que podem, cada vez mais, pisar lojas portuguesas em território americano. É o caso da Fly London que abriu a primeira loja na América há dois anos e já é um fenómeno de vendas. Segundo o responsável da marca em NY Craig Johnson, “os sapatos apresentam uma elevada qualidade: são bem produzidos e com um elevado nível”.

Mais do que um ponto

de vendas que abraça o mundo num só estado, a magia de Nova Iorque está a inspirar jovens criadores e marcas portuguesas. A Josefina acaba de cruzar o Atlântico e de abrir a primeira loja na grande metrópole. “Resolvemos apostar em Nova Iorque, porque sempre foi uma cidade de que gostávamos muito. Queremos cativar mais pessoas a utilizarem os nossos produtos e, por isso, quisemos criar no bairro nova iorquino um espaço mágico. Simbolizamos lá todos os nossos sonhos e expectativas”.

Nova Iorque impõe-se como um mercado de tendências a nível mundial, e as exportações portuguesas para a América são um espelho disso. São marcas que partiram à conquista. Mas muitas mais estão para chegar.

Uma oportunidade transatlântica

A assinatura do Tratado Transatlântico (TTIP), inicialmente prevista para o final deste ano, entre a União Europeia e Washington, poderá reduzir as taxas aduaneiras e aumentar as exportações. “Espero, naturalmente, que o acordo seja contratualizado. Se não for, o nosso conselho é que as empresas não esqueçam este mercado. Claro que com a assinatura do TTIP passaremos a beneficiar de taxas aduaneiras mais reduzidas. Será uma situação ainda mais competitiva que não deveremos descurar. Mas, com ou sem TTIP, as empresas devem investir nos EUA e nas oportunidades que o mercado oferece”.



MANUAL DE APOIO AO INVESTIMENTO

A Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento (FLAD) lançou o “Manual de Apoio à Internacionalização para os Estados Unidos da América”.

Um documento-guia destinado às pequenas e médias empresas que querem investir no mercado americano. “Pretendemos ajudar a prepa-

rar um número cada vez maior de empresas para que, quando enfrentarem o mercado americano, o façam de forma tão sólida quanto bem-sucedida. Os EUA

são um mercado essencial para um país simultaneamente europeu e atlântico como é o nosso”, explicou Vasco Rato, presidente da FLAD.



mercados




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

LUÍS ONOFRE LANÇA CALÇADO DE HOMEM

É a grande novidade da marca para 2017 e o grande destaque da próxima theMicam. Luís Onofre prepara-se para lançar uma linha exclusiva de sapatos para homem.

“Quis fazer algo com que me identificasse. Será uma linha desportiva e clássica, muito sóbria, bastante básica, com cores neutras, nada escandaloso: o oposto com-

pleto à coleção de senhora”. Além da aposta no design e na qualidade dos materiais, a nova linha tem a particularidade de tornar os homens mais altos. “Os sapatos te-

rão pequenas compensações de altura que permitem, de forma subtil e dissimulada, elevar a altura do homem em três ou quatro centímetros.”

feiras
Novo recorde na theMicam

A estreia de Fátima Lopes

A próxima edição da theMicam marca a estreia da criadora portuguesa em certames internacionais da especialidade. Depois do lançamento de cinco coleções de calçado, na sequência da parceria com a empresa industrial Jóia da Europa, a criadora aposta agora na internacionalização da marca. A partir de setembro a marca Fatima Lopes viajará pelas principais feiras do setor. “O calçado sempre foi uma paixão muito grande. Consegui agora concretizar um sonho de 20 anos”, sublinhou a criadora.

A estilista apresenta na theMicam a coleção primavera/verão 2017. “A Fátima Lopes Calçados divide-se, essencialmente, em duas grandes linhas: Fátima Lopes, uma linha sofisticada, e a FL, dirigida a um público mais vasto, jovem e casual. A aposta será no conforto”. Por isso mesmo, a aposta para a estação quente são modelos rasos e saltos compensados.



Portugal continua a reforçar a presença na maior feira de calçado do mundo. 98 empresas vão integrar a comitiva nacional na theMicam, que se realiza de 3 a 6 de setembro próximo, e MIPEL (feira de acessórios). Trata-se da maior presença de sempre do setor num evento no exterior

A presença na theMicam insere-se na estratégia

promocional definida pela APICCAPS e AICEP, com o apoio do Programa Compete 2020, e que visa consolidar a posição relativa do calçado português nos mercados externos.

Sensivelmente 190 empresas da fileira do calçado estão a participar, desde o início do ano, num megaprograma de promoção à escala internacional, que se traduzirá na presença em

mais de 60 dos mais prestigiados fóruns internacionais da especialidade.

Recorde de participações

No início de setembro, em Milão, Portugal registará a maior presença de sempre num evento no exterior. Ao todo, as 98 empresas portuguesas (o anterior recorde era de

94 empresas, precisamente na theMicam) respondem por mais de oito mil postos de trabalho e sensivelmente 500 milhões de euros de exportação.

A promoção comercial externa é, de resto, a primeira das prioridades para a indústria portuguesa de calçado, que coloca no exterior mais de 95% da sua produção. A presença na maior e

mais prestigiada feira de calçado do mundo será, uma vez mais, da maior importância. Ao todo, mais de 1.600 expositores, de aproximadamente 50 países, e mais de 40 mil visitantes profissionais marcarão presença na feira de Milão. Portugal voltará a ser a segunda maior delegação estrangeira na feira, sendo apenas superado pela Espanha.



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

PAEZ LANÇA LINHA DE SANDÁLIAS

A famosa marca de alpercatas acaba de lançar uma linha de sandálias. O novo modelo AIR mantém a

sola em corda, uma ligação aos traços singulares da marca. Foram criados quatro modelos: dois em

ganga, um em linho e outro inspirado no estilo navy. Atualmente, a marca tem

duas lojas oficiais em Lisboa, uma no Porto e cerca de 80 pontos de venda, espalhados pelo país.

exportações

Exportações de calçado crescem pelo sétimo ano

Portugal exportou, no primeiro semestre de 2016, 40 milhões de pares de calçado, no valor de 902 milhões de euros. Relativamente ao ano anterior, há a registar um crescimento de 1,8%. A confirmarem-se estes valores até final do ano, 2016 será o sétimo ano de crescimento do calçado português nos mercados externos.

Desde 2009, as vendas

de calçado português nos mercados internacionais aumentaram mais de 50%, passando de 1.200 milhões para praticamente 1.900 milhões de euros no final do último ano.

Na primeira metade de 2016, o calçado português cresceu em praticamente todos os mercados relevantes. Na UE assinala-se um acréscimo de 2,8%, fruto dos bons desempenhos em países como

França (mais 1,5%, para 196 milhões de euros), Holanda (mais 0,4% para 129 milhões de euros), Espanha (mais 8%, para 93 milhões de euros) e Reino Unido (mais 7%, para 61 milhões de euros).

Fora do espaço europeu, as já esperadas quedas em Angola (menos 61%, para 5 milhões de euros) e Rússia (quebra de 15%, para 8,5 milhões de euros), foram compensadas

pelos crescimentos nos EUA (mais 14%, para 34 milhões de euros), China (perfila-se já como um dos mercados extracomunitários mais relevantes para o calçado português, com um crescimento de 30%, para 7 milhões de euros na primeira metade de 2016) e Austrália (mais 24%, para 6,5 milhões de euros).

Recorde-se que o calçado português exporta

praticamente toda a sua produção para 152 países nos cinco continentes.

Ainda no domínio do comércio internacional, destaque, uma vez mais, para o bom desempenho do setor de artigos de pele e marroquinaria. No primeiro semestre do ano, as vendas nos mercados externos aumentaram 14%, para um total de 85 milhões de euros.

The best components you will never see.



www.lusocal.com



7 ANOS DE EXCELÊNCIA
2009 - 2015

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 – SIMPLES – 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



Katty Xiomara e Miguel Vieira vão apresentar as coleções na Semana de Moda de Nova Iorque. Depois de 15 anos sem participar

num dos maiores eventos da especialidade do mundo, o Portugal Fashion volta a representar a moda nacional na capital americana com

dois desfiles. Será a 12 e a 13 de setembro, respetivamente, que os estilistas vão apresentar a coleção de primavera/verão

2017, no Pier 59 Studios. Depois de Nova Iorque, o Portugal Fashion vai 'desfile' por Londres, Milão e Paris.

indústria

Arcopédico desenvolve estudo inovador



Depois de mais de 50 anos a produzir calçado anatómico, a Arcopédico decidiu voltar para os laboratórios e dedicar-se à investigação de novas tecnologias de conforto pensadas para cada país e clientes dos 5 continentes. Mas para isso foi necessário conhecer a base plantar da maioria da população mundial.

O projeto Star Shoes, em curso, convidou 2.400 clientes de 19 países a deixarem impressos os pés em caixas fenólicas.

As caixas já estão na posse da Ropar, que a partir daqui irá traçar um mapa mundo dos pés dos habitantes do globo. O objetivo do estudo é aproximar a produção a um nível cada vez mais real dos clientes em todo o mundo.

Os resultados da investigação serão objeto de uma nova patente e irá permitir lançar um novo produto inovador para o mercado.

50 anos depois da sua

fundação, a empresa quer voltar a fazer história com a criação de um sapato onde o conforto é 100 % comprovado pela ciência.

E comemora 50 anos de existência

A Arcopédico, do grupo Ropar com sede em Vila do Conde, comemora, em 2016, 50 anos de existência ao serviço do mercado de calçado de

conforto a nível mundial.

A marca portuguesa produz 600 mil pares de calçado por ano e soma vendas anuais de 13 milhões de euros em 51 mercados dos 5 continentes.

A empresa, detentora da marca Arcopédico, foi lançada depois de anos de trabalho, milhares de horas de investigação e centenas de testes do cientista italiano Elio Parodi. Um inventor nato que revolucionou a histó-

ria mundial do calçado de conforto.

Foram os estudos à planta do pé que deram origem à impulsão da Ropar e da marca Arcopédico.

Élio Parodi, natural de Itália, serviu-se da formação em Engenharia Química e Medicina Biológica para desenvolver uma sola que permite o correto apoio do arco do pé. A invenção foi patenteada em 1966 e serviu de impulso à marca Arcopédico.

APICCAPS apresentou World Footwear na Alemanha

China perde protagonismo **W**

A GDS, na Alemanha, foi o «pano de fundo» para a apresentação do novo World Footwear Yearbook. O mais poderoso barómetro da indústria de calçado a nível mundial, da responsabilidade da APICCAPS, foi apresentado a profissionais de mais de 70 países.

Em traços gerais, a produção mundial de calçado diminuiu, ainda que ligeiramente, em 2015 (0,4%) para 23 mil milhões de pares de calçado. Desses, 87% foram produzidos no continente asiático. Surpreendente, revelou-se, o facto de a China perder peso relativo (queda da produção de 5% em 2015) para outros “players”, nomeadamente asiáticos. O peso da China é, mesmo, o mais baixo dos últimos cinco anos (59,1%), um sinal dos tempos, que parece indiciar um novo quadro competitivo à escala internacional. A Europa respondeu, em 2015, por 4% da produção mundial de calçado.

Ao nível das exportações em quantidade, o continente asiático mantém a liderança (quota de 85%), mas em valor a realidade é distinta e ascende, nesta altura, a apenas 64% do total. Com efeito, em valor, oito dos 15 principais “players” mundiais são europeus, numa prova de que a Europa prevalece na liderança da comercialização de calçado. No segmento de couro, o fenómeno é ainda mais acentuado: os três principais produtores europeus (Itália, Espanha e Portugal) ultrapassam a China e representam 23% do total.

No plano do consumo, a nota de maior destaque reside no facto de apenas quatro mercados (China, EUA, UE e Índia) serem responsáveis por uma quota de 54%.

Portugal continua a reforçar o seu estatuto de prestígio no plano global. Entre os principais produtores à escala mundial, apresenta mesmo o 2.º maior preço médio de exportação, apenas sendo superado pela Itália. Recorde-se que a migração da produção para segmentos de maior valor acrescentado é o grande objetivo do setor, consagrado no mais recente Plano Estratégico FOOTure2020: “Ser a referência internacional da indústria de calçado, pela sofisticação e pela criatividade, reforçando as exportações portuguesas alicerçadas numa base produtiva nacional, sustentável e altamente competitiva, fundada no conhecimento e na inovação”.

World Footwear Yearbook

Atualmente na sua sexta edição, o World Footwear Yearbook é uma publicação inserida no projeto World Footwear desenvolvido pela APICCAPS desde 2011, e que analisa as grandes tendências da indústria mundial do calçado.

Com estatísticas atualizadas até ao ano de 2015, e apresentadas em valor e quantidade, a mais recente edição do World Footwear Yearbook apresenta a evolução dos principais players a nível mundial, atendendo às variáveis produção, consumo, exportações e importações. Fazendo uma caracterização detalhada da indústria do calçado mundial em 2015, a publicação inclui, ainda, o perfil individual de dezenas de mercados.

No próximo mês o World Footwear Yearbook será distribuído em mais de 50 países.



ZARA ENFRENTA PROCESSO JUDICIAL

A retalhista espanhola enfrenta um processo judicial interposto por um cliente. A acusação baseia-se na prática de preços

enganosos nos EUA. Depois das compras feitas numa loja Zara no estado da Califórnia, Devin Rose afirma que o preço foi

inflacionado. A ação judicial, avaliada em 5 milhões de dólares, declara que a Zara 'engana' os consumidores

norte-americanos com etiquetas de preços em euros que, quando convertidos, não correspondem ao valor em dólares.

World footwear



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

Director Fortunato Frederico - Presidente da APICCAPS

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

Fotografia capa Óscar Almeida

Conceção Gráfica e Execução salto alto e laborpress

Distribuição Gratuita aos Associados

Tiragem 2 000 exemplares

N.º DL: 366612/13

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



MIGUEL VIEIRA DESENHA TOALHA SOLIDÁRIA

Miguel Vieira criou uma toalha solidária como forma de homenagem aos refugiados. A iniciativa

surtiu em parceria com a plataforma “Um Pingo d’Ajuda” que acaba de lançar a campanha “I

Help With My Towel and You?”. O objetivo da iniciativa é ajudar a PAR - Plataforma

de Apoio aos Refugiados Linha da Frente @Grécia, uma instituição de apoio aos refugiados.

nacional

Parfois quer chegar às 30 lojas na Roménia

A Parfois acaba de inaugurar uma loja na Roménia, aumentando para sete o número de espaços no país. A loja fica situada em ParkLake, o novo centro comercial de Bucareste.

O mercado romeno é prioritário para a Parfois e a marca pretende chegar às 30 lojas nos próximos oito anos. O responsável pela marca na região, Vasco Pereira, lembrou que só este ano a Parfois já abriu três lojas no país, onde está a crescer 22% ao ano. Dados mais do que animadores, que apoiam o forte plano de expansão para o país de leste. “Neste momento, temos sete lojas e o objetivo no mercado é chegar às 25 ou 30 lojas nos próximos cinco a oito anos, o que significa crescer a um ritmo de três a quatro lojas por ano”.

Das sete lojas físicas na Roménia, seis ficam localizadas em centros comerciais da capital, devendo agora a expansão, em regime de ‘franchising’, avançar para algu-



mas cidades secundárias.

A Parfois nasceu em 1994 pela mão de Manuela Medeiros, apostando num design diferenciador e no domínio fast

“fashion”, onde o fluxo constante de novos produtos alimenta as vendas e atrai novos clientes. A fusão entre preço, design e rapidez fez sucesso em Portugal, onde 70% das clientes visita a loja, pelo

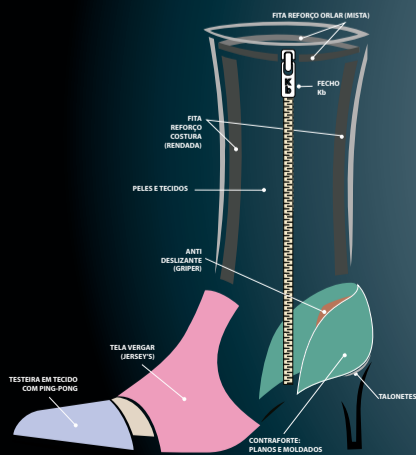
menos, uma vez por mês.

Atualmente, a marca está presente em 60 países com 750 lojas espalhadas pela Europa, América Latina, África e Ásia.

SLATEL®



COMPONENTES PARA A INDÚSTRIA DE CALÇADO, LDA.



25 ANOS

- IMPORTADORES DE TELAS (TODOS OS TIPOS PARA A INDÚSTRIA DE CALÇADO)
- CORTE E FACEAMENTO DE TESTEIRAS E CONTRAFORTES
- CONTRAFORTES EM TELA PLANOS E MOLDADOS
- CONTRAFORTES EM AGLOMERADO DE COURO (PLANOS E MOLDADOS)
- TODO O TIPO DE “JERSEY”
- FITAS DE REFORÇO AUTO-ADESIVAS
- ENTRETelas DE REFORÇO TERMO-ADESIVAS
- FECHOS KB PARA CALÇADO
- ANTI-DESLIZANTE “GRIPPER”
- TECIDOS DE MODA
- PELES DE MODA

www.slatel.com

Rua da Madeira – Zona Ind.º 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



APOIAMOS O SEU PROJETO

SERVIÇOS

- › ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÓMICO-FINANCEIRO DO PROJETO
- › ORIENTAÇÃO SOBRE OPORTUNIDADES DE FINANCIAMENTO
- › ELABORAÇÃO DE CANDIDATURAS AO PORTUGAL 2020 E HORIZONTE 2020
 - Projetos de I&D
 - Projetos de Inovação Produtiva
 - Projetos de Qualificação e Internacionalização
 - Projetos Simplificados – Vales
(Internacionalização, Inovação, Empreendedorismo e I&D)
- › ACOMPANHAMENTO FINANCEIRO DE PROJETOS
- › APOIO À PROPRIEDADE INDUSTRIAL
(Patentes, marcas, desenhos e modelos)

ÁREAS ABRANGIDAS PELOS APOIOS DO PORTUGAL 2020

Marketing - Internacionalização
Formação Profissional - Investigação
Propriedade Industrial - Estratégia
Assistência Tecnológica - Gestão
Economia Digital - Planos de Negócios
Desenvolvimento Tecnológico



A experiência, de mais de 20 anos, na submissão, acompanhamento e execução de candidaturas aos fundos comunitários, aliada ao conhecimento aprofundado no setor, faz do ctcp o parceiro certo para concretizar o seu projeto.

Contacte-nos: www.ctcp.pt | geral@ctcp.pt | 256 830 950



17

KATY PERRY INVESTE EM LINHA DE SAPATOS

Depois de inúmeras estrelas do mundo musical, Katy Perry está a preparar o lançamento de uma linha de sapatos,

em parceria com Giuseppe Zanotti. Desde sandálias a ténis, a cantora promete sapatos que apostam na va-

riação de materiais e de cores.

Além disto, Katy Perry prepara-se também para

lançar uma coleção de acessórios no segundo semestre de 2017, em parceria com a Global Brands Group.

moda

Maria Clara

As repas não passam despercebidas no rosto angelical e jovem de Maria Clara. De riso fácil e sonhos concretos a jovem manequim tem dado passos firmes no mercado internacional. Depois do sucesso na Semana de Moda de Milão, onde a manequim deixou rendidas marcas como Givenchy, Gucci, Valentino e Just Cavali, Maria Clara prepara-se agora para novos desafios. Cabeça e pés na terra são as regras para sonhos que passam... pela capa da Vogue. Para já, protagonizou mais um

editorial da APICCAPS, "Portuguese Soul", na mais prestigiada revista de acessórios de moda do mundo, a Vogue Accessory.

Estás há muito pouco tempo no mundo da moda: apenas dois anos. Começa tudo de maneira muito surpreendente. Conta-nos um bocadinho como é que isto tudo começou.

Tudo começou quando me candidatei, com 15 anos, ao concurso Go Top Model da L'Agence em outubro de 2013.

Nos último meses, começaram a propor-me para trabalhos internacionais e começamos a ter respostas de algumas agências em Milão, Londres, Paris, Nova Iorque e LA.

O teu percurso internacional começa a ser notável, principalmente nas semanas de moda internacionais...

Tem sido uma experiência incrível. As semanas de moda são muito cansativas, mas penso que no fim tudo vale a pena. Toda a adrenalina do backstage é inacreditável:

é uma experiência única, que espero repetir brevemente. Noto que os diretores de casting começaram a olhar para mim de maneira diferente. O facto de fazer um desfile mais importante chama sempre a atenção. Isto é tudo um puzzle: basta ir juntando as peças.

Em dois anos conseguiste muitos objetivos. Como vêes esta ascensão tão rápido?

É verdade. Tem sido bastante rápido. Tento manter os pés assentes na terra, mas o caminho é

construído pouco a pouco. Claro que sei que há sempre coisas que posso melhorar para tentar chegar mais longe. Com paciência ... vou lá chegar

E quais são os próximos passos?

Essencialmente uma boa campanha. Adoro fotografias, principalmente editoriais e campanhas. Adorava chegar a um aeroporto e ver a minha cara com uma marca. Além disso, e já disse muitas vezes, adorava ser capa da Vogue. É o meu sonho.

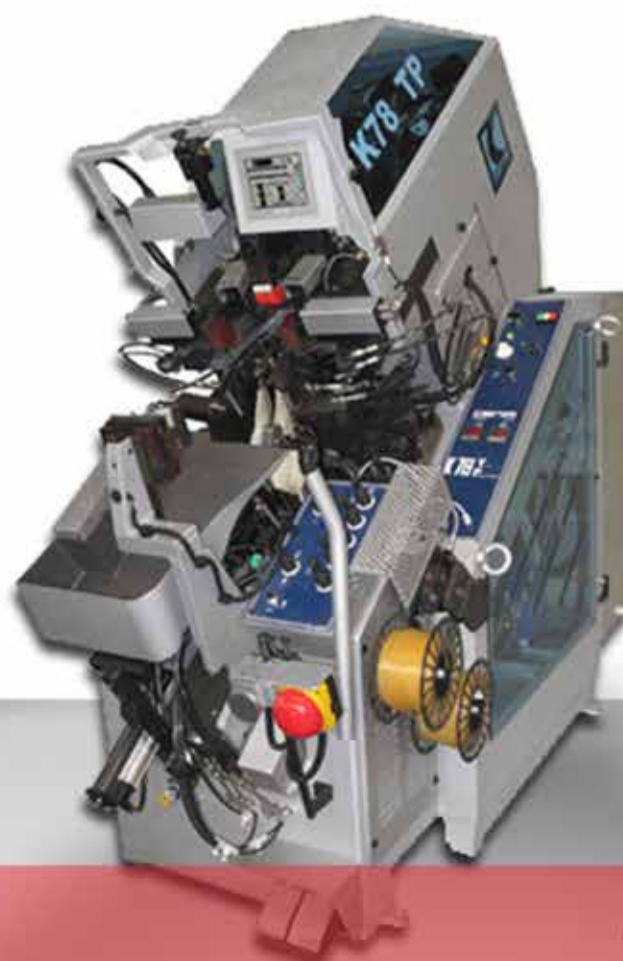


TECMACAL
INDUSTRIAL SOLUTIONS

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



Calçado português “arrasa” na ColombiaModa

O calçado português viajou pelo terceiro ano consecutivo para a América Latina. Em Medellín, na ColombiaModa, o ADN sensual, irreverente e ousado da indústria de calçado tem conquistado cada vez mais clientes. A prova disso é o aumento consistente das exportações para o país: nos primeiros seis meses de 2016, as vendas de calçado português para a Colômbia aumentaram 46%.

Em julho, 11 empresas nacionais participaram na maior feira da América Latina e reforçaram a abordagem a todo o continente sul-americano. Na Colômbia, as empresas nacionais pretendem conquistar o mercado nacional e carimbar o passaporte para os países vizinhos. Chile, Peru, Panamá perfilam-se no topo da lista das prioridades das empresas nacionais.

Ambitious, Centenário, Cloud, Cubanas, Flex & Go, J Reinaldo, Mocc's e Nobrand repetiram a experiência na

Semana da Moda da Colômbia e dão já passos firmes no mercado latino.

Mas a comitiva nacional também foi recheada com empresas que acabam de aterrizar em Medellín. Creator, Eurovilde e Relance Very Me estrearam-se no certame. Para Pedro Ferreira, da Creator, o objetivo da marca é diversificar os mercados europeus: “estamos essencialmente presentes em países nórdicos. A Colômbia é um mercado interessante para a nossa marca, principalmente por estar próximo de países como o Equador e o Perú”.

Para além da presença na feira, o calçado português dispensou apresentações na passerelle principal da Semana da Moda. Um desfile coletivo, com as marcas de calçado nacionais, encheu a Plaza Mayor com oito centenas de jornalistas e compradores internacionais que não pouparam elogios a uma indústria que, ano após

ano, vai conquistando cada vez mais terreno na América Latina.

Felipe Espinosa, produtor de moda colombiano, acredita que os sapatos portugueses têm o ADN certo para o mercado latino: “a indústria portuguesa é extremamente arrojada e combina três elementos que considero fundamentais: tradição, técnica e design. É notória a presença da componente de moda aliada ao uso de materiais e técnicas artesanais. Vai ser um sucesso na Colômbia”.

A aposta portuguesa na Colômbia iniciou-se logo nos primeiros meses de 2014. Fruto deste esforço e investimento, as exportações portuguesas de calçado para a América Latina duplicaram nos últimos três anos. Para a Colômbia ascenderam, no final de 2015, a 1,9 milhões de euros, praticamente dez vezes mais do que o início desta “ofensiva promocional”.

ARCOPÉDICO INVESTE NA AMÉRICA LATINA

Ainda que não tenha estado presente na ColombiaModa, a Arcopédico tem em marcha um plano de expan-

são no mercado latino. Segundo Jorge Rincon, distribuidor da marca na Colômbia, os países latinos

são a prioridade da empresa: “começamos há um ano e meio a distribuição da Arcopédico no Panamá

e estamos prestes a entrar no Chile, Colômbia, Costa Rica, Peru, Porto Rico e Uruguai”.

promoção



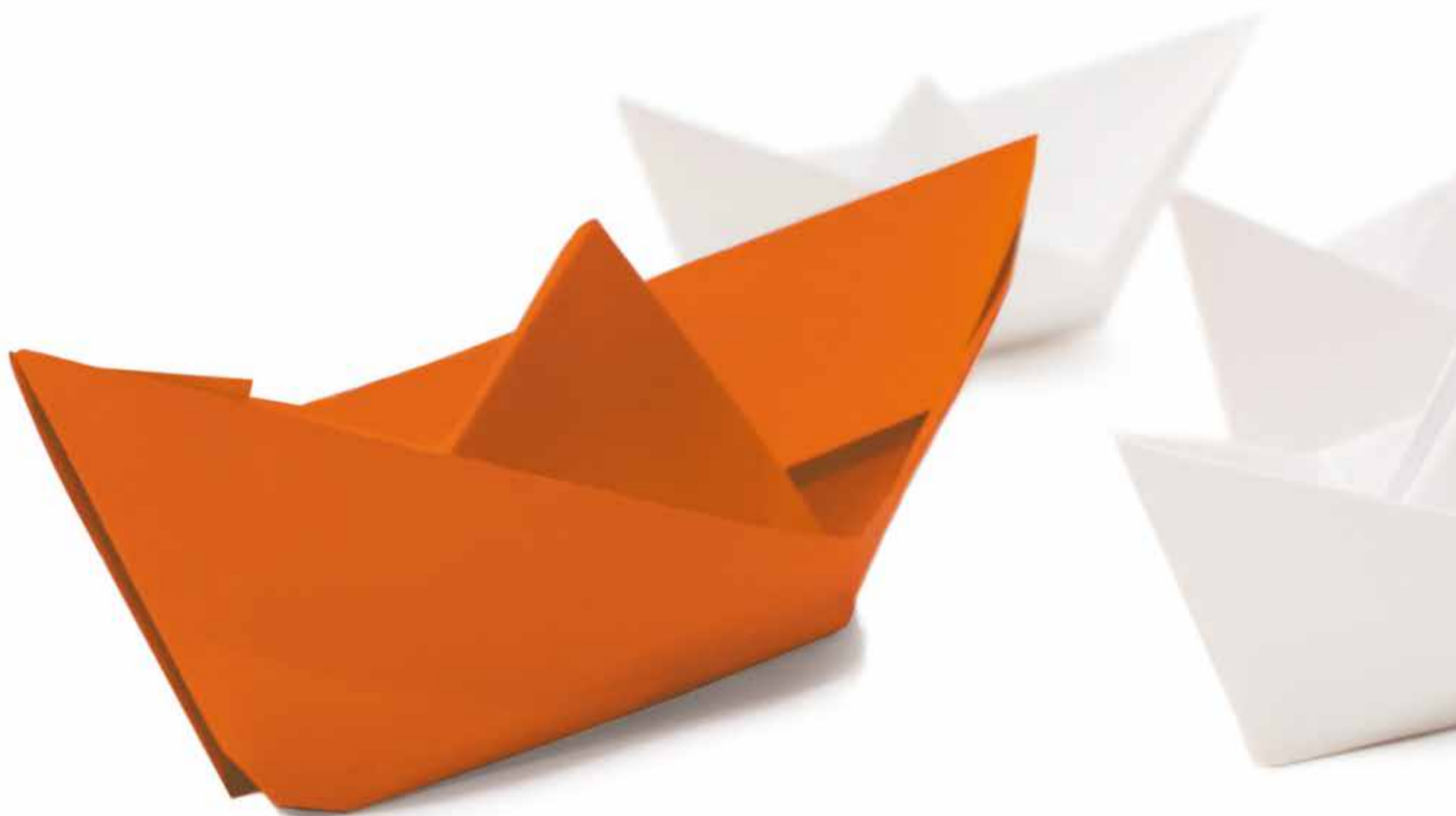
ColombiaModa em expansão

Segundo a Inexmoda, a entidade responsável pela organização do evento, “a ColombiaModa reúne a oferta mais completa de moda do país, agrupando num só espaço calçado, vestuário, espaços de negócios, espaço de tendências e desfiles de moda”.

A edição de 2016 fechou com um número recorde de 50 mil visitantes

nos três dias do evento, dos quais 12.300 compradores oriundos de 55 países. A ColombiaModa chegou ao fim com as expectativas de negócio avaliadas em cerca de 399 milhões de dólares, um crescimento de 17% em relação a 2015. Esta dinâmica de crescimento apenas foi possível graças ao aumento de 21% dos compradores, oriundos do México, Costa Rica, Estados Unidos e Equador.

IMPORTAMO-NOS COM QUEM EXPORTA



Num mercado cada vez mais global, as melhores oportunidades de negócio estão muitas vezes além-fronteiras. É por isso que a COSEC está sempre onde estiver o seu negócio.

Presente em 5 continentes e em 52 países através da rede internacional Euler Hermes, a COSEC disponibiliza um vasto leque de soluções de Seguro de Créditos para apoiar a atividade comercial e a internacionalização das empresas portuguesas. Se quer chegar mais longe de forma mais segura, escolha o líder de mercado. **Só tem a ganhar.**

AO SEU
LADO
**EM TODO
O LADO**

Contacte-nos: 217 913 700 | E-mail: cosec@cosec.pt | [www cosec pt](http://www.cosec.pt)

COSEC – Companhia de Seguro de Créditos, S.A., sociedade anónima de seguros, com sede em Avenida da República, 58 – 1069-057 LISBOA, autorizada pelo Instituto de Seguros de Portugal a exercer atividade nos Ramos Não Vida - Crédito e Caução. Matriculada na Conservatória do Registo Comercial de Lisboa sob número único da matrícula e de identificação fiscal n.º 500726000, com o capital social de € 7.500.000,00.



MUSEU DO DESIGN E DA MODA ENCERRA COM PROGRAMAÇÃO “FORA DE PORTAS”

O Museu do Design e da Moda (MUDE) anunciou o encerramento provisório para requalificar o edifício, mas continuará a

atividade com exposições dentro e fora de Lisboa. O objetivo é promover a programação “Fora de Portas”, uma iniciati-

va que completa várias exposições por diferentes espaços da capital. Inaugurado em 2009 o museu já recebeu

1.920.499 visitantes, apresentou 58 exposições, 177 eventos e 39 edições relacionadas com o acervo de moda e design.

mercados

Zippy avança para Ucrânia

A Sonae está a reforçar a presença na Ucrânia através da expansão da Zippy, em parceria com a Argo. O acordo entre ambas as empresas já permitiu a abertura de sete espaços da Zippy nas lojas multimarca do retalhista internacional.

No entanto, a empresa prevê a

abertura de mais dois espaços durante o segundo semestre do ano.

Segundo Joana Ribeiro da Silva, administradora da Sonae SR e da Zippy, “a estratégia de crescimento da Zippy assenta na internacionalização, com forte aposta em formatos capital light, nomeadamente

em acordos de franchising, wholesale e soluções store-in-store. Este acordo com a ARGO é mais um passo na nossa estratégia de crescimento, que pretende posicionar a Zippy como uma marca global. Hoje, os nossos produtos estão disponíveis em cerca de 40 países e é nossa ambição estar presente

em cada vez mais famílias, por todo o mundo”.

Com este acordo, a Ucrânia torna-se o segundo país europeu a receber corners da Zippy em lojas de retalhistas. Em Espanha, a marca de moda infantil conta já com 15 espaços em parceria com o El Corte Inglés.



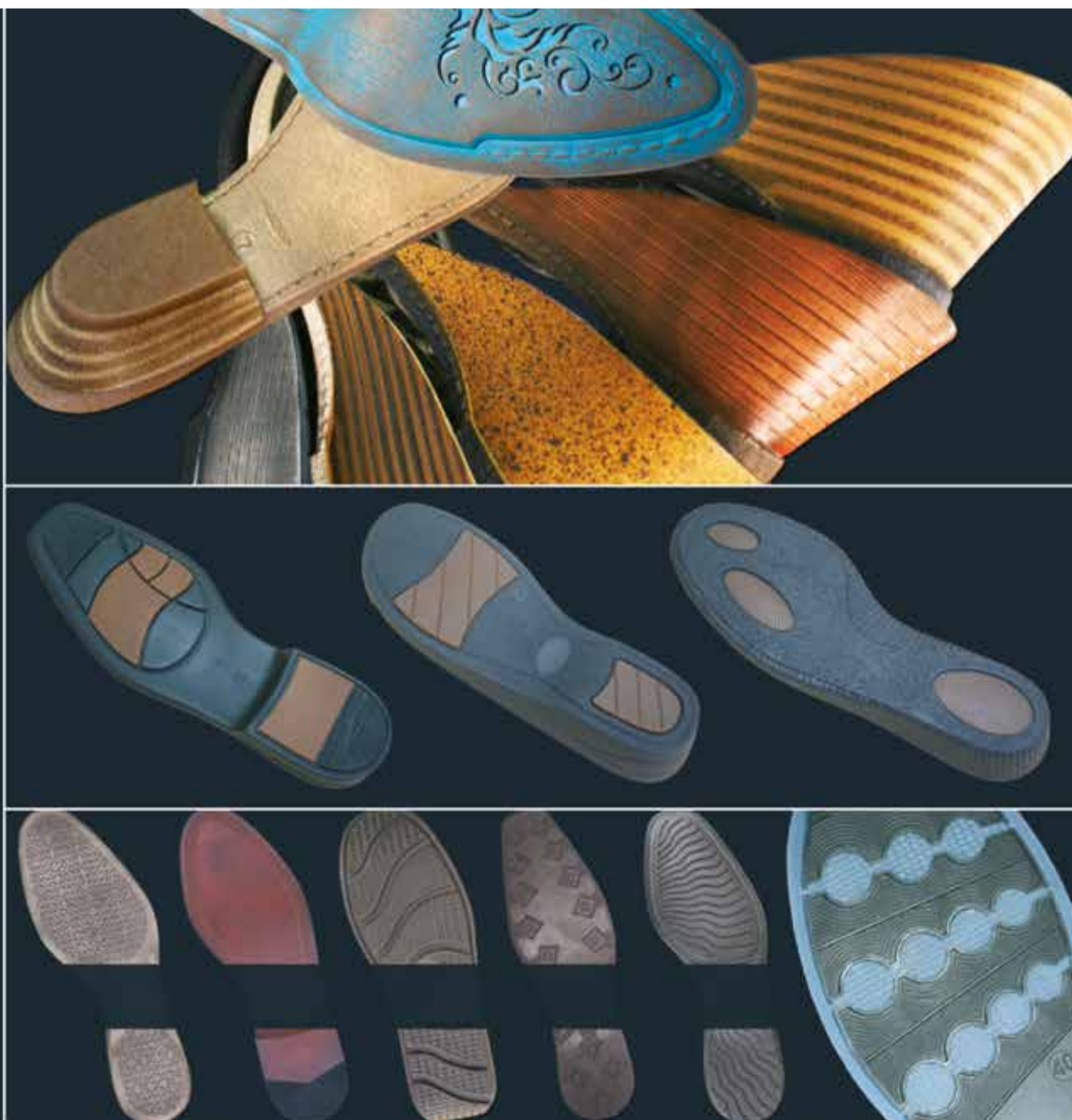

carelplas[®]
 Campos & Resende, Lda.

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



CURSO EXECUTIVO LEADING TO GROW

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

Início: ABRIL 2016

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.



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

MASSACHUSETTS RECEBE EXPOSIÇÃO DE CALÇADO

A partir de novembro a cidade de Salem, em Massachusetts, recebe a exposição Shoes: Pleasure and Pain, originalmente criada pelo museu londrino

Victoria & Albert. No total, mais de 300 pares de calçado (entre sandálias egípcias em ouro puro e sapatos impressos em 3D) estarão patentes no

Peabody Essex Museum. Os visitantes poderão, assim, explorar a criatividade do design de calçado além-fronteiras. Nomes como Manolo Blahnik,

Christian Louboutin, Salvatore Ferragamo, Jimmy Choo e Prada estão na lista dos 130 designers que assinam os modelos em exposição.

apoios

Governo anuncia novos apoios às empresas

O Ministério da Economia lançou, no início de agosto, cinco concursos de apoio às empresas, nomeadamente PME, para a internacionalização, qualificação e desenvolvimento tecnológico, com uma dotação financeira total de 160 milhões de euros.

“O objetivo deste concurso consiste em alargar a base exportadora nacional, aumentando o número de novas empresas exportadoras ou incrementando o volume das vendas internacionais das empresas que já exportam”, anunciou o Governo, através do ministério tutelado por Manuel Caldeira

Cabral. “Para o efeito são concedidos incentivos a projetos que reforcem a capacitação empresarial das PME para a internacionalização e que aumentem a qualificação específica dos ativos em domínios relevantes para a estratégia de inovação, internacionalização e modernização das empresas”, refere o concurso.

Outro dos concursos visa o Sistema de Incentivos Qualificação das PME, que visa selecionar projetos que visem ações de qualificação destas “em domínios imateriais, com o objetivo de promover a competi-

tividade” das PME e a sua capacidade de resposta ao mercado global. Já o Sistema de Apoio às Ações Coletivas (SIAC) - Internacionalização, com dotação financeira de 10 milhões de euros, visa “projetos que desenvolvam ou reforcem estratégias coletivas de internacionalização”. O quinto concurso visa os incentivos à investigação e desenvolvimento tecnológico (SI I&DT) e pretende “aumentar o investimento empresarial em I&DI para promover o aumento das atividades económicas intensivas em conhecimento e a criação de valor baseada na inovação”.



Inovação, Garantia e Excelência ao serviço da Indústria do calçado



CORTE AUTOMÁTICO DE COURO

Centenas de milhares de 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;





Turkey

Discover
the potential



O COURO DA TURQUIA

27 SETEMBRO
S. João da Madeira
PORTUGAL
Oliva Creative Factory

28-29 SETEMBRO
Felgueiras
PORTUGAL
Mercado Municipal