

INDÚSTRIA

—
Indústria de calçado
já conquistou o novo
Governo

INTERNACIONAL

—
Calçado português
descobriu a Austrália

MODA

—
Calçado reforça
presença na
ModaLisboa

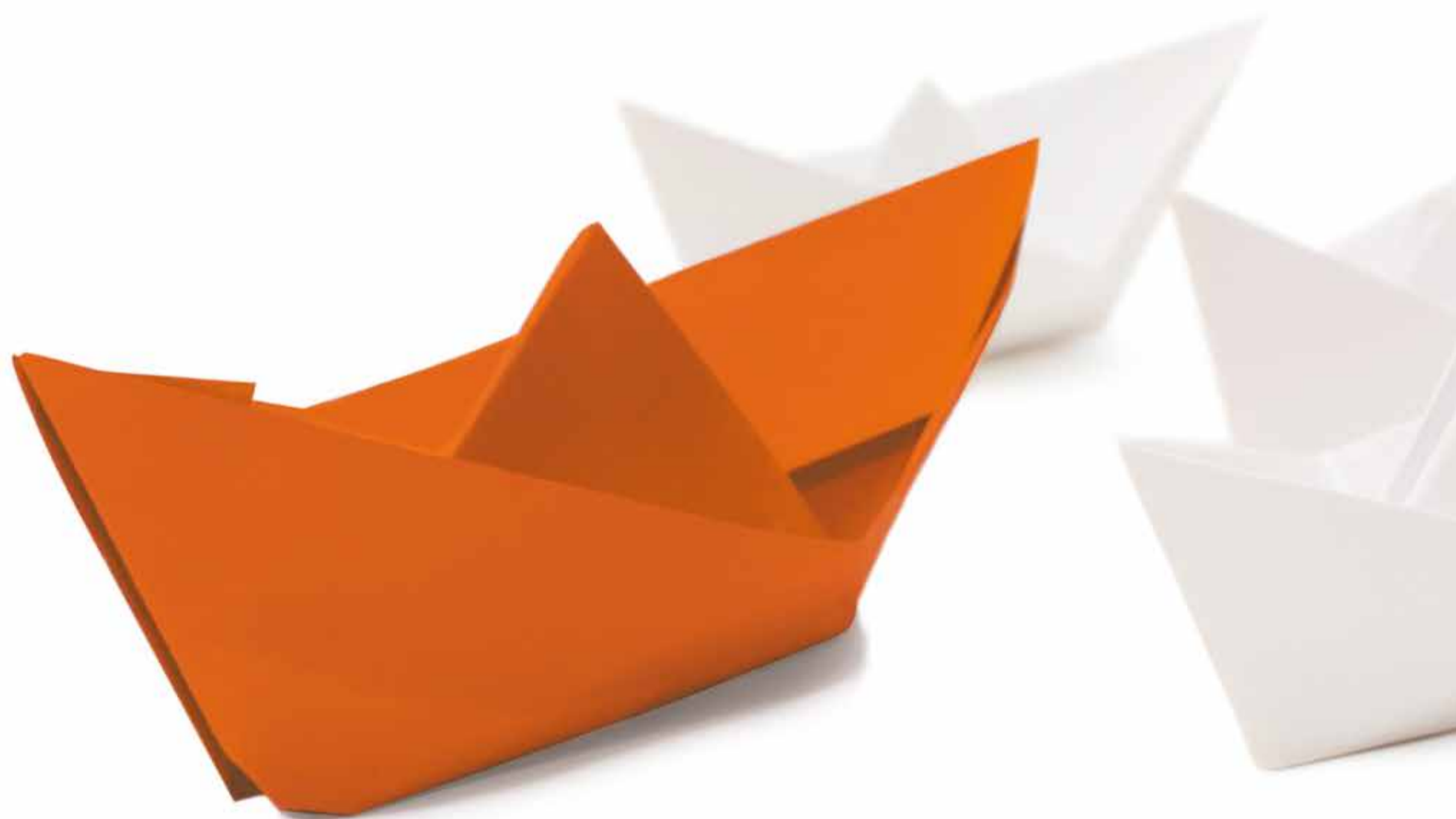
FEIRAS

—
GDS muda datas e
regressa ao figurino
do passado

Powered by:

A P I C C A P S

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

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.



INDÚSTRIA DE CALÇADO JÁ CONQUISTOU O NOVO GOVERNO

“A indústria de calçado é um exemplo para outros setores”

**António Costa,
Primeiro Ministro**

“Só com uma boa estratégia de internacionalização passamos de uma indústria que muitos anunciavam como morta há 30 anos, para estar hoje no top da indústria europeia e mundial”

**António Costa,
Primeiro Ministro**

“O setor de calçado é um ótimo exemplo de orientação para o mercado global e de compreensão da importância do design para a indústria”

**João Vasconcelos,
Secretário de
Estado da Indústria**

“Calçado é um bom exemplo de como um esforço coordenado pode dar bons resultados”

**Manuel Caldeira Cabral,
Ministro da Economia**

“É um bom exemplo de como, através da tecnologia, do design, do investimento e da qualificação profissional se consegue melhorar a qualidade, criar valor e, com isso, ser competitivo”

**Manuel Caldeira Cabral,
Ministro da Economia**

“Estou impressionado com a qualidade e competitividade das empresas de calçado”

**João Vasconcelos,
Secretário de
Estado da Indústria**

“O calçado português está entre os melhores do mundo”

**Manuel Caldeira Cabral,
Ministro da Economia**

“Setor muito dinâmico, em trajetória ascendente, e a conquistar um número crescente de consumidores pela qualidade, conforto e design que oferece”

**Jorge Costa Oliveira,
Secretário de Estado
da Internacionalização**

“Os empresários de calçado merecem o nosso orgulho”

**António Costa,
Primeiro Ministro**

CLUSTER DO CALÇADO AGIGANTA-SE E ULTRAPASSA BARREIRA DOS 2.000 MILHÕES

É um cluster particularmente dinâmico, extrovertido e a conquistar uma dimensão verdadeiramente internacional. Desde 2010, o cluster do calçado cresceu 49% nos mercados externos. Mas há crescimentos significativos noutros domínios igualmente relevantes.

É o setor de calçado que mais tem contribuído para a dimensão internacional do cluster. As vendas passaram, num espaço de cinco anos, de pouco mais de 1.200 milhões de euros para sensivelmente 1.900. Acresce que mais de 30 novos mercados foram acrescentados a uma geografia das exportações já particularmente complexa. Hoje, o setor exporta a quase totalidade das exportações para 152 países, em todos os continentes. É, no entanto, o setor dos artigos de pele e marroquinaria que mais

dinâmico se tem revelado. Desde 2010, as exportações praticamente triplicaram e ascenderam, no último ano, a valores superiores a 150 milhões de euros. Já o setor de componentes, provavelmente absorvido com o acréscimo de encomendas das empresas portuguesas de calçado, continua na "bitola" dos 40 milhões de euros, registando mesmo um pequeno recuo nas vendas ao exterior na ordem dos 0,9% nos últimos anos.

Ao nível do emprego, bons sinais têm, igualmente, sido registados. Desde 2010, foram criados 9.238 postos de trabalho. Na fileira, o número de postos de trabalho aumentou de 34.602 para 42.249 no fim de 2014. Número que terá subido para os 43.840 já em 2015, segundo estimativas da APICCAPS, com base nos números do Ministério do

Trabalho.

Com forte aglomeração geográfica, a produção de calçado distribui-se maioritariamente por dois polos centrados nos concelhos de Felgueiras e Guimarães, por um lado, e Santa Maria da Feira, Oliveira de Azeméis e São João da Madeira, por outro. Em conjunto, estes cinco concelhos representam mais de três quartos do emprego setorial.

Mais a Sul, na zona da Benedita, encontra-se outro polo, de menor expressão quantitativa. A dimensão média das empresas portuguesas de calçado é de 26 trabalhadores, acima da média da indústria de calçado na União Europeia e da média da indústria transformadora nacional. Sendo uma indústria em que predominam pequenas e médias empresas, o calçado não é, portanto, das indústrias

em que mais prevalecem as unidades de menor dimensão.

Com efeito, o cluster operou, ao longo das últimas duas décadas, uma profunda alteração no perfil de qualificações dos seus recursos humanos: os trabalhadores qualificados mais do que duplicaram o seu peso, e os quadros médios e superiores subiram de 3% para 9%. Sem esta alteração dificilmente teria sido coroada de sucesso a estratégia de valorização da produção nacional que foi implementada. Neste contexto, a indústria recorreu também mais expressivamente a instrumentos de proteção da propriedade industrial.

A indústria de componentes tem uma distribuição geográfica semelhante ao calçado, embora estendendo-se a outros concelhos. Já a indústria dos artigos de pele está

mais dispersa, tendo núcleos importantes em Ponte de Lima, Santa Maria da Feira, Braga e Castelo de Paiva. A dimensão média das empresas destas indústrias é claramente inferior à da indústria de calçado.

A outro nível, mais de 200 novas empresas foram criadas na última metade de década, em especial na indústria de calçado, onde nasceram 185 novos projetos. Uma das particularidades está diretamente associada a uma nova dinâmica regional. Com efeito, o cluster de calçado tem contribuído para um melhor equilíbrio regional, através da criação de dezenas de unidades industriais no interior do país, em regimes como Castelo de Paiva, Celorico de Bastos, Paredes de Coura, Pinheiro ou Seia.





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

“INVESTIMENTO COMO INSTRUMENTO ESSENCIAL PARA O CRESCIMENTO”

“É por todos reconhecida a importância do investimento para o desenvolvimento de qualquer país ou região.” Em setembro, o Rotary Club Gaia-Sul promoveu um jantar-palestra para refletir sobre a questão base do investimento. Fortunato Frederico, presidente da APICCAPS e do grupo Kyaia, proferiu uma palestra sobre o tema “O contributo dos empresários para o desenvolvimento”.

Na génese do depoimento, Fortunato Frederico partilhou a sua experiência como fundador do Grupo Kyaia, como exemplo de uma estratégia de desenvolvimento competitivo. Quase todo o volume de negócios do grupo liderado por Fortunato Frederico - cerca de 45 milhões de euros - provém dos mercados externos e emprega cerca de 400 pessoas. Valor que Fortunato Frederico assume duplicar até 2024.

O responsável pela Fly London relembrou os momentos mais marcantes da vida da empresa. “Já passamos por situações muito boas e por situações muito complexas. Acho que o segredo do sucesso é gostar verdadeiramente do que se faz”.

No final, Fortunato Frederico partilhou, com as dezenas de personalidades presentes, a sua experiência como presidente da APICCAPS e respondeu às questões dos rotários presentes sobre a estratégia de crescimento do setor nos mercados externos.



INVESTIMENTO

The best components you will never see.

LUSOCAL

TECNOGI

www.lusocal.com

7 ANOS DE EXCELENCIA
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 optimização 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

CALÇADO PORTUGUÊS DESCOBRIU A AUSTRÁLIA

Encontrar novas geografias para o mapa mundial das exportações é, desde há muito, um desígnio estratégico para as empresas de calçado. Em resultado dessa aposta sem precedentes em novos mercados, as exportações extracomunitárias aumentaram 111% nos últimos cinco anos e ascendem, agora, a 14% do total.

As exportações de calçado aumentaram, de forma significativa, em praticamente todos os mercados relevantes fora do espaço da União Europeia. O mais expressivo crescimento ocorreu nos EUA. As vendas de calçado português para os "states" triplicaram desde 2011 e ascendem agora a valores próximos dos 70 milhões de euros. Mas há, igualmente, outros mercados que têm merecido uma atenção crescente dos empresários

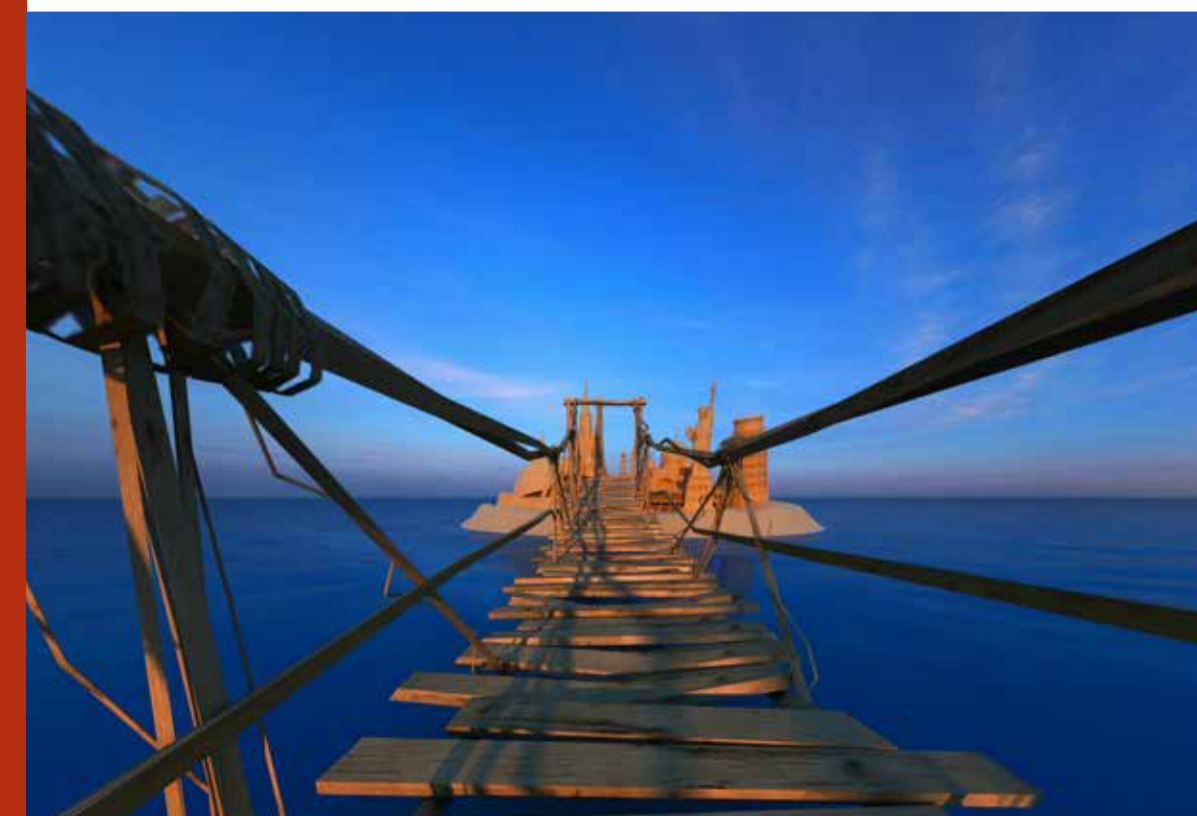
portugueses. É o caso da Austrália.

No espaço de cinco anos, as vendas de calçado português para a Austrália praticamente quadruplicaram (passaram de 2,6 milhões de euros para 12,5 milhões no final do ano passado). Nos primeiros seis meses deste ano voltaram a aumentar de forma significativa: mais 31% para 6,5 milhões de euros.

Com 24 milhões de habitantes, a Austrália perfila-se como uma boa oportunidade para as empresas portuguesas. Segundo dados do World Footwear Yearbook, importa por ano 147 milhões de pares de calçado, nomeadamente da China (quota de 77% nas importações), Vietname (quota de 9%) e Indonésia (quota de 4%). O consumo aparente ascende a

152 milhões de pares por ano. A produção é pouco expressiva, ronda os 9 milhões de pares anuais. O calçado assume-se, atualmente, como um dos produtos portugueses mais exportados para a Austrália.

A título de curiosidade, e ainda que sem uma tradição especial no setor de calçado, é na Austrália que reside uma das marcas mais apaixonantes no plano internacional: a Ugg, marca especializada em botas forradas com lã de ovelha.



RELACIONAMENTO COM A UE

O relacionamento comercial, económico e político, entre a Austrália e a União Europeia (UE), segundo a AICEP, "processa-se, fundamentalmente, ao abrigo do Acordo de Parceria UE/Austrália; trata-se de um instrumento de natureza não preferencial, no sentido em que as concessões de vantagens ao comércio não excedem os limites consagrados pela OMC, traduzindo-se na aplicação da Cláusula da Nação Mais Favorecida. As partes celebraram, também, vários acordos em domínios setoriais muito diferenciados".

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.



expandindústria

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



CIP ADMITE “CONVOCAR” EMPRESÁRIOS PARA GREVE INÉDITA

E se os empresários se mobilizassem e organizassem uma greve? A ideia é inédita e poderá ser a resposta da Confederação Empresarial de Portugal (CIP) ao aumento do salário mínimo para os 557 euros, em 2017, e a novas medidas na legislação laboral.

António Saraiva, em entrevista conjunta à Antena 1 e ao Jornal de Negócios, garante que a CIP vai combater as medidas

propostas para a legislação do trabalho com tudo o que estiver ao seu alcance e coloca mesmo a hipótese de que um dia haja uma manifestação de empresários, porque considera tratar-se “questões que são da sobrevivência das próprias empresas”.

O presidente da CIP assume que só aceita o aumento do salário mínimo para os 557 euros em 2017 se o Governo não mexer na legislação laboral e propõe a criação de um fundo que absorva o mal parado da banca. “A CIP está disponível para absorver um valor de salário mínimo de acordo com aquilo que possa ser a vontade do Governo, se houver a garantia real de que não há novas reversões e que estes temas que lhe disse não verão a luz do dia”. Esses temas representariam

as “linhas vermelhas”, que o presidente da CIP considera que o Governo não pode ultrapassar, como o banco de horas e as férias, sob pena de pôr em causa a sobrevivência das empresas, chegando mesmo a colocar a hipótese de uma futura manifestação de empresários: “As medidas que este Governo tomou quando entrou em funções (de imediatamente retirar os feriados que tinham sido escolhidos em sede de concertação, de fazer reversões nas privatizações, de anunciar que estava disponível para aumentar os dias de férias para 25 dias, falava-se nas 35 horas de trabalho, que já estão aplicadas na pública, e há rumores - que espero que sejam apenas uma tontearia - como as 35 horas na privada e a questão do banco de horas individual”, afirmou.



TECNOLOGIA



PROJETO EUROPEU PRETENDE IMPLEMENTAR SISTEMAS DE PRODUÇÃO CIBER-FÍSICOS EM PME

Com o objetivo de promover a implementação de sistemas de produção ciber-físicos em pequenas e médias empresas do setor do calçado, o Centro Tecnológico do Calçado de Portugal integra o projeto Europeu BEinCPPS (Business Experiments in Cyber Physical Production Systems).

Tendo início no final de 2015, este novo projeto criará uma

plataforma de produção com base na cloud em cinco regiões europeias previamente selecionadas (Lombardia na Itália, Euskadi em Espanha, Baden Wuerttemberg na Alemanha, Norte de Portugal, e Rhone Alpes na França). Mais tarde, esta rede será alargada a outras regiões europeias envolvendo centros de competência locais e pequenas e médias empresas.

O objetivo do BEinCPPS é melhorar de forma dramática a adoção de sistemas de produção ciber-físicos por toda a Europa através da criação e promoção de ecossistemas regionais de inovação constituída por centros de competência, empresas de produção e PME na área das tecnologias da informação. O projeto envolve 23 parceiros europeus de Alemanha, Áustria, França Sérvia, Suíça e Portugal.



Olga Noronha

CALÇADO PORTUGUÊS REFORÇA PRESENÇA NA MODALISBOA

“Será mais um dia dedicado à arte da criação em Portugal e à defesa dos valores que nos têm inspirado ao longo de duas décadas e meia. Aos 25 anos, estamos juntos e vamos continuar. Porque ModaLisboa Together somos todos juntos e nenhum só!”

Together deu o mote; a criatividade foi a rainha. Há 25 anos a caminhar lado a lado com

a moda nacional, a ModaLisboa comemorou a edição 47 numa celebração onde os valores do passado reforçam a ânsia do futuro.

O icónico Pátio da Galé recebeu os passos confiantes dos criadores nacionais durante três dias. No total, duas dezenas de desfiles encheram a capital lisboeta com as tendências para a próxima estação quente.



Luís Carvalho

O primeiro dia do certame ficou marcado, como habitualmente, pela competição Sangue Novo, plataforma de apresentação do trabalho de jovens designers formados em escolas de moda nacionais e internacionais.

Seguiram-se as apresentações dos criadores nacionais que levaram o verão de 2017 até alguns dos mais icónicos espaços de Lisboa.

CALÇADO PORTUGUÊS EM DESTAQUE

Ao longo dos últimos 10 anos, o setor do calçado português produziu 350 novas marcas e muitas delas são presença assídua na ModaLisboa. Entre as parcerias com designers apresentadas em passerelle e um espaço expositivo que destacou a descoberta de promissoras marcas, o calçado português voltou a estar em destaque na semana dedicada à moda nacional.

Sempre com o objetivo de promover a criatividade e o design nacional, na passerelle da edição Modalisboa Together – que decorreu entre 7 e 9 de outubro no Pátio da Galé – voltaram a desfilas as parcerias criativas entre designers e marcas de calçado. Catarina Oliveira e Bianca, Luís Carvalho e Eureka, Nuno Gama e Eureka, Patrick de Padua e Dkode,

Saymyname e Daniela Catraia, Valentim Quaresma e Fly London, Olga Noronha e Biblical Lust voltam a reforçar as sinergias.

Para além de dar a conhecer em detalhe as propostas das parcerias que desfilaram na passerelle, a exposição da APICCAPS – Portuguese Shoes – na ModaLisboa teve como principal objetivo apresentar ao público algumas das mais jovens e promissoras marcas portuguesas de calçado. Biblical Lust, Friendly Fire, Guava, Josefinas, Marta Montalvão, No Studio e Wolf & Son são exemplos de que aliar inovação com tradição permite criar propostas irreverentes que já contribuem para o sucesso global de um setor que vende 95% da sua produção em 152 países nos cinco continentes.



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.



Action learning



Online forum



Shadowing & exchange



Masterclasses and
two modules



Overnight experiential

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

Início: ABRIL 2016



Mais informações:

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

GDS MUDA DATAS E REGRESSA AO FIGURINO DO PASSADO

“A dinâmica do setor de calçado é imparável e as mudanças ocorrem constantemente. É por isso que temos de adotar rapidamente novos desenvolvimentos”. A consideração é de Kirstin Deutelmoser, diretora da GDS. Na sua génese está uma nova alteração das datas daquela que muitos designam de «feira das feiras».

No essencial, é um regresso ao passado, com a GDS a realizar-se em setembro. “A indústria tomou a decisão; nós só estamos a refletir as mudanças. É muito importante, nestes dias que temos vivido, saber reagir às condições do mercado. Há grandes inseguranças no setor. Após os últimos eventos, sabíamos que precisávamos de ajustar o conceito da feira. Sabíamos que precisávamos de estar em comunicação direta com o setor para perceber as suas necessidades e exigências”. Assim, no próximo ano, a GDS mantém as datas de fevereiro (de 7 a 9), mas anunciou que a segunda edição do ano, inicialmente agendada para julho, realizar-se-á entre 7 a 9 de setembro, um adiamento de um mês face às datas atuais, ficando mais próxima da theMicam (agendada para os dias 17 a 20 de setembro).

O calendário internacional continua a sofrer profundas alterações. A antecipação das

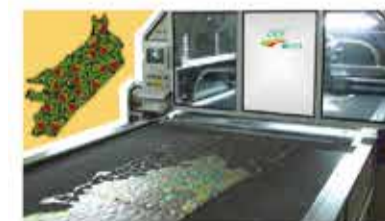


FEIRAS

coleções parecia ser o principal mote da GDS, mas a discussão das datas será sempre eterna. “O setor entendeu ser importante transitar a GDS para mais perto da estação. É por isso que decidimos, em conjunto com o Conselho Consultivo, alargar a apresentação do verão 2017 para o início de setembro. Além disso, a feira será realizada a partir de domingo até terça-feira”.

Segundo Kristin Deutelmoser, o objetivo da mudança é “fortalecer a GDS como uma base importante para a troca de informações. É claro que queremos atrair mais visitantes. Por um lado, a indústria quer apresentar o valor-marca, e, por outro, manter as encomendas como ponto central do negócio”.

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;



Rua dos Açores - 278 Zona Industrial, 1 - 3700-018 S. João da Madeira - Portugal Tel: +351 256 831 411 - Fax: +351 256 831 412 - Email: sales@zipor.com



CATÓLICA PORTO
BUSINESS SCHOOL

Programa desenvolvido em parceria com:





SPEDYCARGO

TRANSITÁRIOS

330 PARCEIROS
Rede global de logística.

400 AEROPORTOS
Serviço direto.
Espaço garantido.
Serviço porta-a-porta.

350 FEIRAS
Especialistas em:
- Feiras.
- Eventos.



200 PAÍSES
Cobertura global.

300 PORTOS MARÍTIMOS
FCL (Contentor Completo).
LCL (Grupagem).
Serviços adicionais.

3000 DESPACHOS
Mais de 3000 despachos emitidos no último ano.



Aéreo



Marítimo



Rodoviário



Aduaneiro



Especial

SOLUTIONS THAT WORK!

Spedy Express

Spedy Regular

Spedy Economy

SPEDYCARGO, TRANSITÁRIOS, S.A.

Head Office

Via Central de Milheirós, 726
Milheirós
4475-330 Maia
Telf.: + 351 229 993 650 Fax.: + 351 229 964 962

Lisbon Office

Edifício 134 - Piso 2 - Gab. 2119/2120
Aeroporto da Portela
1750-364 Lisboa
Telf.: + 351 218 480 369 Fax.: + 351 218 480 370

www.spedycargo.pt

OCDE DEFENDE FLEXIBILIZAÇÃO DO ENSINO PROFISSIONAL

50% DOS ALUNOS NO SECUNDÁRIO PROFISSIONAL

Em 2012, em mais de um terço dos países da OCDE, mais de 50% dos alunos do ensino secundário estavam no ensino profissional. Menos de 30% desses alunos frequentavam programas que combinam a aprendizagem na escola com a formação em contexto de trabalho, por exemplo, através de estágios.

Países com cursos de formação profissional de elevada qualidade têm vindo a conseguir conceder mais oportunidades de emprego aos jovens. No entanto, em muitos países a percentagem de jovens que não estão nem empregados nem em educação

ou formação (NEET) é ainda maior para quem completa o secundário na via profissional, por comparação com os colegas da via geral.

Quando comparados com os alunos dos cursos gerais (científico-humanísticos), os colegas dos cursos profissionais têm menos propensão para acabar o 12.º ano. Também a probabilidade de prosseguir estudos é cinco vezes menor.

A OCDE sublinha o papel central que a educação e formação profissional pode desempenhar. Prepara os jovens

Há cada vez mais países a reconhecerem a importância do ensino profissional para o aumento da competitividade das empresas. O diagnóstico é da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE). Acabar o 12.º ano na via profissional, em vez de na geral, garante mais oportunidades de emprego, nomeadamente "se conseguem alinhar as competências adquiridas pelos alunos com as exigidas pelo mercado de trabalho", concluiu a OCDE.

A OCDE defende, ainda, que "a qualidade é crucial para combater a imagem negativa que o ensino profissional tem em muitos países. E para criar oportunidades para o prosseguimento de estudos". Para isso, importa envolver os parceiros sociais no sistema de formação profissional, apontam os peritos da organização.

APRENDER EM CONTEXTO DE TRABALHO

Ainda segundo a OCDE, "ter uma forte componente de aprendizagem em contexto de trabalho integrada nos cursos profissionais pode funcionar como uma garantia de excelência". Em alguns sistemas, o ensino em sala de aula é amplamente combinado com a formação em contexto de trabalho. É o designado por "sistema dual" de ensino, muito disseminado na Áustria, República Checa, Dinamarca, Alemanha, Hungria, Países Baixos, República Eslovaca e Suíça.

para o trabalho. Desenvolve as competências dos adultos. E responde às necessidades da economia e do mercado de trabalho. Apesar de "ter sido negligenciada no passado e marginalizada nas discussões políticas, muitas vezes ofuscadas pela crescente ênfase na via geral", lamenta a organização.

Ainda assim, acrescenta a OCDE, "recentemente, um número crescente de países está a reconhecer que a formação profissional de elevada qualidade tem um contributo importante a dar para a competitividade económica".



A TRADIÇÃO ENCONTRA A ALTA TECNOLOGIA

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;
- piatelo programável.



Rua dos Combatentes do Ultramar
Zl 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

EUREKA ABRE LOJA NA HOLANDA

No passado mês de outubro a Eureka Shoes inaugurou a sua primeira loja em Amesterdão, marcando assim presença internacional em três países, depois da abertura de lojas no Luxemburgo e na Alemanha.

A entrada no mercado holandês é mais um marco na aposta estratégica de internacionalização da marca, alargando assim a sua rede de lojas para um total de 30 - entre elas lojas próprias, outlets e franchising.

Localizada na zona comercial privilegiada de Amesterdão - Hobbemastraat 9, a mais recente loja, num modelo pop-up store, oferece calçado 100% nacional, num edifício cuja fachada apresenta elementos icónicos da época dos Descobrimentos, símbolo da conquista de novos mercados.

A Eureka Shoes conta atualmente com uma rede de 27 lojas nas principais cidades portuguesas, uma no Luxemburgo, uma na Alemanha, uma na Holanda e uma loja

online. Após 25 anos de fabrico e know how na indústria do calçado, a marca lançou-se no setor do retalho, apresentando uma nova dimensão dada ao calçado masculino e feminino. Com materiais de luxo, formas atraentes e design moderno, a Eureka Shoes dirige-se a um grupo abrangente de clientes que procura a singularidade, design, moda e qualidade.



PAULO BATTISTA A EXCLUSIVIDADE AO SERVIÇO DA ALFAIATARIA

A alfaiataria voltou, literalmente, a estar na moda. Paulo Battista é um dos expoentes máximos desta nova geração de talento.

Aos 37 anos, Paulo Battista é um dos mais conceituados alfaiates portugueses. Entre os seus clientes estão celebridades várias, mas também empresários, executivos e ministros. Um percurso imenso para quem teve na Massimo Dutti, onde foi subgerente, o seu primeiro contacto com o mundo da moda. Curiosamente, foi a abertura do El Corte Inglés em Lisboa que acabaria por se revelar o momento de viragem na sua vida.

A empresa oferecia aos trabalhadores cursos variados e Paulo Battista foi para Madrid aprender alfaiataria. Até aí nunca pregara, sequer, um botão.

Hoje tem já o seu próprio atelier na Baixa de Lisboa, na Rua Rodrigues Sampaio, que funciona quase como um clube privado, em que o acesso se faz por marcação. Mas também viaja com frequência, a locais tão distintos como Londres, Paris ou Luanda, para visitar os seus clientes.

Pelo caminho esteve sete anos na Rosa & Teixeira, um exemplo da arte de bem fazer à medida em Portugal. Desde 2014 que se arrisca por conta própria e com excelentes resultados. Fatos completos, casacos, camisas ou coletes, tudo é passível de ser encomendado. Mas a criatividade do que oferece é fundamental. Paulo Battista assume que tudo o que faz tem que ter a ver com o seu próprio estilo, elegante e colorido. Levar a sua marca cada vez mais além-fronteiras é o seu objetivo no imediato.

FÁTIMA LOPES DESfila EM PARIS COM SAPATOS PORTUGUESES

Inspirou-se no mar para criar "a coleção mais sofisticada de sempre". Fátima Lopes regressou a Paris. Com sapatos portugueses.

Fátima Lopes encheu o salão Empire do La Maison Champs-Élysées de sereias com cabelo de aspeto molhado, silhuetas fluidas que parecem ondas do mar, vestidos em azul a imitar as cores do oceano e detalhes cintilantes que remeteram a plateia para os reflexos do sol na água cristalina. As

transparências características da marca continuam mas, desta feita, Fátima Lopes apostou em cores vivas e calçou, pela primeira vez, algumas modelos com ténis da nova linha de calçado, a quinta da sua carreira, na sequência da parceria com a empresa Jóia da Europa.

"Como a inspiração é o mar, esta coleção é ultra feminina, complexa e muito trabalhada", defendeu Fátima Lopes.





**APICCAPS
INCENTIVA
“ALMA
PORTUGUESA”
A VIAJAR PELO
MUNDO**

Chama-se “Portuguese Soul” e trata-se de uma coletânea de fotos da responsabilidade da APICCAPS no âmbito da sua campanha de imagem em curso e publicadas em revistas de grande prestígio como a Vogue Itália ou a Dsection.

Com o apoio do Programa Compete 2020, esta edição de colecionador testemunha a qualidade de uma indústria

particularmente dinâmica e em franca evolução.

Com efeito, e sempre com o objetivo de afirmar a reputação internacional do calçado português, a APICCAPS tem apostado numa campanha internacional sobre o mote “A Indústria Mais Sexy da Europa” e na definição, produção e publicação de editoriais de moda em revistas de referência.

Estas imagens constituem a combinação de competências que envolvem fotógrafos, stylists e as várias marcas de calçado e moda nacionais.

Com a designação “Portuguese Soul”, estes 25 editoriais têm constituído um elemento central na viragem da percepção externa sobre o design nacional e tornaram-se um veículo fundamental na valorização do

país no mundo. Carlos Teixeira, Carmo Amorim, Frederico Martins e Gonçalo Claro são os fotógrafos presentes, juntamente com stylists como Fernando Bastos Pereira, Nelly Gonçalves, Nelson Vieira e Paulo Macedo.

As imagens reproduzidas neste livro são o testemunho de um país de tantos e tantos talentos.

O lançamento ocorreu no Museu da Misericórdia, no Porto, e contou com a presença de mais de 200 individualidades, nomeadamente o Presidente da Câmara do Porto, Rui Moreira, e o secretário de Estado da Indústria, João Vasconcelos.



EMPREGO
FORMAÇÃO
E QUALIFICAÇÃO

BRADCO AQUI SÃO FEITAS AS CARTEIRAS E AS BRACELETES MAISEXCLUSIVAS

Com fábricas na Suíça, na China e na Tailândia, é em Portugal, na Bradco, que o Grupo Basport produz as braceletes para algumas das mais exclusivas e famosas marcas suíças de relógios. O sigilo impede a empresa de indicar nomes, mas é fácil.

Pense em marcas de relojoaria suíça de luxo e com toda a certeza as pulseiras são feitas em Castelo de Paiva.

Com um enorme peso da avestruz, crocodilo, lagarto, raia ou pitão são, algumas, das peles exóticas com que a Bradco trabalha. Aliás, 95% do que produz é com recurso a estas peles ou não se destinassem a clientes de luxo. Mas a empresa não se limita a produzir as braceletes para os relógios à saída de fábrica. A Bradco trabalha, crescentemente, as encomendas personalizadas, em que o cliente escolhe materiais

ou cores variadas para que melhor se adaptem aos seus gostos ou a diferentes ocasiões de uso. Há clientes que até ouro incluem nas braceletes e a Bradco não os desilude.

Mas nem só de pulseiras para relógios é feito o dia-a-dia da empresa. De Castelo de Paiva saem, também, para o mundo artigos variados de marroquinaria. Carteiras, malas, cintos ou porta-moedas, entre

outras peças, têm nas alças cosidas à mão a imagem de marca da sua origem. Peças 100% exportadas e que abastecem grandes marcas de alta costura internacionais.

A marca própria do grupo é a Noleti e vale já 10% das vendas. A Europa, os Estados Unidos, a África do Sul, o Dubai, Hong Kong e o Japão são alguns dos destinos dos produtos da Bradco.



INOVANDO

JORNADAS DO LUXO

CENTRO TECNOLÓGICO DO CALÇADO DE PORTUGAL
São João da Madeira

15 NOV
Marketing do Luxo

22 NOV
Design de calçado de Luxo / alta gama

29 NOV
Empreendedorismo no segmento do Luxo

6 DEZ
Materiais e tecnologia em produtos de Luxo / alta gama

Nota

Evento gratuito mas sujeito a uma pré-inscrição. Toda a informação disponível em: www.ctcp.pt

Para mais informações contacte-nos: flora.bastos@ctcp.pt

WORKSHOPS
PALESTRAS
TESTEMUNHOS
VISITAS



DIREITOS & DESAFIOS
SANTA MARIA DA FEIRA

PROJETO
Contratos Locais de Desenvolvimento Social - 3G (CLDS - 3G)



O MOMENTO DE OURO DAS JÓIAS PORTUGUESAS

A AORP (Associação de Ourivesaria e Relojoaria de Portugal) acaba de lançar a sua primeira campanha de promoção, protagonizada pela atriz e modelo internacional, Mila Jovovich.

Com um investimento global na ordem dos três milhões de euros (entre a campanha e ações de internacionalização, nomeadamente a participação em

grande eventos no exterior), esta campanha tem como objetivo exportar 150 milhões de euros até 2020. Desde 2008, as vendas ao exterior do setor português das jóias e ourivesaria cresceram 500% e situam-se, agora, nos 60 milhões de euros. "Este é o momento de ouro da joalheria portuguesa.

Sendo um dos setores de maior tradição em Portugal, a joalheria

portuguesa atravessa agora uma fase de renovação, crescimento e afirmação no contexto internacional", sublinhou a presidente da AORP, Ana Freitas.

70 MILHÕES DE EUROS PARA APOIAR EMPRESAS NOVAS.

O BPI e o Banco Europeu de Investimento (BEI) assinaram um acordo de financiamento, no montante de 70 milhões de euros, para apoiar empresas novas e em estágios iniciais de desenvolvimento, com perspectivas de crescimento e criação de postos de trabalho.

O acordo assinado beneficia do apoio financeiro da União Europeia, no contexto do Fundo Europeu de Investimentos Estratégicos, e possibilita o financiamento de operações de montante entre 25 mil e 50 milhões de euros e prazo até 10 anos, em condições competitivas.

Através de linhas de crédito protocoladas com o BEI, o BPI apoiou desde 2012 cerca de 2.300 projectos, no montante de cerca de 630 milhões de euros.

www.bancobpi.pt/empresas



o banco da UE

