

CAMPANHA

—
APICCAPS promove campanha
de angariação de jovens

EXPORTAÇÕES

—
Calçado cresce 9%
no primeiro trimestre

ENTREVISTA

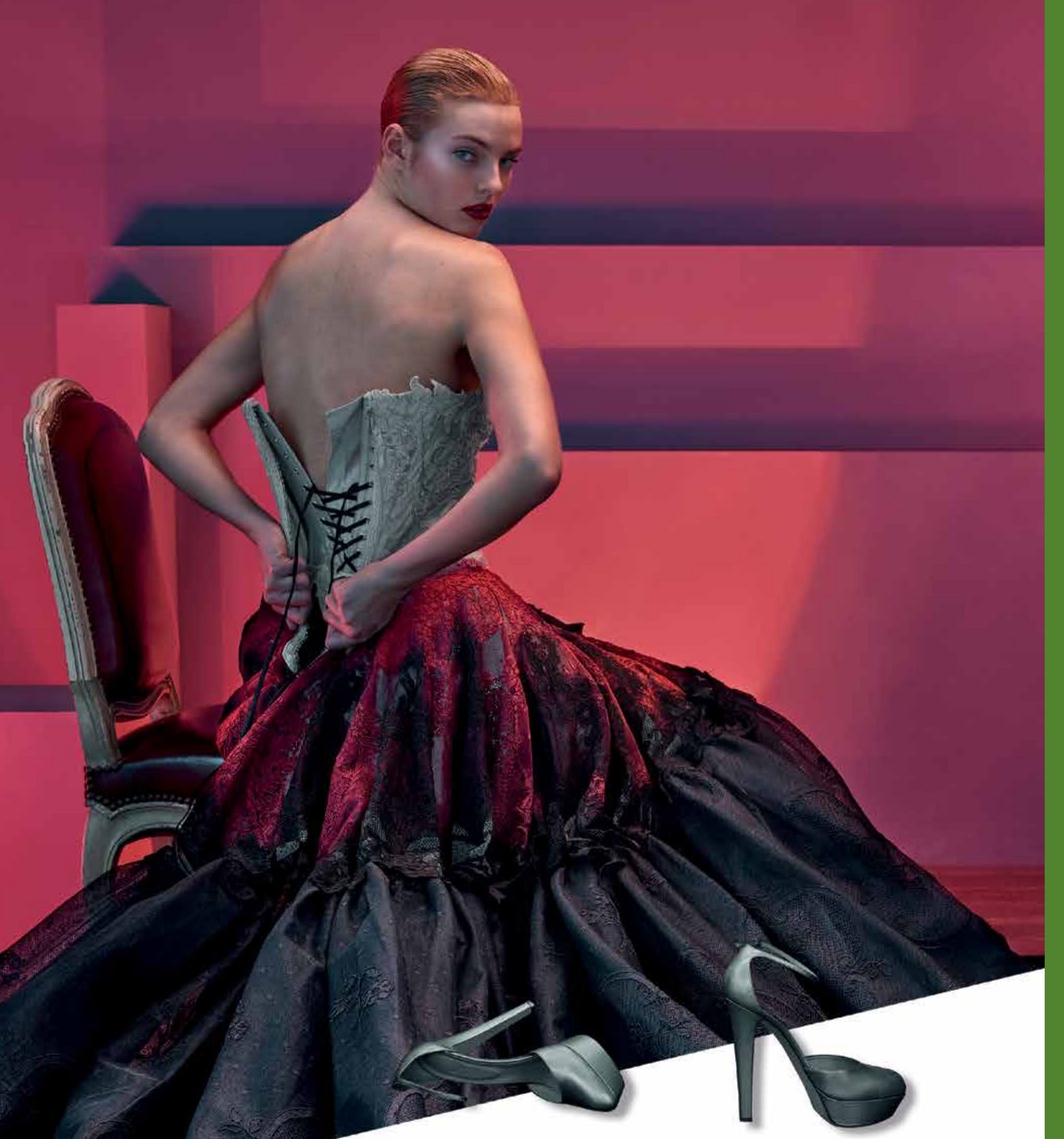
—
Fernando Freire de Sousa
em discurso direto

EMPRESAS

—
ICC 30 anos
ao serviço de inovação

Powered by:

A P I C C A P S



awaits you
with **the MICAM⁸⁴**
Seduction
17th - 20th September 2017

S/S 2018 collection
Fiera Milano Rho

info@themicam.com - tel. +39 02 43829.1 - themicam.com - follow us on



LUÍS ONOFRE TOMA POSSE COMO PRESIDENTE DA APICCAPS

“Todo o país se orgulha do setor do calçado”. A frase é do Ministro da Economia durante a Tomada de Posse dos Novos Órgãos Sociais da APICCAPS.

Manuel Caldeira Cabral assistiu, juntamente com o secretário de Estado da Indústria à cerimónia de passagem de testemunho de Fortunato Frederico a Luís Onofre. “A APICCAPS, já o referi muitas vezes, é um bom exemplo de uma associação que pelo seu trabalho deu um contributo decisivo para mudar o setor para melhor. A indústria de calçado tinha problemas sociais, de competitividade, e problemas associados à globalização. Hoje tem desafios; e esta nova direção vai ter de os enfrentar. O setor do calçado soube aproveitar as mudanças para modernizar e valorizar os recursos humanos. Esse papel é justo reconhecer ao presidente

cessante, Fortunato Frederico, a toda a sua direção e a todos os empresários que foram responsáveis pela mudança na indústria”.

O Ministro da Economia reconheceu ainda a importância do setor para o país. “Todo o país se orgulha do setor do calçado. E orgulha-se porque é um setor que se afirma pela qualidade, pela imagem e pelo design, que se afirma internacionalmente e que ajuda a afirmar a imagem do país. Saliento o que se fez, por exemplo, na afirmação do Portuguese Shoes. O que se fez na imagem de marca. Penso que esta direção soube mobilizar e representar esta modernização e modernidade; a grande palavra que caracteriza o setor do calçado. Esta última medida, de igualdade de género, é uma medida que representa

bem esta modernidade de que falo”.

Caldeira Cabral deixou, ainda, desafios à nova direção. “Queria assim deixar um enorme elogio ao que esta indústria conseguiu, e ao que esta indústria hoje é. Queria desafiar esta nova direção para os novos desafios da concorrência nos mercados globais, de concorrência pela inovação e da angariação de jovens talentos para o setor. A indústria mais sexy não o é só sexy pelo produtos que produz; é sexy na atração de jovens para os novos desafios que a indústria tem: a indústria 4.0, a resposta rápida e a flexibilidade.

O novo presidente da APICCAPS acredita que os empresários assumirão o desafio de promover “o aumento das exportações e a criação de emprego sustentável, através da firmeza e determinação da indústria”. Para atingir os resultados propostos contamos com o dinamismo dos empresários que sempre revelaram uma enorme resiliência e capacidade de resposta aos desafios”.

A nova direção da APICCAPS, eleita para o triénio 2017-2019, constituem um misto de renovação e continuidade, uma vez que vários empresários dos anteriores órgãos sociais transitam para um novo mandato. No entanto, há igualmente vários empresários de nova geração a integrar a nova direção.



FORTUNATO FREDERICO NOMEADO PRESIDENTE HONORÁRIO DA APICCAPS

A nova direção da APICCAPS acaba de nomear Fortunato Frederico como

presidente honorário.

Trata-se de uma distinção aprovada, por unanimidade e aclamação, e constitui, mesmo, o primeiro ponto da agenda de trabalhos da nova direção, eleita no passado dia 21 de abril.

Luís Onofre acredita que “é uma distinção mais do que justa. Tenho a consciência plena de que vou suceder a um empresário de eleição e a um líder associativo que, com o seu enorme talento, conduziu os destinos da indústria nos últimos 18 anos, num período em que o setor enfrentou os

seus maiores desafios. Quero, pois, nesta oportunidade, agradecer-lhe, em nome de toda uma indústria, por tudo o que fez e dizer-lhe que o seu exemplo será para todos nós a maior fonte de inspiração”.

Fortunato Frederico conduziu os destinos da associação durante 18 anos. Nos outros setores do cluster, destaque para o crescimento das vendas dos componentes para calçado nos mercados externos (mais 21,9%) e nos artigos de pele, das exportações de malas e bolsas (mais 10,3%).

VALORIZAR UMA INDÚSTRIA VENCEDORA

São mais de 30 propostas aquelas que a direção da APICCAPS, agora liderada por Luís Onofre, pretende implementar no próximo triénio. Para Luís Onofre importa “valorizar uma indústria vencedora”, seja através de “uma maior proximidade com os associados, reforço das competências técnicas do setor, desenvolvimento de um espírito de conquista de novos mercados ou valorização das ofertas de toda a fileira”.

No plano associativo, a criação de um Conselho Consultivo para uma participação mais ativa dos associados nos temas mais exigentes da vida da associação, a criação de um Provedor do Associado, consensual e independente dos Órgãos Sociais, para atender às preocupações de todos os associados ou a promoção de visitas rotativas às empresas associadas - a começar pela Benedita - para audição in loco dos seus problemas e desenvolvimento de programas de melhoria contínua são iniciativas para avançar, desde já.

Brevemente, e aproveitando a revisão dos estatutos da associação, determinada pelo recente reconhecimento da APICCAPS como Cluster do Calçado e Moda, será promovida uma reflexão alargada e global sobre toda a regulamentação interna da associação. No quadro de execução do atual plano estratégico, iniciar-se-á uma reflexão participada para a definição de uma visão do setor para as próximas décadas na perspetiva do novo quadro comunitário pós 2020.

NOVA GERAÇÃO DE TALENTO

Uma das grandes prioridades



passará por posicionar o setor como uma opção atrativa para jovens qualificados (ver em destaque na página 7 deste jornal). Em paralelo, a consolidação da presença do calçado português nos mercados europeus e o aprofundamento de toda a estratégia de penetração em mercados de elevado potencial deverá ser acelerada. Para isso, importa desde logo, reforçar a posição do calçado português nos Estados Unidos, o maior importador mundial, que se revela hoje como uma enorme oportunidade. Em paralelo, pretende-se explorar

um conjunto de mercados em que os acordos de comércio livre celebrados pela União Europeia criaram um potencial ainda sub-explorado, como Coreia do Sul, Singapura, Chile, Colômbia ou mais recentemente o Canadá. Agilizar a presença em mercados de grande potencial como Austrália, China ou Japão ou organizar missões empresariais para segmentos de produtos particulares ou mercados específicos onde a promoção através da participação em feiras não se adequa são igualmente objetivos até 2019. A APICCAPS pretende, ainda,

que seja possível extrair maior valor da participação, coletiva e individual, do setor nas feiras internacionais, continuando a posicionar a oferta portuguesa entre as origens de maior prestígio.

COMUNICAÇÃO E IMAGEM

No plano da comunicação, a grande meta passará por aprofundar o valor da imagem, da reputação, do bom gosto e da sofisticação para prestigiar a oferta portuguesa, de acordo com o previsto no Plano Estratégico FOOTure 2020. Em termos práticos, enriquecer



a notoriedade internacional do setor (participação em eventos de moda, em editoriais, produção de conteúdos audiovisuais como programas de TV, envio de Kits de Imprensa e Merchandising, etc), alargar a comunicação institucional a todos os segmentos e a um número crescente de empresas, utilizar as novas plataformas digitais para potenciar a promoção de campanhas de Comunicação e Imagem e assegurar uma ligação mais estreita com os principais eventos de moda de origem nacional, nomeadamente a ModaLisboa e o Portugal

Fashion são iniciativas para desenvolver. A direção da APICCAPS pretende, ainda, criar um Conselho dos Criadores, agregando ao universo da APICCAPS os mais relevantes designers e colocando as competências destes ao serviço da indústria. A associação procurará, igualmente, interessar mais empresas nos processos de intermediação de incentivos públicos, poupando às empresas um conjunto de custos que tendem a afastá-las destes apoios.

No plano alargado da fileira, identificar e multiplicar sinergias

das empresas de artigos de pele com as empresas de calçado, de modo a acelerar a dinâmica dos anos mais recentes ou a promoção de ações de comunicação dos setores de artigos de pele e de componentes e desenvolver programas estruturados de promoção comercial (Feiras e Missões).

INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

No domínio tecnológico, a nova direção pretende apresentar projetos no âmbito da estratégia nacional “Indústria 4.0” no

valor global de 50 milhões de euros. A introdução intensiva de novas tecnologias no setor para potenciar as oportunidades de valorização criadas pela revolução digital e aproveitar oportunidades em nichos de produto muito particulares (calçado à medida, ortopédico, de segurança, etc) através da adoção e desenvolvimento do canal «online» promovendo a aproximação ao cliente final são investimentos cirúrgicos a desenvolver nos próximos anos. A direção de Luís Onofre pretende, igualmente, envolver um número crescente de empresas nos programas de Investigação e Desenvolvimento, reforçar o desenvolvimento de novos materiais e investir em produtos inovadores e em equipamentos que melhorem a relação qualidade/preço e a capacidade de resposta rápida.

Luís Onofre, no plano de ação desenvolvido, pretende potenciar a ligação às universidades e centros do saber e promover um envolvimento mais eficaz dos sindicatos no diálogo de criação de valor. Recorde-se que, ainda recentemente, a associação e a FESETE acordaram um novo contrato coletivo de trabalho. A valorização profissional e das competências, uma distribuição equilibrada dos aumentos de produtividade, que faz parte da longa tradição da APICCAPS, e uma revisão periódica dos salários tendo em atenção a preservação da estabilidade e competitividade da oferta portuguesa são objetivos neste projeto de “Valorização de uma indústria vencedora”.




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

APICCAPS PROMOVE CAMPANHA DE ANGARIAÇÃO DE JOVENS

“Captar uma nova geração de talentos”. Este é o objetivo da campanha de angariação de jovens que a APICCAPS está a empreender nos principais polos produtivos da fileira do calçado em Portugal. Com o slogan “Feeling Sexy”, acompanhado da frase “vem pertencer à indústria mais sexy da Europa”, esta nova campanha assenta num pressuposto claro: a fileira do calçado em Portugal criou mais de 9.000 postos de trabalho desde 2010 e, nesse sentido, proporciona oportunidades de carreira para jovens em várias áreas, desde a produção ao design, passando pela logística, novas tecnologias, marketing ou área comercial. Esta é uma das primeiras medidas de Luís Onofre. Reforçar as competências técnicas do setor é uma das grandes prioridades para o próximo triénio. Para além de atrair jovens qualificados, incentivar a formação e a incorporação de competências de alto valor acrescentado (design, moda, marketing, novas tecnologia, entre outras), promover um programa de estágios internacionais, lançar um programa de empreendedorismo ou promover uma reformulação inteligente dos programas de formação são algumas

das medidas mais relevantes no domínio da formação e qualificação que a APICCAPS deverá empreender.

A Academia de Design e Calçado, com instalações em S. João da Madeira e em Felgueiras, e a Escola Profissional de Felgueiras ministram cursos direcionados às necessidades de mão-de-obra do setor do calçado e têm um grau de empregabilidade elevado. Os alunos têm acesso a apoios financeiros para transporte e alimentação e, em muitos casos, a uma bolsa de estudo. O estágio numa empresa do setor faz parte do programa educativo.

Amélia Carvalho, diretora executiva da Escola Profissional de Felgueiras, revela que no próximo ano letivo irão abrir os cursos de Desenho de Calçado e Marroquinaria, Modelação de Calçado, Manutenção de Máquinas de Calçado, Eletrónica, Automação e Computadores, Gestão e Multimédia para alunos que possuam o 9.º ano de escolaridade, ou equivalente. Como adianta Amélia Carvalho, “aos alunos é assegurado a alimentação, o transporte, uma bolsa de material de estudo e uma bolsa de profissionalização, bem como todos os materiais e serviços que necessitam para a realização da sua prova de aptidão profissional e participação em concursos e projetos de âmbito nacional e internacional”.

Já a Academia de Design e Calçado lançou para o próximo ano letivo os cursos de Técnico de Multimédia, Técnico Comercial,

Técnico de Apoio à Gestão, Técnico de Eletrónica, Automação e Comando, Técnico de Modelação de Calçado e Técnico de Manutenção de Máquinas de Calçado e Marroquinaria, também para jovens com o 9.º ano de escolaridade.

“Todos os cursos têm apoios de alimentação, transporte e bolsa, que para os CET - Cursos de Especialização Tecnológica somente se paga quando estão em formação prática nas empresas”, sublinha Eduardo Costa, diretor da instituição.

Ao nível dos CET, a academia inicia em setembro os cursos de Automação Robótica e Controlo Industrial, Desenvolvimento de Produtos Multimédia, Contabilidade e Fiscalidade, Design de Calçado, Comércio Internacional, Gestão de Redes e Sistemas Informáticos, Gestão para a Indústria e Processos e Sistemas Mecatrónicos, em S. João da Madeira. Para Felgueiras, estão previstos os cursos de Desenvolvimento de Produtos Multimédia, Comércio Internacional e Design de Calçado.

Segundo Amélia Carvalho, “os níveis de concretização e emprego logo após o término do curso (até oito dias após o final) são elevados, situando-se a média dos cursos acima dos 77% e atingindo os 95% nas áreas mais tecnológicas”. Eduardo Costa tem a mesma sensibilidade: “a empregabilidade é muito elevada”.

feeling sexy?

WWW.CFPIC.PT

POWERED BY
APICCAPS

VEM PERTENCER À INDÚSTRIA MAIS SEXY DA EUROPA



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

CALÇADO CRESCER 9% NO PRIMEIRO TRIMESTRE

A indústria portuguesa de calçado continua a acelerar o passo. No primeiro trimestre do ano, as vendas ao exterior aumentaram 8,9%.

De janeiro a março, Portugal exportou 24 milhões de pares de calçado, no valor de 535 milhões de euros. A confirmarem-se estes dados, 2017 poderá ser o oitavo ano consecutivo de crescimento do calçado português nos mercados internacionais. Desde 2009, as vendas ao exterior já aumentaram 59%, atingindo um novo máximo histórico de 1.923 milhões de euros em 2016.

As exportações portuguesas de calçado estão a aumentar em praticamente todos os mais relevantes mercados. No espaço europeu, assinala-se um crescimento de 8%, com destaque para os crescimentos em França (mais 9,5% para 124 milhões de euros), Alemanha (crescimento de 14,1% para 95 milhões de euros) e Holanda (mais 4,7% para 71 milhões de euros). É, porém, fora do espaço extracomunitário que as vendas mais estão a aumentar (14,9%). Destques para os crescimentos nos EUA (mais 6,2% para 18 milhões de euros), Rússia (mais 23% para 9 milhões de euros) e Angola (mais 124% para 7 milhões de euros).

A indústria portuguesa de calçado exporta, atualmente, 95% da sua produção, para 152 países, nos cinco continentes.



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



AS TRÊS NOVAS TENDÊNCIAS NO SETOR DE CALÇADO

Calçado amigo do ambiente, sapatos inteligentes ou customização. Estas são três das grandes tendências do setor para a próxima década, de acordo com o World Footwear. À medida que o calçado se torna, cada vez mais, um acessório de referência, marcas de todo o mundo procuram identificar elementos diferenciadores, que as tornem exclusivas. Adicionalmente, a redução dos custos de produção, o uso de materiais diferenciados e a reinvenção do design têm sido as principais estratégias que as empresas exploram para obter vantagens competitivas relevantes.

Se na área ecológica, há um número significativo de marcas a apostar em produtos amigos do ambiente, noutros domínios a revolução é total. A Powerlace, por exemplo, desenvolveu os primeiros sapatos de autoligação, que apenas exigem o peso do corpo para ativar. Já o Shift Sneaker é um sapato que permite ao proprietário controlar o seu design através da mudança ativa das cores. O Laboratório de Investigação NetGNA (Next Generation Networks and Applications Group) da Universidade da

Beira Interior está a desenvolver uma tecnologia que serve para localizar pessoas que sofram de doenças cognitivas. O projeto remete para um sistema que transmite a localização do utilizador, de forma contínua e em tempo real, permitindo a definição de zonas de segurança que, caso sejam ultrapassadas, emitem alarmes para cuidadores profissionais ou familiares. Se o utente descalçar o sapato também é mostrado ou emitido um alerta.

Se a estética continuará a ser um elemento importante, os consumidores começam a prestar maior atenção a outros detalhes. É o caso da customização. A adidas tem sido uma das marcas na vanguarda neste domínio, capaz de se destacar no exigente segmento de calçado desportivo. Com o modelo Boost, a multinacional investiu numa tecnologia de amortecimento, assegurando maior conforto e melhor desempenho. Também a New Balance apostou em tecnologia 3D para criar uma sola de espuma super macia.

Se no universo desportivo, também a Nike, a Puma, a Reebok e Asics têm vindo a

apostar em soluções similares, nos segmentos mais clássicos outras soluções têm vindo a ser desenvolvidas, com franco destaque. Em Portugal, marcas como a Freakloset ou Undandy começam a destacar-se. Para além de serem marcas jovens, criadas no passado recente, fazem da personalização o seu argumento mais relevante para conquistar a mais exigente das clientelas.

Joana Lemos, com 25 anos, criou uma marca de calçado personalizável, em que os modelos clássicos unissexo surpreenderam o mercado. Na Freakloset é possível escolher desde o modelo, às cores, às solas e aos atacadores. Com uma tese de mestrado em Marketing, Joana Lemos percebeu, desde cedo, o potencial desta área de negócio: “sempre adorei sapatos clássicos e sempre quis ter a possibilidade de escolher as cores dos produtos que me agradavam. Mas os sites de personalização tinham processos cansativos e demasiados pormenores em aberto”.

Já a Undandy é uma plataforma de venda de sapatos masculinos pensada para quem quer

peças únicas, fabricadas artesanalmente em Portugal. Os modelos podem ser integralmente personalizados, até com o seu próprio nome. Para isso, o consumidor só tem que aceder à loja online, que oferece milhões de combinações possíveis. Com apenas cinco passos, cada par de sapatos pode ser personalizado até ao mais ínfimo pormenor (a biqueira, o modelo, a cor, o material, os atacadores e as costuras) e em duas semanas os sapatos chegam ao consumidor final. Rafic Daud, que criou a empresa com Gonçalo Henriques, conta que “a ideia surgiu para colmatar uma falha no calçado para homem. Não tínhamos onde comprar os sapatos que desejávamos. Lançámos a plataforma em setembro de 2015, depois de vários estudos e de encontrar o parceiro certo, uma fábrica em São João da Madeira”. O fabrico é totalmente artesanal, “daí a importância da parceria, teria que ser alguém com capacidade de resposta, produzindo um par de sapatos com determinadas características e não umas centenas de um modelo”.



FERNANDO FREIRE DE SOUSA,
PRESIDENTE DA CCDR-N - COMISSÃO DE
COORDENAÇÃO E DESENVOLVIMENTO
REGIONAL DO NORTE

“CALÇADO REVELA FORTE PROCURA NO NORTE 2020”

PRESIDENTE DA CCDR-N REVELA QUE O SETOR DO CALÇADO TEM SIDO MUITO DINÂMICO NA APRESENTAÇÃO DE CANDIDATURAS A APOIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO COM FOCO NOS CONTINENTES ASIÁTICO E AMERICANO. MAS NÃO SÓ. ATÉ AO MOMENTO, O SETOR VIU APROVADAS 120 CANDIDATURAS NO ÂMBITO DO NORTE 2020, NUM INVESTIMENTO DE 47 MILHÕES DE EUROS APOIADO EM 25 MILHÕES. AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS TÊM-SE CENTRADO NO DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS

Sónia Santos Pereira



Com base nos indicadores mais recentes, que balanço faz da execução do Programa Norte 2020? Dos 3,4 mil milhões de euros de fundos comunitários inscritos no referido programa quanto já entrou na economia real?

O balanço a 30 de abril reflete o empenho de toda a equipa de gestão na colocação tão rápida quanto possível das verbas do Norte 2020 na economia e no território. Ao nível de operações aprovadas, há já um volume muito significativo de mais de 3.800 projetos em implementação com 1,12 mil milhões de euros de

financiamento do programa regional. Mesmo tendo presentes os constrangimentos regulamentares e processuais inerentes à colocação em prática de um programa assente em fundos da União Europeia, será positivo concluir que, dois anos após o lançamento dos primeiros concursos, a taxa de compromisso da dotação do programa já evidencia um valor superior a 35%.

Quais os setores que até ao momento mais beneficiaram destes fundos? E quais os projetos de maior dimensão?
Tendo por base as operações

aprovadas, há uma alocação maior a investimentos de micro e pequenas empresas da região por comparação a investimentos de índole pública, situação que se justifica pelo facto de os concursos para promotores públicos carecerem de diversos tipos de condicionalidades prévias e que exigiram a montagem de todo um complexo edifício negocial de planeamento e mapeamento. Dos 3.800 projetos aprovados no total, cerca de 3.200 correspondem a iniciativas empresariais, representando um investimento de 1,17 mil milhões de euros financiado pelo Norte

2020 em 660 milhões.

Se atendermos apenas aos projetos empresariais de maior dimensão, e tendo presente que o programa regional só apoia investimentos até três milhões de euros – os mais avultados encontram financiamento no Compete 2020 –, há quatro que se destacam por atingirem aquele teto máximo: as construções de uma unidade de restauração no centro histórico do Porto e de três fábricas nos setores da madeira, alumínio e têxtil na Póvoa de Lanhoso, em Paredes e em Viana do Castelo, respetivamente.

Em que medida as empresas da região Norte aproveitaram ou estão a aproveitar os sistemas de incentivo ao investimento? Quais os setores de atividade mais dinâmicos nessa procura?

Genericamente as empresas da região estão a aproveitar os sistemas de incentivos do Portugal 2020, seja por via do Norte 2020 ou do Compete 2020, para construir ou modernizarem unidades fabris, desenvolverem e divulgarem novos produtos, apostarem na internacionalização ou na adoção de sistemas de qualidade. Há, ainda, uma parte de verbas usadas pelas empresas em unidades de investigação e desenvolvimento tecnológico e na formação dos seus recursos humanos. No que respeita mais especificamente ao Norte 2020, os setores mais expressivos são os que estão definidos nos domínios nucleares da chamada “Estratégia de Especialização Inteligente”. Destaco sobretudo as áreas da cultura, criação e moda, dos sistemas avançados de produção, das indústrias da mobilidade e ambiente e dos sistemas agroambientais e alimentação. Em termos setoriais, o têxtil e vestuário, o calçado, o mobiliário e a indústria metalomecânica, entre outras. Existem também casos

interessantes em domínios mais emergentes como o das ciências da vida e saúde, tecnologias e serviços do turismo e serviços especializados.

O setor do calçado está a aproveitar os fundos para reforçar a produção e a internacionalização? Quantas empresas deste setor se candidataram a sistemas de incentivos? E quantos projetos foram aprovados?

Os números do Norte 2020 confirmam essa dinâmica de investimento no setor do calçado, em particular impulsionada por micro e pequenas empresas. Até 31 de março, tivemos cerca de 120 candidaturas aprovadas, num investimento de 47 milhões de euros apoiado em 25 milhões pelo Norte 2020. Deste conjunto consta um número expressivo de micro empresas da região a apostarem no desenvolvimento de produtos novos e diferenciadores, frequentemente com incorporação de novas soluções e aproveitando o conhecimento desenvolvido junto de laboratórios e instituições do ensino superior. Por outro lado, e no que respeita à internacionalização, o setor revela uma forte procura no Norte 2020 para apoio à conquista de mercados fora do espaço europeu, em especial nos continentes asiático e americano.

Em que medida, o Norte 2020 está a impulsionar a criação de emprego? E que tipo de emprego?

Com o encerramento do programa regional do ciclo comunitário anterior, foi possível apurar que o ON.2 permitiu a criação de mais de sete mil novos empregos. De momento, ainda não é possível concluir qual o valor entretanto alcançado pelo Norte 2020 mas, a avaliar pelo volume de candidaturas aprovadas, estou

confiante de que se voltarão a cumprir as metas previstas nesta área. Aproveito para sublinhar que é também fundamental tornar a região mais competitiva através da promoção de incentivos à criação de emprego qualificado, sendo de destacar a importância da novidade introduzida no Norte 2020 por via do lançamento de concursos para estimular as empresas na contratação de recursos humanos com grau igual ou superior a licenciatura.

A execução deste pacote de fundos comunitários permitirá um volte-face na região? Na sua análise, como estará a região Norte no fim deste programa?

A região do Norte estará seguramente mais qualificada acedendo a toda esta gama de fundos estruturais, não apenas ao nível dos recursos humanos propriamente ditos como também nas suas instituições e empresas. A meu ver, os fundos da União Europeia não podem ser encarados como um fim em si mesmo mas como um empurrão no sentido do fortalecimento e da agilização dos investimentos dos promotores empresariais e associativos. Nesse sentido, a nossa preocupação deve ser a de que as verbas do Norte 2020 sejam adequadas e totalmente absorvidas e se constituam assim num contributo para que a região se reforce no contexto europeu e internacional. Dito isto, terão de existir também momentos de reflexão e balanço para aprendermos com os erros em que vamos caindo e os corrigirmos, designadamente no que toca às fragilidades da dimensão institucional e organizativa que insistimos em não abordar de modo frontal e sólido.

Na sua opinião, quais são as linhas que a região Norte deveria assumir como estratégicas para deixar de ser uma das regiões

mais pobres da União Europeia?

A aposta no aproveitamento do conhecimento produzido pelas instituições de ensino superior por parte das empresas será, sem dúvida, um fator chave neste ciclo comunitário. Por outro lado, e tendo em conta que é imperioso trabalhar para a coesão dentro da própria região, considero muito importantes as políticas de discriminação positiva dos investimentos efetuados em territórios ditos de baixa densidade (62 dos 86 concelhos que compõe a região), tanto mais quanto as tendências demográficas em presença apontam para a necessidade urgente de se promoverem estratégias específicas de âmbito local dirigidas à iniciativa e à criação de emprego e à correspondente fixação de pessoas.

Que análise faz ao presente e ao futuro setor do calçado, uma indústria que está fortemente implementada na região Norte?

A perceção que os mercados externos têm do setor do calçado português é extremamente positiva e isso é muito relevante e demonstrativo para a região. Sermos reconhecidos por produzir calçado de qualidade é uma bandeira usada pelo País, e sobretudo pelo Norte de Portugal, com merecimento e orgulho. A expectativa para o futuro só pode ser a de que continue a ter o peso significativo na balança comercial da região que foi adquirindo, até por comparação com as demais indústrias tradicionais. Neste domínio, o papel estruturante e facilitador das associações empresariais é fundamental e, no caso vertente, de há muito que sou testemunha da existência de enraizado espírito associativo e da grande eficácia profissional e orgânica que se foi tornando uma marca distintiva da APICCAPS.

Data Center

Excelência, Flexibilidade e Segurança

5 Razões para nos escolher:



ACESSIBILIDADE

Localização privilegiada em zona de baixo impacto sísmico e a 1 hora Lisboa - 1 hora de Espanha

DISPONIBILIDADE

Cumprir os requisitos **Tier 3** (Redundant capacity components + Dual-powered equipments and multiple uplinks)

CONFIANÇA

DataCenter propriedade da Decsis. Serviços operados com base nas normas **ISO20000, ISO27000 e ISO9001**

EFICIÊNCIA

Altamente eficiente ao nível energético, com um PUE (Power usage effectiveness) muito baixo, e utilizando fontes de energia limpa

REDUNDÂNCIA

Caminhos Redundantes e ligado a um anel de **fibra-óptica**

DECSIS

Sistemas de Informação SA

A Decsis apresenta-se como um dos principais players na prestação de serviços nas TIC, a operar a partir de Portugal. A Decsis é uma empresa Portuguesa especializada e focada na prestação de serviços no sector das Tecnologias de Informação e Comunicação, com mais de 20 anos de experiência.

PORTO

Rua das Artes Gráficas, 162
4100-091 Porto

T: [+351] 226 076 850

LISBOA

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

T: [+351] 212 555 500

V. N. GAIA

Zona Industrial Arcos do Sardão, 320
4430-434 Vila Nova de Gaia

T: [+351] 220 923 000

ÉVORA

Parque da Ciência e
Tecnologia do Alentejo

o design
como
factor
crítico
nacional

27
Junho
2017

14H30

SALÃO ÁRABE
PALÁCIO DA BOLSA

ORGANIZAÇÃO
APICCAPS, ANIVEC E ADRP

CONFERÊNCIA

COMPETE 2020

2020

APICCAPS PROMOVE CONFERÊNCIA

A APICCAPS, em associação com a ANIVEC (Associação Nacional das Indústrias de Vestuário e Confecção) e a AORP (Associação de Ourivesaria e Relojoaria de Portugal), está a organizar a conferência “O Design como factor crítico Nacional”, que se realizará no próximo dia 27 de junho, no Salão Árabe, do Palácio da Bolsa.

Este evento, destinado a

empresários e quadros das empresas da fileira da moda em Portugal (calçado, vestuário, joalheria, entre outros), será dividido em dois painéis distintos, mas complementares: “O Design como Elemento Diferenciador e Agregador de Valor” e “Posicionamento. Marca. Comunicação”.

A conferência reunirá personalidades relevantes de diferentes áreas ligadas

ao design, que partilharão as suas melhores experiências, desde o vestuário e moda (Eduarda Abbondanza, da Modalisboa, e Pedro Nogueira, da H&M), Calçado (Luís Onofre e Filipa Júlio, das Josefinas), marroquinaria (Arnaud Haefelin, Presidente da Associação Francesa de Marroquinaria e representante das grandes marcas francesas), mobiliário (Amândio Pereira, da Boca do Lobo), joalheria (Luísa Rosas) e

Cerâmica (Nuno Barra, da Vista Alegre).

Destaque, ainda, para dois oradores internacionais de referência: Rania Masri, diretora geral da Level Shoes, do Dubai, Petah Marian, Editora da WGSN, que abordará o tema “Youth Rising: Capturing the next wave of consumers). Um e outro abordarão uma perspetiva internacional das alterações em curso no mercado global.

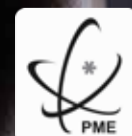
The best components you will never see.

LUSOCAL



TECNO
The art of footwear

www.lusocal.com



excelência'16

8 ANOS DE EXCELÊNCIA
2009 - 2016

CONFERÊNCIA



EMPREGO
FORMAÇÃO
E QUALIFICAÇÃO

OFICINA “HIGH-END SHOE”

CENTRO TECNOLÓGICO DO CALÇADO DE PORTUGAL
São João da Madeira

WORKSHOPS

12 JUNHO | 14:30H

O Luxo pode ser sustentável?

21 JUNHO | 14:30H

Marketing e sustentabilidade - O papel do
Marketing Digital e das Redes Sociais

CURSO ONLINE

Produção de Calçado de Luxo

Nota

Evento gratuito mas sujeito a uma pré-inscrição.
Para mais informações contacte-nos: qualifica@ctcp.pt
ou consulte em www.ctcp.pt

Objetivos:

- Sensibilizar e desenvolver competências na área de desenvolvimento, manufatura e venda de calçado com alto nível de diferenciação (alta qualidade, design inovador, funcionalidades específicas).
- Aumentar a empregabilidade, contribuindo para o aumento da competitividade das empresas de calçado e do setor em geral.
- Apoiar produtos locais de alto nível de diferenciação, ligação a outras iniciativas similares e transferência de know-how.

Destinatários:

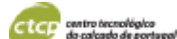
- Adultos e jovens no mercado de trabalho, com conhecimentos/experiência no setor do calçado.



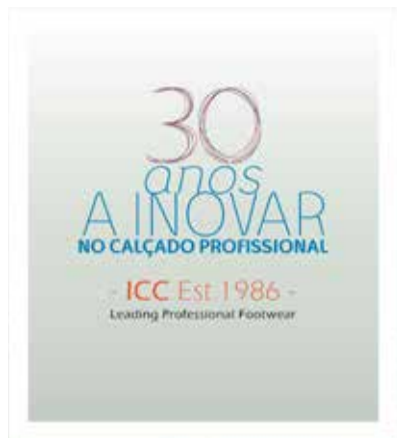
DIREITOS & DESAFIOS
SANTA MARIA DA FEIRA

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

www.direitosedesafios.com



ICC: 30 ANOS AO SERVIÇO DE INOVAÇÃO



É uma das empresas de referência na produção de calçado profissional e acaba de comemorar 30 anos. Para assinalar a data, a ICC-Lavoro lançou, em parceria com os CTT, um selo personalizado. A empresa entrou no imaginário da filatelia, ao promover o primeiro selo português sobre a indústria do calçado profissional.

A comemoração dos 30 anos terminou com a conferência «30 anos a inovar... no calçado profissional» sobre a proteção do pé em contexto laboral. O evento, que ocorreu na sede da Associação Comercial e Industrial de Guimarães (ACIG), contou com o contributo de instituições como a Autoridade das Condições do Trabalho (ACT); SPODOS - Foot Science Center; Centro de Estudos sobre Incêndios Florestais (ADAI/ Universidade de Coimbra); e Câmara Municipal de Guimarães.

O inspetor da ACT, Miguel Barbereia Costa, reconheceu que Portugal é um dos países de maior sinistralidade laboral na Europa, apresentou a Estratégia Nacional para a Segurança e Saúde no Trabalho e conferiu um especial relevo às ações de prevenção: «Todos temos de fazer um esforço para consciencializar as empresas que um acidente tem sempre custos, humanos e materiais, muito superiores à prevenção».

Por seu lado, Ricardo Oliveira,

da ADAI-Centro de Estudos sobre Incêndios Florestais (CEIF - Universidade de Coimbra), parceira da ICC - Lavoro no desenvolvimento de modelos especiais de calçado profissional, apresentou dois case-studies Lavoro: as botas Fénix e Thor.

A bota Fénix é uma inovação capaz de salvar vidas. Após vários ensaios, a Fénix apresentou uma elevada resistência a impactos térmicos semelhantes aos dos incêndios florestais (500 graus centígrados) e boas condições de integridade para o seu utilizador, inclusivamente superiores às normas que determinam as exigências a observar pelos equipamentos de proteção individual de bombeiro.

A Thor é uma bota de segurança única, com elevada resistência aos impactos mecânicos induzidos por motorroçadoras (proteção contra projéteis a 300m/s). O alto índice de incidentes e de riscos associados entre utilizadores destes equipamentos para manutenção de espaços verdes motivou a Lavoro a aceitar o desafio de um distribuidor para desenvolver uma bota que potenciasse a segurança.

«Ao longo destes 30 anos, com a apoio de diversos parceiros, como a ADAI, a Universidade de Coimbra, a Universidade

do Minho, o CTCP, o Citeve, o Instituto de Biomecânica de Valência, a Umana, da Galiza, a Satra, no Reino Unido e a PFI, na Alemanha, que muito agradecemos, fomos convertendo o impossível numa oportunidade à espera de ser descoberta e explorada», afirmou Teófilo Leite, presidente do conselho de administração da ICC - Lavoro, para quem os modelos Fénix e Thor representam «a satisfação de fazer o que nunca fora feito».

Especialista em calçado profissional, de homem ou de senhora, para diversos setores (indústria, construção, logística, transportes, manutenção, eletrónica, extração de minérios, saúde, exploração florestal e forças militarizadas), a ICC tem sede em Guimarães, detém quatro marcas (Lavoro, No Risk, Portcal e Go Safe) e uma subsidiária na Alemanha. Exporta 80% da produção para mais de 50 mercados e afirma-se como uma indústria de serviço. Foi a primeira, do segmento, a deter certificação em Investigação, Desenvolvimento e Inovação (IDI). Visando o aconselhamento do calçado adequado a cada ambiente de trabalho, criou o SPODOS - Foot Science Center e estabeleceu parcerias com centros de investigação e universidades. Estima faturar 15 milhões de euros em 2017.

VP
vapesol

ALWAYS A STEP AHEAD!



Address
Rua de Revinhade, nº 421 4650-376
Revinhade Felgueiras - Portugal
GPS: 41,33964N 8,26526W

Contacts
Phone: +351 255 341 250 Fax: +351 255 330 929
Email: info@vapesol.com

www.vapesol.com

200 MILHÕES DE EUROS PARA EMPRESAS INOVADORAS.

Apoio às empresas no desenvolvimento do negócio.
Financiamento até 10 anos, em condições competitivas.

O BPI disponibiliza a Linha BPI/FEI Inovação III, no montante de 200 milhões de euros, para financiar empresas inovadoras com menos de 500 colaboradores, com a garantia do Fundo Europeu de Investimento.

Esta linha reforça o compromisso do BPI no apoio à inovação e resulta da assinatura de mais um acordo de garantia com o Fundo Europeu de Investimento, ao abrigo do InnovFin SME Guarantee Facility, com o apoio da União Europeia, no âmbito dos instrumentos financeiros do Horizonte 2020 e do Fundo Europeu de Investimentos Estratégicos, criado no âmbito do Plano de Investimento para a Europa, com o objectivo de apoiar o financiamento de investimentos produtivos na União Europeia.

Desde 2013, as Linhas BPI/FEI Inovação permitiram a concessão de mais de 480 operações de financiamento a empresas inovadoras no montante agregado de cerca de 360 milhões de euros.

Para mais informações dirija-se a qualquer Centro de Empresas ou Balcão BPI
ou consulte www.bancobpi.pt/empresas

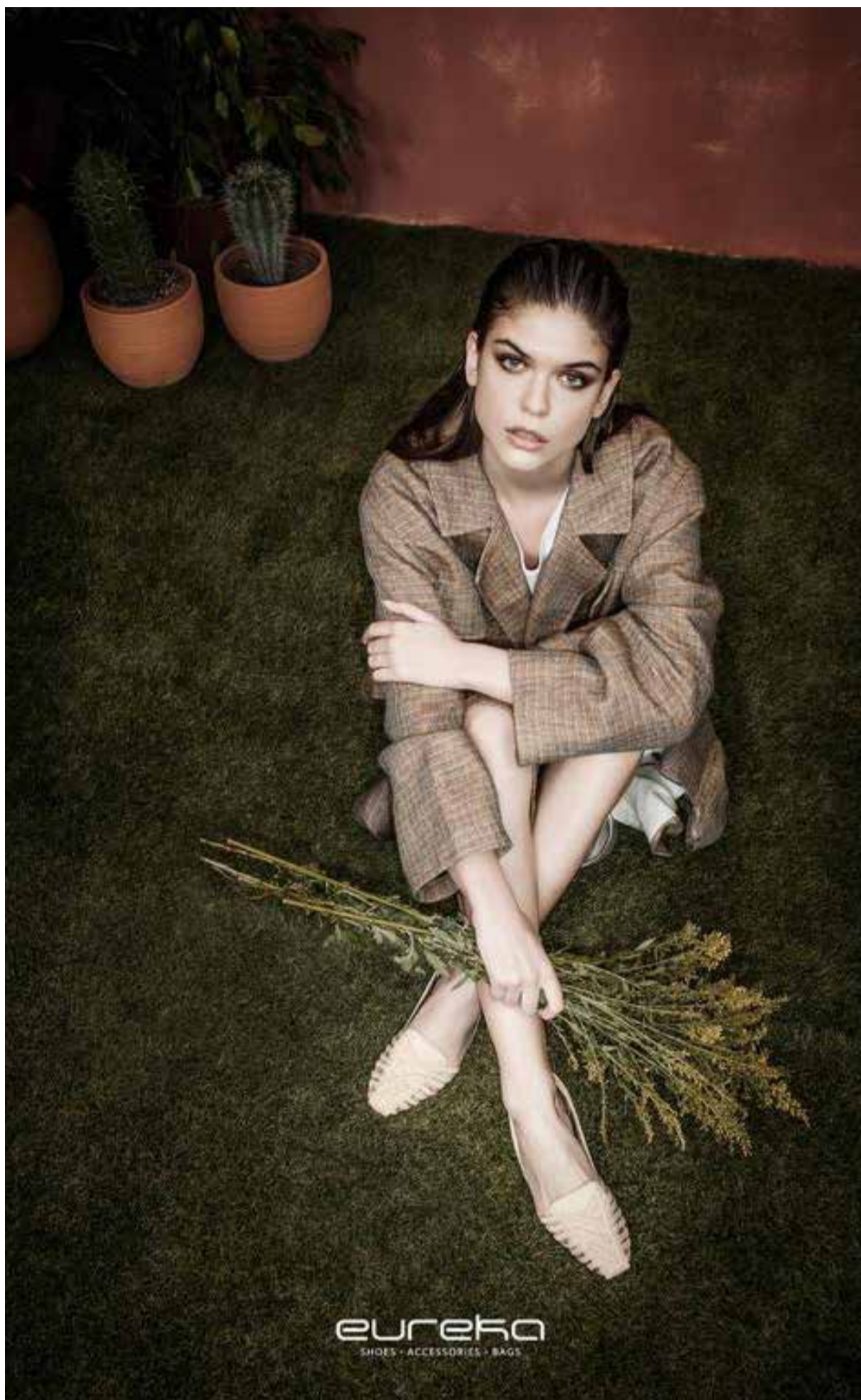


EUREKA VOLTA A INVESTIR

A expansão internacional continua a ser uma das prioridades da Eureka. A marca de Vizela acaba de inaugurar mais duas novas lojas em Amesterdão e em Verdun.

“A entrada no mercado francês e holandês é mais um marco na aposta estratégica de internacionalização da marca, através do modelo de negócio de franchising, alargando assim a sua rede de lojas para um total de 31 lojas”. Em Amesterdão a loja fica situada no shopping Stadshart Amstelveen e em Verdun fica posicionada na zona comercial do centro histórico.

A Eureka Shoes, de Alberto Sousa Lda, iniciou o seu trajeto no setor de calçado em 1986 com a exportação e produção de private labels. Com uma rede atual de 27 lojas em Portugal, a entrada na Europa iniciou-se em 2015 com uma loja de franchising no Luxemburgo, aumentando a rede de franchising com a abertura de mais duas lojas (na Alemanha e na Holanda) em 2016.



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;



ZIPOR

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



MAIS DO QUE CURSOS, OFERECEMOS PERCURSOS!

Embarque connosco nesta procura pela competência e valorização pessoal e profissional.

NOS NEGÓCIOS COMO NA VIDA

A Formação Executiva de 2017 da Católica Porto Business School pretende consolidar, com o novo portfólio de cursos e atividades paralelas, o seu estatuto diferenciador enquanto escola de negócios.



Queremos que os nossos futuros formados estejam nos negócios como na vida: com CRIATIVIDADE, VERTICALIDADE, ÉTICA e HUMANIDADE.

MBA's | PÓS-GRADUAÇÕES | CURSOS EXECUTIVOS

Conheça a totalidade da nossa oferta formativa em www.catholicabs.porto.ucp.pt



CATÓLICA
CATÓLICA PORTO BUSINESS SCHOOL

PORTO

ASPORTUGUESAS JUNTAM KYAIA E AMORIM

O grupo de calçado Kyaia e o grupo Amorim juntaram-se ao empreendedor Pedro Abrantes com o objetivo de promover o crescimento da marca ASPORTUGUESAS.

A Ecochic, startup criada por Pedro Abrantes com a Amorim Cork Ventures e detentora da primeira marca de flip-flops de cortiça do mundo, conta agora com um importante investimento do grupo Kyaia.

A entrada deste novo investidor é de grande importância para o crescimento internacional da marca, pelo know-how acrescido que o grupo Kyaia aportará em matéria de produção, logística e rede de distribuição dos flip-flops ASPORTUGUESAS, lançados há pouco mais de um ano no mercado.

No âmbito desta parceria, a coleção de 2018, que chegará ao mercado no final do ano, está já a ser trabalhada por Pedro Abrantes em estreita colaboração com os dois

grupos empresariais, estando simultaneamente a ser analisada a entrada em novos mercados, nomeadamente no Reino Unido e nos EUA, os principais países de exportação do grupo Kyaia.

Segundo Fortunato Frederico, presidente do grupo Kyaia, "ASPORTUGUESAS trazem consigo um novo conceito de flip-flops pelo que, perante a oportunidade de nos tornarmos sócios deste projeto, não hesitamos em avançar com a parceria. Apesar de sermos uma empresa com uma longa atividade e know-how no negócio do calçado, com este acordo entraremos pela primeira vez no segmento dos flip-flops, com um produto que consideramos ter grande potencial."

Por sua vez, Pedro Abrantes, CEO da Ecochic explica que "é uma honra juntar no mesmo



projeto o líder mundial do setor da cortiça e o líder nacional do setor do calçado".

A Ecochic é uma startup da incubadora Amorim Cork Ventures, lidera a produção de flip-flops de cortiça com a marca ASPORTUGUESAS, estando neste momento a apresentar a sua terceira coleção ao mercado. Esta marca,

que tem a cortiça como a sua principal matéria-prima e elemento diferenciador, tem como principais benefícios o conforto, uma

tira ergonómica, o facto de apresentar maior resistência na ligação tira e sola, assegurando ainda uma maior aderência em pisos molhados. Desde o seu lançamento, em março de 2016, ASPORTUGUESAS foram alvo de atenção de inúmeros mercados internacionais, principalmente do Médio Oriente, mas também dos EUA, França, Alemanha e Reino Unido, responsáveis por inúmeras vendas da marca.



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;
- piatele 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



Maio / 2017



order location
Düsseldorf

Gallery



INTERNATIONAL
FASHION TRADE SHOW



EVENING & OCCASION

July 22 – 24, 2017

GALLERY-DUESSELDORF.COM

Gallery
SHOES

INTERNATIONAL TRADE SHOW FOR
SHOES & ACCESSORIES

SHOES

A white line-art icon of a high-heeled shoe, positioned behind the word 'SHOES' and overlapping the letter 'O'.

August 27 – 29, 2017

GALLERY-SHOES.COM

AREAL BÖHLER / DÜSSELDORF