PORTUGUESE SHOES
APICCAPS

NOTÍCIAS

ACORDO
–

Comércio livre para o setor do calçado

ENTREVISTA
–

Secretário de Estado dos Assuntos Parlamentares na primeira pessoa

CONGRESSO
–

Porto, Capital Mundial do Calçado

GERAÇÃO 4.0
–

Marta e Cristiano Lopes apresentam-se

Nº / 254
maio / 2018

FICHA TÉCNICA

Propriedade
APICCAPS - Associação dos Industriais de Calçado,
Componentes, Artigos de Pele e Seus Sucedâneos
Rua Alves Redol, 372 | 4050-042 Porto
Tel: 225 074 150 | apiccaps@mail.telepac.pt | www.apiccaps.pt

Diretor
Presidente da APICCAPS

Edição
Gabinete de Comunicação da APICCAPS
claudiapinto@mail.apiccaps.pt

Foto de capa
Frederico Martins

Conceção Gráfica e Execução
Manifesto e laborpress

Distribuição
Gratuita aos Associados

Tiragem
2 000 exemplares

N.º DL: 366612/13

QUANTO LUXO PODE HAVER NUM PAR DE SAPATOS?

Mónica Seabra Mendes
Universidade Católica de Lisboa

Fala-se tanto de luxo e diz-se tão pouco. Ao abusar deste superlativo, acabamos por lhe perder a essência. E o luxo, o verdadeiro, faz-nos falta.

Na sua aceção mais pura, um objeto de luxo é o resultado de uma paixão por algo em que queremos dar o nosso melhor, algo original que se distinga de tudo o demais, executado pela inteligência das mãos e pensado para alguém capaz de entender o quão extraordinário esse objeto é. Objetos concebidos até ao limite da imaginação e da originalidade, da harmonia, da beleza, do ínfimo detalhe. Objetos extra (ordinários), superlativos, raros, intemporais, que guardamos, cuidamos, reparamos, partilhamos e deixamos como legado para outras gerações. Este é o luxo que eu entendo e no qual acredito. O luxo do respeito pelo próximo, sempre que alguém supera o seu saber, para chegar mais longe e para surpreender o outro. Para lhe dar o melhor de si. O luxo que contraria a economia do aqui e do agora. O luxo que respeita o tempo: dos que criam, dos que executam, dos que apreciam e o tempo da própria natureza que exerce os seus milagres, ao proporcionar as melhores colheitas para os vinhos mais aromáticos, os diamantes mais puros para as joias de exceção, as peles mais perfeitas para os mais distintos sapatos...

Esse seria o luxo que deveríamos promover nas nossas indústrias. Chamemos-lhe cultura de excelência, se preferirem. A que nos faz tomar as rédeas do mercado e ditar o futuro e não ser ditado por ele. A que nos garante que tudo o que é feito com amor e excelência acrescenta-nos. A que nos faz criar valor e ser recompensado por ele. A cultura de reconhecer os nossos artesão e as suas artes, a de incentivar os nossos criativos e o seu olhar e a de desafiar a visão dos nossos gestores e empreendedores. O luxo que nasce para emocionar quem nele trabalha e quem dele desfruta. O luxo que se destina, nas palavras de Oscar Wilde, a todos os que possuem o mais simples dos gostos: satisfazem-se apenas com o melhor.

E quanto luxo cabe num par de sapatos? Todo o que quisermos. E não necessitamos de o cobrir de ouro ou de pedras preciosas. Isso seria apenas torná-lo mais dispendioso, não necessariamente mais luxuoso. O preço no luxo resulta do valor intrínseco do que se cria. É um resultado, nunca uma premissa.

O valor resulta da visão de um artesão ou criativo em fazer algo diferente e na ambição de criar o melhor na sua categoria. Vem da superação diária. Vem da entrega. Vem da perícia em executar os gestos certos para dar a forma correta a um sapato, vem da exigência do seu acabamento, vem do olhar treinado para observar o mais ínfimo defeito. Vem de escolha dos melhores materiais. Vem do tempo, sem tempo, que é dado ao sapato para ganhar a patine que se pretende, vem de o embalar como a peça preciosa que é: com preceito, com detalhe. Vem de o dotar de uma vida que vai para além da vida e de um design com a maior das sofisticações - a simplicidade - que desafia o tempo e as modas. Vem do propósito de nunca comprometer a qualidade. Vem da ambição de criar mais do que um produto, uma relação com quem o adquire. Antes de chegar aos nossos pés, existe num par de sapatos a marca de uma visão, de uma paixão, de uma inquietação constante da alma, de respeito e de uma longa história de superação humana e de excelência para contar.

Sim, num par de sapatos podemos ter todo o luxo do mundo.

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

COMÉRCIO LIVRE PARA O SETOR DO CALÇADO

—

Os representantes das associações internacionais de calçado e as câmaras da indústria dos cinco continentes assinaram uma declaração conjunta de apoio ao comércio livre e justo.

O acordo histórico foi assinado durante o terceiro Fórum Internacional de Calçado, realizado no Porto, por ocasião do 20º Congresso da UITIC.
Para a APICCAPS, tendo em linha de conta que a indústria portuguesa de calçado exporta 95% da sua produção, para 152 países, nos cinco continentes, "esta declaração conjunta, de defesa do comércio livre, justo e equilibrado é de extrema relevância". Importa, ainda, "combater todas as práticas que distorcem a concorrência".

Lançado pela CEC em 2015, o Fórum funciona como uma plataforma para trocar informações, considerar iniciativas comuns e abordar desafios emergentes, encontrando soluções colaborativas para trabalhar. Nesta visão, e à luz do aumento das medidas protecionistas em todo o mundo nos últimos anos, os participantes aprovaram uma declaração conjunta comprometendo-se a cooperar para o comércio livre e justo no setor de calçado.

Todos os países reconhecem que o protecionismo reduz o consumo, o investimento e as oportunidades de emprego, reduzindo consequentemente a competitividade e o crescimento das empresas de calçado. Nesse sentido, os signatários declararam firmemente a oposição a todo tipo de barreiras tarifárias e / ou não-tarifárias e pedem que os formuladores de políticas trabalhem no sentido de estabelecer condições equitativas para um mercado global aberto e justo, sem práticas de dumping e falsificação. A declaração expressa um compromisso de apoiar a consecução desse objetivo comum compartilhando informações e transmitindo esta posição aos respetivos governos nacionais.

Para Cleto Sagripanti "este é um dia importante para a indústria de calçado, pois acredito que é o começo de uma colaboração transparente e aberta entre os representantes dos cinco continentes para um comércio justo e livre".
O presidente da CEC acredita que "a médio e longo prazo, os regimes protecionistas só podem contribuir para tornar as empresas mais frágeis. Numa economia e sociedade global em rápida evolução, governada por consumidores, as associações nacionais e os formuladores de políticas devem trabalhar em iniciativas conjuntas para garantir que as empresas possam beneficiar de oportunidades comerciais de um mercado aberto e justo".

ENTREVISTA A PEDRO NUNO SANTOS, SECRETÁRIO DE ESTADO DOS ASSUNTOS PARLAMENTARES

"TEMOS DE ACELERAR O PROCESSO DE DESCENTRALIZAÇÃO"

Aos 41 anos, Pedro Nuno Santos é secretário de Estado dos Assuntos Parlamentares e um dos nomes mais seguros da sua geração nas fileiras do Partido Socialista. Oriundo de uma zona do país onde a presença do setor do calçado mais se faz sentir, São João da Madeira, Pedro Nuno Santos tem uma visão 'desempoeirada' da política, que parece entender como uma plataforma ao serviço do desenvolvimento comum. Sem mais. Não escamoteando as questões mais difíceis da envolvente económica nacional, o secretário de Estado assume uma opção clara pela presença do Estado enquanto elemento moderador, e modelador, das circunstâncias em que, a cada momento, se movem os agentes económicos e políticos. Não é, na sua ótica, uma opção 'passadista': pelo contrário, é o uso de um legado de que a Europa é a melhor herdeira. Dizem os 'mentideros' – pródigos em diagnósticos que nunca se concretizam, convenhamos – que Pedro Nuno Santos está apenas a dar os primeiros passos numa carreira política que o poderá levar bem mais longe que a Secretaria de Estado. A ver vamos.

Por António Freitas de Sousa

Numa fase em que o investimento público parece estar a rearrancar depois dos anos difíceis da 'troika' e da necessidade de controlo do défice dos primeiros orçamentos socialistas, quais considera que devem ser as prioridades desse novo esforço?

Precisamos de investir mais nos nossos serviços públicos e infraestruturas. Precisamos de modernizar e de qualificar a nossa economia. Precisamos de preparar agora o país para os desafios das próximas décadas – e queremos fazê-lo com a mesma competência com que governamos o presente.

Por isso, em primeiro lugar, é necessário apostar nos serviços públicos de saúde e educação. Há ainda um longo caminho para percorrer depois do desinvestimento de que foram alvo no passado recente, e dada a centralidade destes serviços para a vida das famílias, é necessário que elas sintam uma melhoria clara no serviço que lhes é prestado. Existe ainda a necessidade de investir na habitação, no sentido de criar melhores condições e qualidade de vida para as novas gerações.

Em segundo, temos de melhorar a qualidade do emprego em Portugal. O combate à

precariedade será uma prioridade nesta segunda metade da legislatura. Mas temos também de concretizar a aposta na inovação, a democratização do ensino superior, a universalização do ensino secundário, bem como a criação de condições para as empresas investirem.
Em terceiro lugar, queremos acelerar o processo de descentralização de serviços e responsabilidades para as autarquias, bem como prosseguir a reforma modernizadora do Estado.
Em quarto lugar, queremos concretizar a reforma da floresta, reforçando o empenho no reordenamento do território, prevenção e combate a incêndios e revitalização do interior.
Por fim, queremos participar ativamente na preparação do futuro da construção europeia, onde se inclui a reforma da União Económica e Monetária, o Portugal 2030, e a reprogramação do quadro comunitário, tendo em vista uma nova década de convergência com a Europa.

O turismo mas também os setores ditos "tradicionais" – têxteis e calçado, nomeadamente – estão na linha da frente do desenvolvimento económico, da criação de emprego e da aposta nas exportações. Portugal é, na sua ótica, um país em industrialização, um país de serviços, ou uma terceira via à procura de um novo paradigma?
Nas últimas décadas, o nosso país sofreu um processo de desindustrialização um pouco mais intenso do que seria desejável, com uma correspondente tercerização da economia. O ajustamento do tecido industrial foi, em alguns setores, muito intenso, pelo facto do nosso perfil produtivo estar, por motivos de desenvolvimento histórico, demasiado concentrado em atividades tradicionais, dependentes de mão-de-obra barata e de as nossas empresas procurarem competir sobretudo pelo preço. Por esse motivo, estavam vulneráveis à entrada no mercado mundial de países como a China, a Índia, ou outros países do sudoeste asiático e do anterior bloco comunista, na Europa de Leste.
Ao mesmo tempo que protegemos o nosso mercado interno de serviços e qualificamos os serviços que contribuem para a exportação – seja os serviços mais avançados, seja o turismo, onde se assiste a uma diversificação tanto do serviço prestado como dos países de destino que atrai -, era importante que os setores industriais ganhassem músculo, seja os mais tradicionais como os mais modernos.

Que significado atribui ao facto de precisamente as indústrias tradicionais terem escapado ao anúncio, claramente prematuro, do seu desaparecimento? A quem se deve esse sucesso – aos empresários ou à envolvente 'patrocinada' pelo Estado?
Não foram só boas notícias. Esses setores atravessaram um período muito complicado de ajustamento, nalguns casos, muito violento, levando à perda de dezenas de milhares de postos de trabalho e ao desaparecimento de muitas empresas. No entanto, não só estes setores não desapareceram como hoje estão ao nível dos melhores do mundo. O setor do calçado é o melhor exemplo disso mesmo. Hoje, é composto por empresas de nível mundial, que em termos de qualidade já não têm ninguém à sua frente e que apenas são segundos no preço médio, logo a seguir a Itália. Este sucesso, para além de ser importante para estes setores em concreto, teve o mérito de apontar o melhor caminho para o desenvolvimento ao resto da indústria nacional: apostar na inovação, na qualidade do produto, no design e no marketing. Este sucesso deve-se a muita gente e a diversas instituições. Destaco os empresários e a sua vontade e força para darem a volta por cima às dificuldades que enfrentaram, o Estado que investiu muitos milhões para apoiar a modernização e a promoção externa do setor e os trabalhadores portugueses, sem os quais nada disto teria sido possível.

Apesar de tudo, o investimento direto estrangeiro nesses setores, como em outros, não é significativo. O que é que falta para Portugal ser uma geografia privilegiada?
O investimento direto estrangeiro está a aumentar em Portugal, embora no caso dos setores tradicionais não seja significativo. Apesar de ser desejado em todos os setores, é mais importante naqueles em que precisamos de adquirir competências. Foi importante para o calçado, vestuário e têxtil, durante um determinado período, mas neste momento o mais relevante é a continuação do desenvolvimento das empresas portuguesas. Ainda precisamos de vencer o desafio mais difícil de todos: a criação das nossas próprias marcas.

Que papel atribui ao Estado no quadro de uma economia moderna, de mercado, aberta ao exterior e situada numa geografia (a União Europeia) onde a concorrência entre Nações (nomeadamente ao nível fiscal) é determinante?
Os traços atuais da economia internacional não retiraram toda a margem de manobra à intervenção pública. Com a devida visão estratégica e liderança política, o Estado deve ser capaz de exercer um papel ativo na identificação dos défices da economia portuguesa e no desenho de políticas sistémicas inteligentes – e no cumprimento das regras internacionais e europeias – que permitam debelar, progressivamente e em parceria com o setor privado, os problemas identificados. Continua a caber ao Estado um papel essencial de coordenação e incentivo ao investimento privado através da criação de oportunidades de mercado em áreas e setores decisivos para a diversificação e sofisticação do nosso tecido económico.

Nos Estados Unidos mas também em diversas geografias europeias – a Itália pode ser a próxima – o regresso do protecionismo, que em certa medida parece ser uma derrota da ideia que esteve na base da criação da CEE, é um problema que a Comissão Juncker tem de enfrentar?
Precisamos de esperar mais um pouco para avaliar o impacto real dessas tendências ao nível das trocas comerciais no plano internacional. Tem-se falado muito de guerras comerciais (envolvendo os EUA e a China, por exemplo), mas os seus efeitos agregados – se o nível conflito comercial não atingir um outro patamar - podem ser bastante diminutos.
Na espaço europeu, não existem propriamente reivindicações protecionistas – do ponto de vista comercial -, mas há tensões políticas e sociais várias no seio da UE que estão na base de uma reflexão profunda que hoje existe entre os líderes e as instituições europeias sobre o presente e o futuro da União Europeia. A verdade é que o mercado interno de pessoas, bens, serviços e capitais não trouxe, pelo menos nas últimas duas décadas, mais convergência entre Estados-membros nem estabilidade política e social em muitos países. E estes eram alguns dos seus grandes objetivos. Quando olhamos para as inclinações protecionistas em alguns países europeus, temos que saber explicá-las para realmente as poder compreender, em vez de as criticarmos como se fossem o resultado de um qualquer arcaísmo ou conservadorismo dos povos europeus.

Não foi sempre assim, mas aparentemente o protecionismo cresce na proporção direta do aumento dos votos na extrema-direita ou em projetos populares vazios de ideologia (voltamos a Itália). Como explica esta 'modernice'?
Na realidade, trata-se de um padrão histórico relativamente bem identificado. As grandes deslocações económicas e sociais - como as que têm existido nas últimas décadas, na Europa e no mundo - produzem, em grupos menos preparados para se adaptar às mudanças profundas que não podem controlar e mais vulneráveis a sofrer os efeitos destruidores da sua dinâmica, reações de perplexidade, ansiedade, dúvida e medo. Tipicamente, a forma como estas reações se traduzem politicamente leva à desestruturação dos sistemas político-partidários mais frágeis e à emergência de movimentos e partidos que procuram dar respostas – mais ou menos realistas ou demagógicas – às dúvidas e medos das pessoas. São estas dinâmicas que temos que saber desmontar para compreender o que hoje muitos chamam, de forma um pouco simplista, de "populismos" (que podem reivindicar diferentes protecionismos).

É verdade que "somos todos Centeno", ou isso seria um exagero que pode fazer mal à saúde?
O mais importante para nós é que Mário Centeno e este governo representam um exemplo de que a melhor forma de cumprir as metas orçamentais não é cortando na despesa social ou aumentando impostos. Conseguimos ultrapassar as metas a fazer o contrário da receita que foi imposta ao país no tempo da troika. Isso permitiu que a economia e emprego crescessem mais do que o esperado, e esse dividendo económico tem uma dimensão orçamental que permitirá investir mais e melhor nos nossos serviços públicos e infraestruturas.

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

SR. TRUMP: ESTAMOS A CHEGAR

—

"If you could make it everywhere, you can make it there: New York, New York".* Frank Sinatra imortalizou a cidade que nunca dorme, Alberto Castro lançou a prioridade para os próximos anos da indústria portuguesa de calçado. O professor da Universidade Católica e presidente da Instituição Financeira de Desenvolvimento (IFD), apresentou a indústria portuguesa de calçado no 20º Congresso da UITIC.

Recorrendo a analogias musicais, todos os períodos do setor foram passados em revista. "Where there is a will, there is a way" (querer é poder) deu o mote, "We will survive" (vamos sobrevier) conta a história do "fim anunciado" que muitos previam para o setor e que, como dados recentes comprovam, não se veio a verificar. Desde 2010, por exemplo, as exportações portuguesas de calçado cresceram 55% e chegam, atualmente, a 152 países nos cinco continentes. Em 2017, a indústria exportou 82 milhões de pares de calçado no valor de 1965 milhões de euros.

E agora? Para onde vamos? Frank Sinatra indica o caminho. Os Estados Unidos serão o próximo mercado de investimento do setor, um caminho estratégico traçado no FOOTure. Até 2020 a indústria tem como prioridade duplicar as exportações (160 milhões de euros) para o maior importador mundial de calçado.

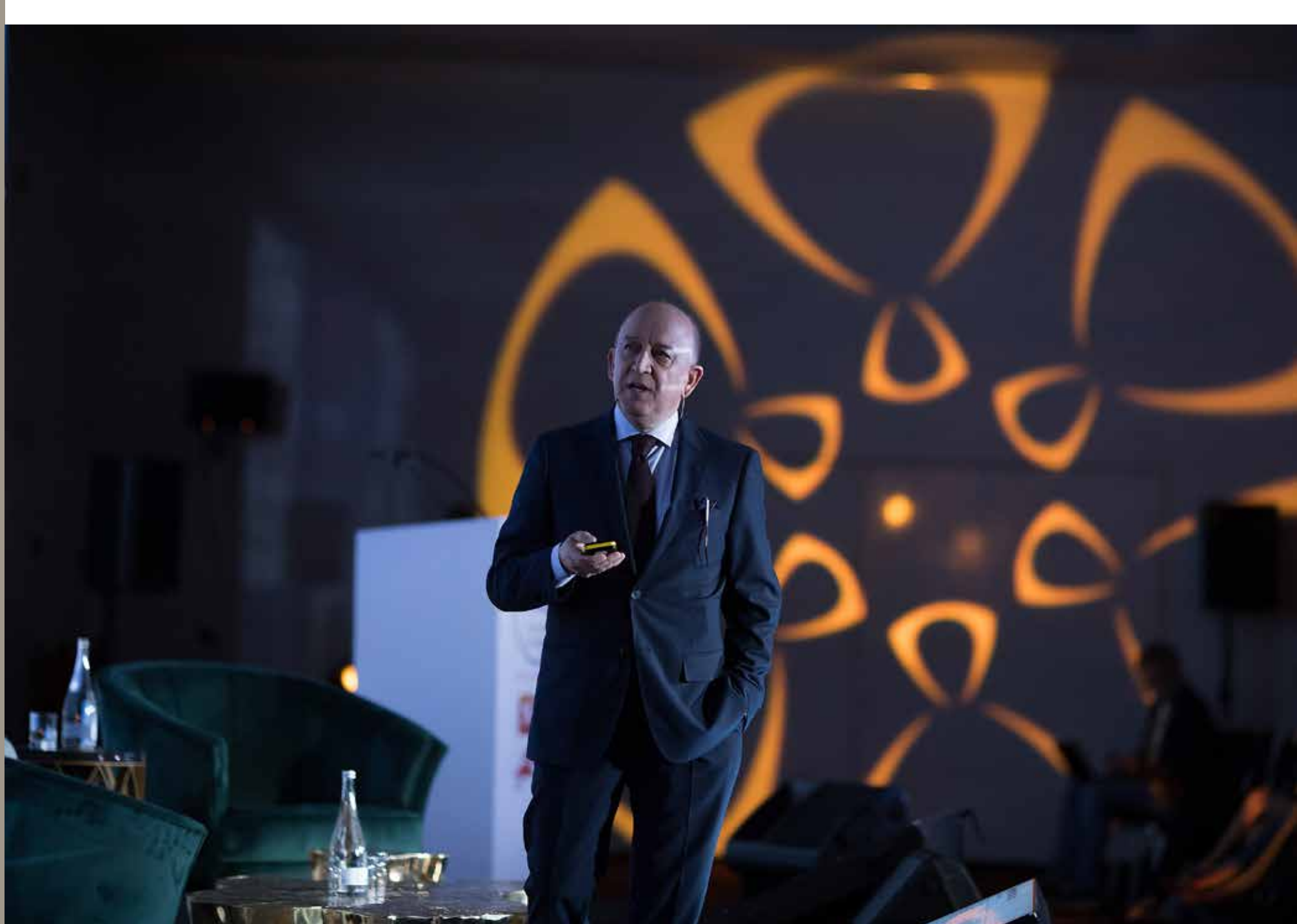
"Mr. Trump, be aware! The portuguese footwear industry is coming..." (Mr. Trump, tenha cuidado. A indústria portuguesa de calçado está a chegar).

Começou já em março o investimento a este mercado. Road to USA foi o tema da conferência que marcou o início da mais ambiciosa ofensiva portuguesa ao mercado americano, num projeto conjunto da APICCAPS com a ANIVEC, com o apoio do programa Compete 2020.

Em junho, Portugal recebe um grupo de importadores. Em julho, Nova Iorque acolherá o melhor da oferta portuguesa, numa ação comercial e de comunicação, que permitirá uma primeira avaliação «in loco» do mercado. Uma ação que contará com uma mostra selecionada de produtos portugueses será aprimorada com ações de imagem, relações públicas e mesmo diplomacia económica.

Recorde-se que os Estados Unidos são o maior importador mundial de calçado. Nos últimos sete anos, as vendas de calçado português para os EUA e Canadá passaram de 13 para 99 milhões de euros, no final do ano passado (crescimento de 662%).

*Se o podes fazer em qualquer lugar, podes fazer em... Nova Iorque.



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

Cumpre 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

WONDER LACES. LAÇOS OU POMPONS QUE DÃO NOVA VIDA AO CALÇADO

Por Ilídia Pinto

Quem disse que um simples par de sapatilhas não pode renascer todos os dias para um look diferente? Foi isso mesmo que Madalena Ruão Garcez pretendeu com a Wonder Laces, a marca de acessórios para calçado criada em março de 2017 e que está já presente no mercado angolano.

Bordados, pompons, laços ou flores, a variedade é imensa e fica ao gosto de cada consumidor.
As aplicações da Wonder Laces trazem molas que as tornam especialmente fáceis de aplicar. Mas há, também, os atacadores inovadores, às cores, em cetim, veludo ou vários tipos de tecidos axadrezados. Ou em silicone. Gestora de serviços de saúde, públicos e privados, ao longo de 14 anos, Madalena Ruão Garcez assume-se uma "apaixonada" pela moda em geral e pelos sapatos em particular. Acompanha, desde sempre, as tendências internacionais, e começou a perceber que os acessórios têm cada vez mais importância, mesmo no calçado.

"Sempre fiz peças de bijuteria em casa e comecei a pensar como aproveitar esta apetência pelos acessórios para dar uma nova vida aos sapatos ou sapatilhas que temos lá por casa", explica a empresária. Começou pelas redes sociais e o sucesso foi imediato. Ao segundo dia já tinha encomendas. Um ano depois, a marca está presente em alguns pontos de venda na região Norte do país, desde lojas de desporto a espaços de moda e acessórios, mas, também, em Angola, país onde entrou no final do ano.

Para 2018, a aposta passa pela expansão da Wonder Laces ao resto do território nacional, mas também ao alargamento da presença internacional. O crescimento da procura turística em Portugal tem ajudado à divulgação da marca. "Temos já contactos e estamos em negociações para a Alemanha, Espanha e França", diz a empresária portuense.

PRÉMIOS EMPREENDEDOR XXI

O melhor impulso para a tua empresa.

Os Prémios Empreendedor XXI têm como objectivo identificar, reconhecer e acompanhar as empresas inovadoras com menos de três anos de actividade e elevado potencial de crescimento.

Esta iniciativa foi criada há dez anos em Espanha e já atribuiu prémios no valor de 4,3 milhões de euros a 289 empresas.

Este ano é alargada à participação de empresas portuguesas no âmbito da estratégia do Grupo CaixaBank de implementar alguns dos seus programas no nosso país, após o BPI ter passado a fazer parte do Grupo.

Os vencedores terão acesso a prémios monetários e a um programa de acompanhamento internacional na Singularity University, em Silicon Valley, e na Universidade de Cambridge.

Candidaturas até **3 de Novembro** em **www.empreendedorxxi.pt**

Apoio:

BPI

MAIS JOVENS PARA A INDÚSTRIA

Ciente das dificuldades que enfrentam as empresas de calçado, a nível nacional e europeu, no que diz respeito ao recrutamento de jovens trabalhadores para a indústria, a APICCAPS promoveu uma discussão alargada entre jovens e empresas do setor à margem do Congresso Mundial de Calçado.

O Young Workers Days é uma iniciativa europeia e tem como objetivo principal facilitar e promover a troca de experiências e boas práticas de recrutamento de jovens talentos. A iniciativa, presidida pela secretária de Estado da Indústria, contou com a presença de dezenas de jovens. Para Ana Teresa Lehmann esta é uma área "extremamente prioritária. Urge aumentar a atratividade e aproximar os jovens da indústria. O setor do calçado é um caso de sucesso; por um lado pelo esforço de modernização e por outro por ser um dos exemplos mais visíveis de inovação na tradição".

No âmbito do Congresso Internacional da Uitic, no Hotel Sheraton, o evento foi dividido em dois momentos distintos. A primeira parte da tarde arrancou com a apresentação do projeto #inmyshoes, por Federico Brugnoli, da Spin 360. Em traços gerais, o projeto europeu tem como objetivo divulgar as potencialidades da indústria juntos dos mais jovens, utilizando para isso fortes campanhas de comunicação (vídeos, redes sociais).

Rita Souto, do CTCP, apresentou o painel "Tendências de recrutamento no setor a nível nacional". Nos últimos 20 anos o peso dos trabalhadores qualificados na indústria subiu de 28% para 57%, sendo que os quadros médios e superiores apenas representam 9% dos trabalhadores. Segundo a dados do Instituto de Emprego, prototipagem, design, produção, qualidade, marketing e engenharia de produto são as áreas do setor onde faltam mais recursos humanos qualificados.

Pedro Sousa (Portdance) e Fernando Silva (Bo-Bell) ambos representantes de empresas de calçado, falaram sobre as principais dificuldades de recrutamento para a indústria. Para o responsável da Bo-Bell a requalificação dos recursos humanos mais antigos é uma iniciativa perentória. Para Ana Maria Vasconcelos, da empresa de malas Vasconcelos & Co. as dificuldades são ainda maiores. "O subsetor dos artigos de pele tem muito trabalho manual, pelo que há uma grande necessidade de recrutar trabalhadores". Para atrair a atenção dos jovens locais, a empresa de S. João da Madeira abre a produção durante as férias de Verão e contrata jovens estudantes. "Para nós é importante que estes jovens percebam como funciona a produção. São colocados lado a lado com trabalhadores mais antigos e começam, desde logo, a aprender a técnica".

A segunda parte da sessão foi reservada aos stakeholders da indústria (associação do setor, centros de formação, instituições de ensino e formação com potencial de formação no setor, sindicatos, empresas) com o objetivo de conhecer as boas práticas de recrutamento de jovens e políticas de recursos humanos nos vários países europeus.

Em discussão estiveram várias temáticas como o interesse do trabalho. Para Pedro Sousa da Portdance, o segredo pode estar na diversificação de tarefas "Parece-me essencial que os trabalhadores, cada vez mais, saibam um pouco de todo o processo produtivo. Certamente fará a diferença na forma como trabalham".

O PROJETO

Attracting new skilled workforce for quality jobs in the European Footwear sector é um projeto financiado pela Comissão Europeia e tem como principal objetivo identificar estratégias para colmatar a falta de jovens na indústria. No âmbito deste projeto estão previstos dias dos jovens trabalhadores em países como Polónia, Espanha e Itália. O foco destes eventos é, por um lado, valorizar a identidade e imagem do calçado no setor para atrair jovens, por outro facilitar e promover a troca de experiências e boas práticas de recrutamento de jovens e para que se aproximem das necessidades e expectativas dos jovens.

Este projeto visa, ainda, compreender o porquê da dificuldade de atrair jovens para o setor do calçado, identificar possíveis soluções já implementadas na Europa e, entre estas, as boas práticas com elevado potencial de reprodução a nível continental, e atuar diretamente través de uma forte campanha de sensibilização em particular nos países onde o calçado tem muita expressividade e necessidade de mais mão-de-obra.

O projeto tem como principais parceiros a associação italiana de calçado – Assocalzaturifici, a IndustriAll e a Confederação Europeia de Calçado – CEC.

PORTO, CAPITAL MUNDIAL DE CALÇADO

—

Terminou, com um balanço francamente positivo, o maior congresso Mundial de Calçado. Durante uma semana estiveram reunidos no Porto 541 profissionais do setor, oriundos de 33 países.

De acordo com Yves Morin "foi um congresso incrível". Na ótica do Presidente da UITIC (União Internacional dos Técnicos da Indústria de Calçado), o "20º Congresso da UITIC foi incrível devido ao número recorde de delegados, pelas fantásticas visitas às empresas, pelo nível elevado dos painéis, dos discursos e das apresentações". Em traços gerais, "o congresso atingiu plenamente os seus objetivos de ser o «Think Tank» internacional da indústria de calçado".

MAIS DE 30 ORADORES

O futuro da indústria de calçado a nível mundial foi o ponto central em discussão. "Novos produtos e novos serviços ligados às necessidades dos consumidores", "Desenvolvimento inteligente e produção", "Sustentabilidade, transparência da cadeia de abastecimento e tendências regulatórias que afetam as fábricas" e "Fábricas centradas no homem e novas formas de gestão" foram os temas em destaque.

Vasco Rodrigues, da Universidade Católica, apresentou a indústria de calçado mundial e, logo de seguida, Alberto Castro destacou o percurso recente da indústria de calçado. Com recurso a temas musicais icónicos, o economista atravessou os recentes anos da indústria de calçado e apontou o caminho futuro.

Uma das intervenções mais esperadas era de Maarten Oonk, da Deloitte. "Podemos dizer que o cliente final assume um papel cada vez mais importante no processo industrial. O futuro passa por perceber quais os desejos do cliente". Para o responsável da consultora internacional "a tecnologia digital permite alterar profundamente a relação com o consumidor final", processo esse que já é hoje "muito diferente do que acontece numa loja física tradicional. "Hoje em dia - continuou - podemos ir a uma loja online e partilhar os nossos gostos e preferências. Se conseguirmos captar isto, poderemos optimizar todo o processo produtivo - desde o design até ao produto final - e ir ao encontro do que o cliente deseja".

Matt Priest, da FDRA (Federação de Retalhistas Americana) iniciou o painel "Exploração de tecnologias emergentes de design e desenvolvimento em marcas de calçado global." O responsável da FDRA acredita que o futuro passa pela prototipagem em impressoras 3D e em planeamentos virtuais. "Apenas precisamos de 26 minutos para fazer um sapato numa fábrica. No entanto, quanto demora o design, planeamento e desenvolvimento? O planeamento tradicional, que envolve dezenas de materiais e folhas de produção, está completamente fora de uso. Uma impressora 3D demora entre 2 a 4 dias a produzir uma amostra, por um valor muito baixo, enquanto no modelo de produção tradicional estamos a falar de 12 semanas de desenvolvimento com valores realmente altos". A discussão deste tema contou ainda com Chris Hillyer (Deckers Brands), Andreas Tepest (Deichman) e Nicoline Van Enter (Footwearists).

"Novos produtos e novos serviços" foi a sessão seguinte e contou com as intervenções de Eric Paquin (French Footwear Federation), Maria José Ferreira (Centro Tecnológico de Portugal) Audrey Golub (ELSE Corp) e Carol Andrey e Golub Mc Donald (Gneiss Concept). Maria José Ferreira apresentou "Sustainable Fashion shoes 4 all". Para a representante do CTCP o futuro do calçado passa, indiscutivelmente por uma era digital, onde predominam as tecnologias. Além disso, palavras como economia circular, sustentabilidade e ecologia serão o nova ordem do dia. Os consumidores são cada vez mais exigentes e informados, por isso, as preocupações com questões ambientais serão requisitos obrigatórios nas marcas.

O painel contou ainda com a apresentação de Sara Andrade, da Vogue Portugal: 'De que forma as tendências da moda podem ser integradas no desenvolvimento de produtos?'. A representante da publicação acredita que devem ser as empresas a definir qual o rumo a seguir. "Perguntam-me de que forma as empresas devem integrar as tendências? Sejam a tendência". Sara apontou três ferramentas essenciais para conseguir este objetivo. Por um lado, introduzir o innovation think "é preciso pensar fora da caixa. O que pode ser feito que ainda não existe?" Em segundo lugar, apostar na comunicação. "Hoje em dia é essencial que as marcas conseguiam associar-se ao lifestyle appeal. Os clientes querem produtos com os quais sonham; produtos que acrescentem valor nas suas vidas". Por último, mas não menos importante, apostar sempre na qualidade; "não há nada mais relevante do que isto".

"Desenvolvimento inteligente e fabrico" foi o tema central da terceira sessão e contou com a participação de Christophe Cumin (Centro Tecnológico de Calçado de França), de Miguel Davia (INESCOP) Javier Cortés Cameros (CTCR), Pedro Carvalho (AMF Shoes) Klaus Freeze (DESMA) Sergio Dulio (ATOM lab) e, finalmente, com Linli Cao (BM Technology) que encerrou o dia com o painel "O Caminho rumo ao Desenvolvimento em Massa e Fabrico de Calçado Personalizado".

Outra das apresentações mais aguardadas era de Pedro Carvalho, da AMF Shoes. A empresa portuguesa de calçado de segurança produz, neste momento, sapatos sem costuras através da linha Infinity. "Esta tecnologia 3D simplifica a produção em larga escala, economiza custos de energia e permite um produto final com maior desempenho técnico".

O último dia do congresso começou com o tema "Sustentabilidade, tendências regulatórias com impacto nas fábricas", com uma sessão introdutória de Álvaro Flores, da CICB-Brasil, seguido de Vera Pinto (CTCP) Francisca Aran Ais (INESCOP), Bhadendra Nath Das (CLRI – Índia) e Régy Lety Soex (Centro Tecnológico Francês).

A última sessão "Novas formas de treino e gestão de conhecimentos" arrancou com Aura Miai, da Gheorghe Asachi Technical University, da Roménia, seguindo-se Elisabeth Rouiller, do ISC, Matteo Pasca, da Arsutoria. A conclusão ficou a cargo de Sophie Viot Coster, da ADC Au-Delà Du Cuir.

INDÚSTRIA PORTUGUESA EM DESTAQUE

Na abertura, a Secretária de Estado da Indústria salientou que "Portugal está numa posição privilegiada. É uma indústria inovadora e fortemente exportadora: mais de 95% da sua produção destina-se aos mercados externos e exportou mais de 80 milhões de pares de calçado em 2017." Para Ana Teresa Lehmann o tema do Congresso – 'From fashion to factory: a new technological age' – "refletiu o papel da tecnologia como força motriz da economia e o seu impacto nas indústrias mundiais. A esse nível, a indústria do calçado, conhecida (através da muito premiada campanha) como a mais sexy da Europa, é um modelo de competitividade. É também um dos exemplos mais visíveis de modernização e inovação na tradição".

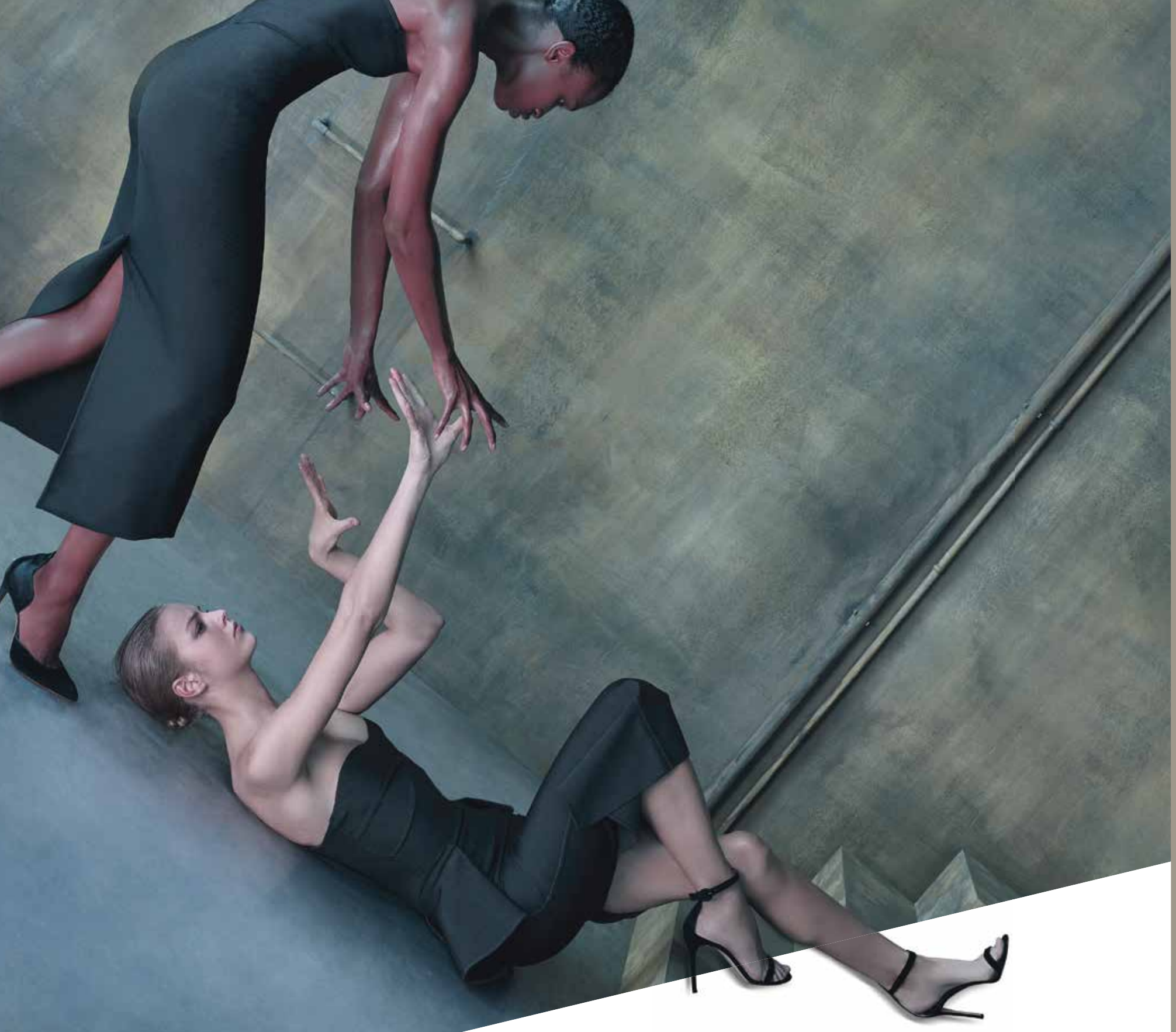
Ao longo de três dias mais de 20 empresas de calçado foram visitadas pelos congressistas. "Quando sugeri o tema deste 20º congresso — 'From Fashion to Factory: A New Technological Age' estava a pensar em Portugal. Portugal era o local certo para debater este tópico, porque há poucos países no mundo onde podemos encontrar em simultâneo toda a cadeia de produção, com muito bom 'know-how' produtivo e com conhecimento aprofundado da moda e design", afirmou Yves Morin.

O ROTEIRO FOOTURE 4.0

"Balanço positivo para um dos mais interessantes Congressos de sempre", assume o Presidente da APICCAPS. Luís Onofre destacou o «Roteiro do Cluster do Calçado para a Economia Digital», recentemente apresentado pela indústria portuguesa de calçado. O FOOTure 4.0 prevê um investimento de 50 milhões de euros até 2020 e procura explorar as oportunidades criadas pela Indústria 4.0 e definiu quatro prioridades estratégicas e 14 medidas, nomeadamente criar formas de interação com o cliente num contexto digital e em rede; melhorar a flexibilidade, tempo de resposta ao cliente, inteligência de negócios e sustentabilidade; qualificar o setor para a Indústria 4.0, tonando-o mais dinâmico, inovador e capaz de criar novos negócios; melhorar a inteligência e imagem do setor.

PRÓXIMO CONGRESSO EM ABERTO

O Comité Executivo da UITIC reuniu no final do congresso e anunciou que existem três candidaturas para a realização do próximo grande evento técnico à escala mundial: África do Sul, Colômbia ou Roménia são os países que já apresentaram candidatura e poderão acolher em 2020 o 21º Congresso Mundial do Calçado.



MICAM 86°
MILANO

awaits you
with Envy

16th - 19th September 2018

S/S 2019 collection
Fiera Milano Rho

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

CALÇADO PELO MUNDO

—

"Avatar", "Relatório Minoritário", "O dia depois do Amanhã", "Regresso ao Futuro" ou "Inteligência artificial". No universo cinematográfico, vários são os filmes que convidam a uma viagem, mais ou menos exploratória, a um horizonte longínquo. No mundo empresarial, imbuídos no espírito da "Indústria 4.0", a que muitos apelidam de 4ª Revolução Industrial, assiste-se a um salto tecnológico sem precedentes. Há quem defenda que 2018 será, definitivamente, o ano da inteligência artificial, mas outros cenários, mais ou menos complexos, vislumbram-se já no horizonte das empresas. O acesso a informação privilegiada ditará a diferença entre os líderes e os seguidores.

Em pleno centro da Europa testam-se variadíssimas soluções. Um seleto grupo de consumidores foi convidado a integrar um novo projeto e os seus pés foram meticulosamente avaliados (pisaram uma passadeira durante trinta segundos e todos os seus movimentos foram analisados por um scâner). Esses dados permitiram criar uma linha de calçado à medida, entregue apenas duas horas depois. Com efeito, a personalização do calçado é já uma prática recorrente para marcas internacionais de referência.

Em Portugal, várias são as marcas já a percorrer esse caminho – a Feet It, por exemplo, tem feito um trabalho muito meritório nesta área - mas se é verdade que a personalização de um produto, mais ou menos complexo, já não será uma novidade para compradores de vestuário e calçado, importava realçar que os processos são, por norma, relativamente simples. Esta nova solução promete revolucionar a fileira da moda. O acesso a informação e a velocidade de criação de novos produtos apresenta-se para atingir...a velocidade da luz.

Portugal quer continuar na «linha da frente» do progresso tecnológico. O projecto FOOTure 4.0 está já em marcha e é uma referência para outros países, como a Colômbia. À procura de novas oportunidades, a indústria colombiana de calçado irá investir, nos próximos anos, 324 mil dólares nos domínios do conhecimento, competitividade e produtividade.

Segundo o World Footwear, o projecto da APICCAPS, a Colômbia produz, anualmente, 53 milhões de pares de calçado. Desses, exporta sensivelmente 25 milhões para países como Equador, Panamá, Chile, EUA e Costa Rica.

A outro nível, a conquista de novos mercados é uma premissa estratégica para marcas de projeção internacional, seja qual for a sua dimensão. Chanel, Dior ou Gucci ainda recentemente lançaram coleções exclusivas para os países árabes. Há, porém, quem leve essas orientações para novos patamares: A marca de moda de luxo Michael Kors, com sede em Londres, anunciou a criação de uma coleção inspirada no Ramadão. Esta linha especial é destinada a países como a Arábia Saudita, os Emirados Árabes Unidos, Kuwait, Bahrein, Egipto, Jordânia e Líbano.

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 Industria se mantenha competitiva dentro do espaço Europeu.
Após a experiência adquirida pela empresa na Industria 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 Industria 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;

cei™ by 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

VP
vapesol

ALWAYS A STEP AHEAD!

T: +351 255 341 250 F: +351 255 330 929 · info@vapesol.com

www.vapesol.com

XUZ: 10 ANOS A DAR COR AOS SAPATOS

Corria o ano de 2008 quando duas amigas, com o apoio de alguns clientes, começaram a transformar os antigos socos em calçado que 'apetece usar'! Nascia assim a Xuz. Rita e Carmo começaram um longo caminho de inovação num produto tão característico. "Olhamos para os socos que nos lembramos de ter usado há uns anos atrás e, renovando o seu modelo original, decidimos "refazê-los" à luz das tendências atuais, tornando-os peças únicas, mas executadas ainda pelas mãos de verdadeiros artesãos".

Uma década depois, as duas amigas continuam a apostar no made in Portugal. Mas, para continuar a inovar, a marca tem diferentes linhas de calçado que refletem a irreverência, alegria e originalidade que dão voz ao que as clientes dela esperam e desejam!

E porque para a frente é o caminho, este é o momento não só de celebrar como de renovar! Em comemoração dos 10 anos a marca de Lisboa criou um novo logótipo: mais simples, atual, pronto para afirmar uma atitude positiva e forte, para se identificar com as nossas clientes.

CATÓLICA PORTO BUSINESS SCHOOL

EMPOWER
YOUR
FUTURE

LICENCIATURAS
MESTRADOS
FORMAÇÃO EXECUTIVA
MBAs

CATÓLICA
CATÓLICA PORTO BUSINESS SCHOOL
PORTO

www.catolicabs.porto.ucp.pt

EFMD EQUIS ACCREDITED
ASSOCIATION AMBA ACCREDITED
MEMBER OF: AACSB

GERAÇÃO 4.0

—

CRISTIANO E MARTA LOPES

SÃO IRMÃOS. TRABALHAM LADA A LADO, TODOS OS DIAS, NA GERÊNCIA DA FÁBRICA DE CALÇADO JOVAN. CONHEÇA CRISTIANO E MARTA, OS RESPONSÁVEIS PELA MARCA PRÓPRIA WOLF & SON

Por que começaram a trabalhar na empresa da família?
Na verdade foi uma decisão muito natural. Era o negócio que já acompanhávamos mesmo enquanto ainda estudávamos. Foi sempre um tema presente na nossa vida, é como se já fizéssemos parte dele... nunca tentamos trabalhar noutro sítio!

Que mudanças sentem que estão a acontecer no setor do calçado?
Temos testemunhado muitas mudanças nos últimos anos. Essas mudanças relacionam-se sobretudo com a preocupação crescente que as empresas têm manifestado acerca da sua imagem, a par de uma atenção mais marcada com a certificação e ao cuidado com as pessoas. Além disto, importa ainda salientar que o setor tem desenvolvido nos últimos tempos uma atuação mais cooperativa. Pensamos que estas transformações não surgem dissociadas do rejuvenescimento que as gestões têm sofrido, nomeadamente pela entrada nas equipas de trabalho de recursos jovens, com formação, com novas competências, com uma visão global e sem fronteiras das empresas e do mercado.

Neste processo de sucessão, onde certamente se inserem, (e que tem vindo a ser crescente no setor) quais são as maiores dificuldades?
Os nossos pais são sempre as nossas referências, como é natural. Eles detêm o saber acumulado de anos e anos de experiência, aprendizagens de valor incalculável, baseadas em evidências da prática pessoal e não propriamente em estudos teóricos ou científicos...
O grande desafio é ser capaz de incorporar os nossos conhecimentos na experiência e a sabedoria dos mais velhos, que viram as empresas nascer e crescer, fazendo-o com humildade e numa atitude de eterno aprendiz. Mas não será este o desafio que qualquer jovem sente ao entrar numa empresa, seja ela qual for? - o de aprender com os séniores, sem perder as suas principais virtudes enquanto "Júnior": persistência, vontade de trabalhar e otimismo!

Na vossa opinião, o que é que a nova geração de empresários têm para oferecer ao setor?
Uma nova visão, novas ideias, novas perspetivas. Mas, idealmente, conseguindo conciliar isso com tudo o que de bom foi feito antes, as "antigas" visões, ideias e perspetivas!

De que forma pensa ser possível evoluir a indústria de calçado nos próximos anos?
A evolução que se faz sentir está relacionada com os recursos humanos e com a aproximação a padrões de qualidade mais ambiciosos, tendo em conta as exigências dos clientes que escolhem Portugal para colocar as suas produções.

FIT2COM

www.fit2comfort.eu

FASE PILOTO DO PROJETO

Junho - Outubro 2018

REGISTE A SUA EMPRESA EM:
WWW.FIT2COMFORT.EU

Inscreva-se no módulo que mais lhe interessar.

FIT TO COMFORT

ALIANÇA PARA AS COMPETÊNCIAS NA PRODUÇÃO DE CALÇADO SAUDÁVEL E CONFORTÁVEL ——
—— NOVO PERFIL PROFISSIONAL E OPORTUNIDADES DE FORMAÇÃO INOVADORA

10 MÓDULOS DE FORMAÇÃO EM E-LEARNING

Conforto / Anatomia do pé / Ergonomia e biomecânica / Formas, materiais e componentes / Customização de calçado / Engenharia do produto / entre outros

O projeto FIT2COMFORT visa formar técnicos com conhecimentos para incorporar aspetos ligados ao conforto e à saúde na produção de calçado.

A Comissão Europeia financia esta publicação, cujo conteúdo vincula única e exclusivamente o autor, não podendo a Comissão ser responsável pela utilização que dela possa ser feita.

Número do projeto:
562333-EPP-1-2015-1-PT-EPPKA2-SSA
Duração do projeto:
Novembro 2015 - Outubro 2018

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

PLÁSTICO? PARA QUE TE QUERO?

Nunca como até hoje fomos invadidos com as consequências da poluição e da degradação (demasiado) rápida do ambiente. Por ano são produzidas mais de 220 milhões de toneladas de plástico; cerca de 8 milhões acabam no oceano.

As preocupações com as espécies marinhas devido à ingestão de plástico do mar são a ordem do dia. Mais de um milhão de aves e 100.000 mamíferos marinhos morrem a cada ano devido a detritos plásticos. Um estudo do World Wide Fund for Nature (WWF) concluiu que 95% dos resíduos que flutuam no Mar Mediterrâneo são plásticos e estão em níveis recorde de contaminação. No âmbito do Dia Mundial dos Oceanos, a ONU recordou que "oito milhões de toneladas de plástico acabam nos oceanos em cada ano, prejudicando gravemente a vida selvagem".

Assim, e com a sustentabilidade na ordem do dia, muitas são as marcas preocupadas com o tema. No setor do calçado começam a nascer projetos ligados ao tema. É o caso da Zouri: dois amigos minhotos juntaram-se e, das garrafas de plástico recolhidas nas praias, nasceu uma marca de sapatos. "A menos que tomemos medidas urgentes, em 2050 os nossos oceanos irão conter mais plástico que peixes", pode ler-se no site da marca.

Das caminhadas na praia nasceu o sonho de limpar o oceano. Adriana Mano e António Barros, ambos ligados ao setor do calçado, decidiram transformar as garrafas e restos de redes de pesca deixadas nas praias em calçado de verão. "Cada par de chinelos ou de sandálias incorpora entre 80 a 100 gramas de plástico: estamos a falar de 8 ou 10 garrafas", esclarece Adriana.

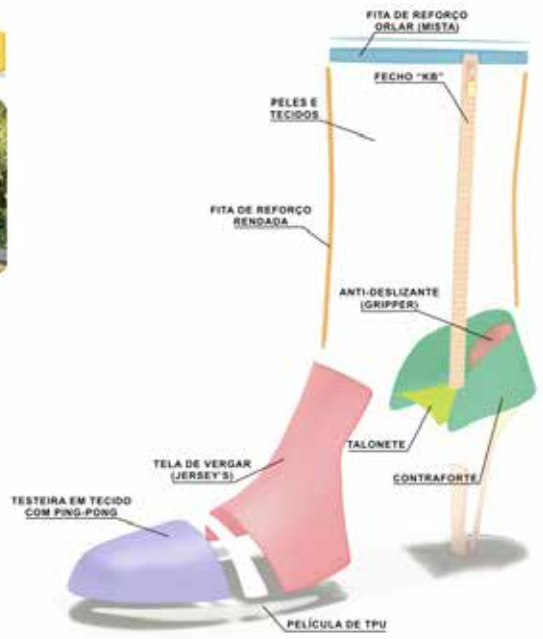
Em termos técnicos, a marca não incorpora nenhum produto animal. Desde a cortiça à borracha, todas as matérias-primas são naturais. A fórmula de incorporação do plástico na sola ficou a cargo da Universidade do Minho e a produção da responsabilidade de um artesão de Guimarães: Henrique Dias, que deu forma aos sapatos.

Em abril, a Câmara Municipal de Esposende aderiu ao projeto e organizou uma ação de limpeza da praia. O plástico recolhido – cerca de 1500 quilos - foi entregue à Zouri, para ser triturado e transformado em matéria-prima.

Os sapatos já estão disponíveis para compra no site da marca www.zourishoes.com

SLATEL
COMPONENTES PARA A INDÚSTRIA DO CALÇADO, LDA.

// IMPORTADOR 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);
// PRODUZIMOS TODO O TIPO DE "JERSEY";
// PRODUZIMOS TODO O TIPO DE ENTRETELAS (TERMO E AUTO-ADESIVAS);
// FITAS DE REFORÇO AUTO-ADESIVAS (CRISTAL);
// FECHOS "KB" PARA CALÇADO E CONFEÇÃO;
// ANTI-DESLIZANTE "AQUITEL";
// MEMBRANA TPU (INJEÇÃO SOLA POLIURETANO);
// COLAGENS DE ÚLTIMA GERAÇÃO PARA TODO O TIPO DE INDÚSTRIAS;
// TPU PARA CONFEÇÃO E MARROQUINARIA;
// TECIDOS DE MODA.



Slatel Geral // geral@slatel.mail.pt (+351) 256 823 042
Slatel Comercial // comercial@slatel.mail.pt (+351) 256 823 042
www.slatel.com
Rua da Madeira 471, 3700-176 São João da Madeira

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 analitica 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

PME líder DGERT SGS

FOLLOW ME

Porque vivemos (quase) inseparáveis do mundo digital, voltamos ao Instagram: esse gigante que já soma 70 milhões de contas. Bem-vindo a mais uma edição do Follow Me.

UNDANDY
@UNDANDYSHOES

Esqueça tudo o que conhece sobre venda tradicional de sapatos. A Undandy veio revolucionar conceitos e paradigmas estabelecidos. Exclusivamente online, a marca de Rafic Daud permite uma personalização completa de cada par de sapatos. Com 40 mil seguidores no Instagram, a Undandy sugere aos seus seguidores as regras para ser um verdadeiro "gentleman".

DANIELA RUAH
@DANIELARUAH

É uma das portuguesas mais conhecidas em todo o mundo. Protagoniza a série televisiva NCIS, líder de audiências nos Estados Unidos. Tem Los Angeles como residência, mas volta a Portugal "sempre que possível".

Apresentou, recentemente, o Festival da Eurovisão e será, em junho, capa da revista Portuguese Soul. Seguir Daniela é entrar diretamente nos bastidores de Hollywood.

CONDE NAST MAG ACCESSORY
@CONDENASTMAGACCESSORY

É a nova publicação da Condé Nast – o grupo editorial detentor da GQ, Vogue e Vanity Fair. Exclusivamente dedicada a acessórios, a nova revista vem substituir a Vogue Accessory.

Atualmente nas redes sociais com mais de 40 mil seguidores, a primeira edição foi um sucesso. Em setembro será publicada a segunda edição daquela que se prevê que seja a maior publicação de acessórios do grupo editorial.

NÃO PERDER A MEMÓRIA

—

JOSÉ CONCEIÇÃO RODRIGUES - 05/10/1927 - 01/05/2018

"José da Conceição Rodrigues (JCR) partiu, discretamente, no dia 01 de maio, aos 90 anos, após uma penosa luta contra o cancro. Estive no IPO/Porto, na manhã do dia do seu falecimento e soube, mais tarde, que José Rodrigues deixou-nos sereno e com grande dignidade.

JCR foi o meu primeiro patrão, dando-me emprego logo após uma entrevista conjunta, com o Sr.Peter Smith da Clarks/Shoemaster, e estando eu ainda a terminar o 5.ª Curso de Estilistas do CFPIC, em 1993, fui, com surpresa, enviado para a C&J Clark (Street/Somerset), por 3 meses, para estagiar num curso de CAD/CAM-3D, uma grande inovação na altura.

Desde então a nossa relação manteve-se até aos dias de hoje. O "Sr. José", como eu o tratava, era um homem de uma grande elegância, um sedutor, homem culto, com uma personalidade fortíssima, mas era, sobretudo, um pensador/visionário, um grande estudioso e um incansável trabalhador. Claro que também tinha defeitos e foi-me confessando alguns dos erros praticados durante a sua vida. Mas JCR não vivia preso ao passado. Durante os últimos anos, todos os sábados de manhã encontrávamo-nos para fazermos uma pequena caminhada e mais tarde, apenas, para comprar os jornais diários/semanários e beber um café. Como última homenagem, procuro deixar aqui, um pouco (do muito) que retive das nossas conversas, e de crónicas que escrevi, ditadas pelo próprio, sobre o seu percurso profissional. José Rodrigues foi, sem dúvida, um dos grandes impulsionadores da nossa Indústria de Calçado e, muito embora, nos dias de hoje, o seu nome já pouco, ou nada, diga às novas gerações, escrevo para que não se perca a sua memória.

José C. Rodrigues nasceu, no dia 05 de Outubro de 1927, em Lisboa e enquanto criança auxiliava na mercearia do pai (viviam no andar de cima), na Rua dos Remédios, no coração de Alfama. Depois de terminar os seus estudos na Escola Comercial Veiga Beirão, trabalhou como contabilista na "Portugal e Colónias". Ainda muito jovem criou a empresa "Manufacturas Pronto" (Inovadores Artigos de Escritório/Papelaria), paixão que manteve até aos últimos dias.

A sua ligação à Indústria do Calçado nasceu quase que por acaso. Em Lisboa existiam centenas de minúsculos manufatores de calçado de senhora, de salto alto. No interior do país surgia um ou outro pequeno manufator de calçado, mas a maior parte já se situava na faixa de Oliveira de Azeméis ao Porto, Braga e Guimarães. O consumo per capita, nessa altura, era estimado em apenas meio-par por habitante. Portugal estava ainda num período difícil, após o fim da 2.ª Guerra Mundial (1939/1945), continuava mergulhado na miséria e conservava o hábito do pé descalço, o que provocava graves infeções, sobretudo tétano, que, na época, levava a que nos hospitais se recorresse a cirurgias para decepar os pés.

Ávido de conhecimentos, e percebendo um grande potencial na área do Calçado, José Rodrigues começou a viajar pelo mundo. A primeira vez que foi à Alemanha e ao Reino Unido teria sido por volta de 1947. Também, em finais dos anos 40, viajou pelos Estados Unidos, nomeadamente por Boston, Nova-York e Atlantic City, visitando, sobretudo, fábricas de calçado e feiras de materiais e máquinas para a sua produção. Só mais tarde surgiria, em Paris, a celebrada "Semaine du Cuir", ainda em barracões improvisados. Durante anos, na Europa os grandes certames eram a "Shoe & Leather Fair", em Londres e a "Semaine du Cuir," em Paris. Posteriormente teve grande impacto o ressurgimento de

Pirmasens, no sudoeste da Alemanha, como grande centro europeu do calçado e principal produtor de equipamentos para esta indústria.

Em Portugal, na altura, havia uma única fábrica - as Oficinas Gerais de Fardamento e Calçado - onde se produziam botas militares. Do relacionamento que JCR desenvolveu com o encarregado geral da fábrica, Sr. Costa, e já com alguns fabricantes alemães de máquinas, fortaleceu a ideia de organizar um evento, através de uma "fábrica-piloto". Empenhado em que a nossa indústria de calçado aumentasse a sua produtividade, num tempo em que se desconhecia a mecanização, JCR levou a cabo a primeira Exposição Técnica de Calçado (ETC) realizada em Portugal, em 1956, na Sociedade Nacional de Belas-Artes, Lisboa.

O certame expunha calçado de senhora, de diferentes fabricantes lisboetas, e apresentava, como motivo central de interesse, e em pleno funcionamento, uma linha de produção de botas militares, o que atraiu milhares de visitantes, incluindo fabricantes de calçado do Norte e muitos jornalistas que fizeram largo eco do acontecimento.

Em 1957 organiza a II Exposição Técnica de Calçado (ETC), preenchendo a totalidade do Pavilhão do Palácio Cristal, no Porto. Para estar mais próximo da Indústria de Calçado decide deixar Lisboa, e começa a viver na cidade do Porto. A firma de José Rodrigues começou por ter a sua delegação na Rua de St.º António, 129 (hoje, Rua 31 de Janeiro), em sociedade com o irmão, Arnaldo Rodrigues.

Anos mais tarde, em 1965, realizou a III Exposição Técnica de Calçado (ETC), que teve lugar em S. João da Madeira, no Pavilhão dos Desportos, com o alto patrocínio do ministro da Economia. Na sua inauguração, e como comissão de honra, estiveram presentes o Governador Civil da Aveiro; o Presidente da Câmara Municipal de S. João da Madeira e o Presidente do Grémio Nacional dos Industriais de Calçado - António Soares Dias.

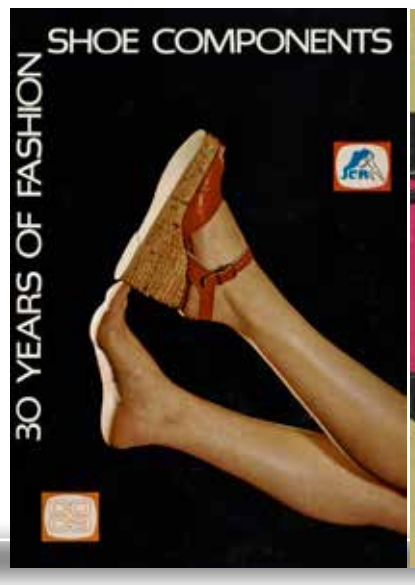
Seguiram-se as FILMODAS I e II (em 1971 e 1972), iniciativa conjunta com associação Industrial Portuguesa. Em 1972, o certame contou com a presença do Exmo.º Sr. Presidente da República - Américo Tomás.

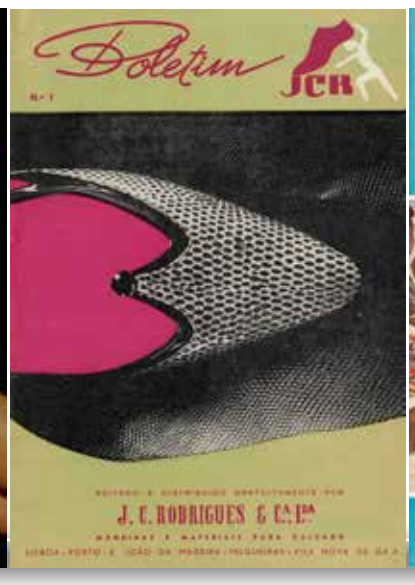
Nos anos 70, a empresa J. C. Rodrigues & C.ª Lda era já a maior fornecedora de equipamentos e materiais para a Indústria Portuguesa de Calçado, empregando cerca de 600 pessoas, com escritórios em Gaia (Devesas); com uma imponente unidade fabril em Serzedo, na Qt.ª da Rainha e ainda, outra grande unidade em Lousada (a COCA). JCR era, na altura, o maior fabricante do mundo de solas de cortiça. A formação técnica profissional sempre foi incentivada por JCR e, nesse sentido, colaborou com o CFPIC e, diretamente, com pessoas como Paul Dohmen, importante figura da Normalização de Formas e, que teve cursos no Porto e S. João da Madeira. JCR apenas lamentava que a atividade do Centro de Formação pecou por tardia.

Com o encerramento da firma, José C. Rodrigues foi convidado, em 1979, pela Clarks, a instalar uma fábrica de Componentes para Calçado – a SOCOMP – no Brasil, em Novo Hamburgo, tendo vivido por um ano e meio em Porto Alegre (Rio Grande do Sul). De volta a Portugal, nos anos 80, José Rodrigues tornou-se o homem forte da COMPOICO, empresa que teve sede na Rua Aires Ornelas e posteriormente, na Rua de Godim, em Campanhã. A Compoico tinha também delegações em Felgueiras e Oliveira de Azeméis. Durante esta fase, realizou vários seminários sempre com a temática do Futuro da Indústria do Calçado. José Rodrigues foi nessa época o 1.º Presidente do Conselho de Administração do CTCP (de 1986 a 1991).

Em finais dos anos 90, já na RP - Equip. p/ Modernização Industrial, José Rodrigues, trouxe a Rio Tinto (no Centro Cultural), um seminário, sobre a importância da utilização das Novas Tecnologias na Indústria do Calçado, com demostrações de Sistemas de Cad 3D/ Mesas de Corte Automáticas/ Autómatas de Costura, etc.

Nos últimos anos, os interesses de JCR viraram-se para o nosso sistema de educação e para as reformas necessárias nesta área. Era um acérrimo defensor de José Pacheco, e do seu projeto Escola da Ponte, em St.º Tirso. Escreveu inúmeros artigos sobre temas educativos, políticos e económicos, bem como crónicas memorialísticas que estão sendo compiladas para publicação no livro "Passando a vida a limpo". Ultimamente desenvolvia um projeto de cadernos de folhas soltas, para que as crianças não sobrecarregassem a coluna com pesados manuais e cadernos escolares.





José C. Rodrigues teve dois casamentos: o primeiro com Maria Helena Alves Militão Rodrigues, mãe de seus filhos. E o segundo, em anos recentes, com Eva Vieira dos Santos. Deixo aqui as minhas condolências aos seus filhos: Maria Alexandra, Maria Paula e José Carlos (Militão), aos genros, aos netos e à D.ª Eva, atual esposa e sua grande cuidadora.

De forma a poder contribuir para a formação de melhores médicos, José Rodrigues doou o seu corpo à ciência.
Como nota final, e com a aprovação dos seus filhos, doaremos ao Museu do Calçado todo o espólio (Fotos/ Catálogos/Relatórios/Livros e Revistas) de José Rodrigues, para que se possa enriquecer o conhecimento sobre o passado da nossa indústria e para que se mantenha viva a sua memória".

Do Amigo, António Sousa

Gallery

INTERNATIONAL
FASHION TRADE SHOW

July 21 – 23, 2018

GALLERY-DUESSELDORF.COM

order location
Düsseldorf

Gallery
SHOES

INTERNATIONAL TRADE SHOW FOR
SHOES & ACCESSORIES

SHOES

September 2 – 4, 2018

GALLERY-SHOES.COM

IGEDO.COM · AREAL BÖHLER / DÜSSELDORF