

# Notí- cias

## INDÚSTRIA

Comércio de calçado com quebra a nível internacional

## FEIRAS

MICAM com sinais positivos

## CLUSTER

Componentes para calçado apostam na sustentabilidade

## GERAÇÃO 5.0

Conheça Eduardo Serzedelo, da Hirundo



| FICHA TÉCNICA   | DIRETOR   | EDIÇÃO  | CONCEÇÃO GRÁFICA                                  | DISTRIBUIÇÃO  |
|---|---|---|---|---|
| PROPRIEDADE<br>APICCAPS -<br>Associação<br>Portuguesa dos<br>Industriais de<br>Calçado,<br>Componentes,<br>Artigos de Pele<br>e seus Sucedâneos | Presidente<br>da APICCAPS<br><br>FOTO DE CAPA<br><br>Pedro Afonso | Gabinete de<br>Comunicação<br>da APICCAPS<br><br>claudiapinto<br>@apiccaps.pt | Manifesto Works<br><br>EXECUÇÃO<br><br>Laborpress | Gratuita aos<br>associados<br><br>TIRAGEM<br><br>2.000 exemplares |

N.º DL: 366612/13

Rua Alves Redol, 372  
4050-042 Porto  
Tel 225 074 150  
geral@apiccaps.pt  
www.apiccaps.pt

# Comércio de calçado com quebra a nível internacional

## **PENALIZA INDÚSTRIA PORTUGUESA**

Depois de um ano de 2022 de forte crescimento, o ano transato foi negativo para o setor de calçado à escala mundial. Entre os dois grandes blocos económicos, assinala-se um recuo das importações de calçado na ordem dos 30% nos EUA (dados finais) e de 11% na Europa (dados de outubro)\*, com destaque, pela negativa, para as quebras de 16% na Alemanha, 13% no Reino Unido e 11% em França.

Em resultado, todos os grandes players do setor terminaram 2023 altamente penalizados pelo abrandamento económico a nível mundial. Os cinco principais produtores mundiais de calçado, respetivamente China (quebra de 13% na totalidade do ano), Índia (recoo de 17% nos primeiros 11 meses do ano), Vietname (perda de 17% até novembro), Indonésia (menos 19% até novembro) e Brasil (queda de 11% na totalidade do ano) registaram perdas muito expressivas em 2023. Em conjunto, estes cinco países asseguram praticamente 80% da produção mundial, o equivalente a 19 mil milhões de pares de calçado. Já Portugal, recuou 8,2%.

“O abrandamento económico internacional, em particular em mercados de grande relevância como a Alemanha, a França ou os Estados Unidos penalizou fortemente o setor do calçado no plano externo”, considera Paulo Gonçalves. “A indústria portuguesa de calçado exporta mais de 90% da sua produção, pelo que está sempre dependente da evolução dos principais mercados externos”, sublinhou o porta-voz da APICCAPS. “Trata-se, no essencial, de um problema de mercado: a pouca procura e o excesso de stocks no mercado condicionou a atividade exportadora portuguesa”, concluiu.

Em 2023, a indústria portuguesa de calçado exportou 66 milhões de pares de calçado, no valor de 1.839 milhões de euros. Relativamente ao ano anterior, assinala-se uma perda de 11,3% em quantidade e 8,2% em valor. Já o preço médio aumentou 3,45% para 27,70 euros o par.

O calçado português foi particularmente afetado pelo fraco desempenho da economia alemã, com uma quebra de 5,6% para 406 milhões de euros.

Ainda no espaço europeu, destaque, pela negativa, para o recuo nos Países Baixos (menos 13,7% para 259 milhões de euros), Reino Unido (queda de 9% para 115 milhões de euros) e Dinamarca (recoo de 28,5% para 71 milhões).

A indústria portuguesa de calçado viu igualmente interrompida a trajetória de crescimento no mercado norte-americano, recuando 11,3% para 101 milhões de euros. Recorde-se que os EUA foram, de resto, o grande mercado à escala mundial com pior desempenho.

“A boa notícia é que o ano de 2023 já passou. Temos a expectativa de que a recuperação económica de alguns dos nossos principais mercados crie oportunidades para as empresas portuguesas já este ano”, concluiu Paulo Gonçalves, da APICCAPS.



### CALÇADO CONSOLIDA CLUSTER

A fileira de calçado e artigos de pele exportou 2.222 milhões de euros no último ano. Relativamente ao ano anterior, assinala-se uma perda de 5,1%. Nota de destaque para o setor de artigos de pele e marroquinaria que cresceu 14% para 310 milhões de euros. Já o setor de componentes para calçado aumentou as vendas ao exterior em 13,6% para 73 milhões de euros.

“Temos vindo a consolidar o cluster de calçado e de artigos de pele em Portugal”, defendeu Paulo Gonçalves. Em resultado, no âmbito do Plano Estratégico, há a intenção de investir 600 milhões de euros até final década. “É o nosso maior sinal de confiança: independentemente dos ciclos conjunturais, acreditamos nas empresas e no seu potencial”.

\* Em conjunto, EUA e Europa representam 61% das importações mundiais de calçado.

# CALÇADO ITALIANO

## escorrega em 2023

O ano de 2023 foi particularmente exigente para a indústria italiana de calçado. A produção situou-se nos 148 milhões de pares, recuando 8,6% em relação a 2022 e, cada vez mais, distante dos 179 milhões de pares produzidos em 2019. Em resultado, também o número de empresas ativas no setor caiu: menos 5,3% para 3.564 no final do último ano. Já o número de trabalhadores ativos manteve-se estável: 73.639 (+1,8%).

Nos mercados externos, a indústria italiana manteve uma performance assinalável. Não estando apurados os resultados da totalidade do ano, os dados preliminares apontam para um crescimento das exportações, muito por via da estratégia delineada de subcontratar partes ou totalidade da produção no exterior para posterior reexportação. Os dados elaborados pelo Centro de Estudos da Confindustria Moda para a Assocalzaturifici não são finais, mas ainda assim, revelam que o calçado italiano está muito dependente do exterior, importando mais de 300 milhões de pares, nomeadamente da China (mais de 120 milhões).

4

"O ano que encerrou foi agrídoco. Depois de um desempenho brilhante no primeiro trimestre com um crescimento de dois dígitos, assistimos a uma desaceleração progressiva", recorda Giovanna Ceolini. Para a presidente da Assocalzaturifici, associação italiana de calçado, "2024 dá sinais preocupantes, pelo menos durante o primeiro semestre".

No domínio das exportações, o primeiro mercado de destino do calçado italiano é a França, a sede de grandes marcas e grupos de luxo. As exportações para França cresceram 17,3% em valor e 1,1% em quantidade.

Os EUA e a Alemanha são, igualmente, dois mercados fundamentais, mas que colapsaram drasticamente durante o segundo semestre de 2023: menos 25% em volume a partir de julho. Já a China e os Emirados tiveram um bom desempenho, com a Rússia a recuperar (+36,8% em valor), juntamente com a Ucrânia (+79%). O crescimento não foi, ainda assim, suficiente para trazê-los de volta aos níveis anteriores (de 2021).



# INDÚSTRIA ESPANHOLA perde 14.000 postos de trabalho



5

A indústria de calçado e couro de Espanha perdeu mais de 14.000 postos de trabalho no último ano. De acordo com o Instituto Nacional de Estatística de Espanha (INE), o setor espanhol do couro terminou 2023 com um total de 43.800 trabalhadores ativos. Em comparação com o ano anterior, assinala-se um recuo de 24,7% (57 mil trabalhadores registados no final de 2022). Face a 2019, ano imediatamente anterior à pandemia, perderam-se 12.600 empregos.

Segundo a informação disponível, dos 43.800 trabalhadores ao serviço do setor de calçado e de couro no final de 2023, mais de 56,6% (24.800 funcionários) eram homens e 45,4 % mulheres (19.000 funcionários).

O desempenho da indústria de calçado e couro contrasta com a economia espanhola como um todo, que criou 783 mil postos de trabalho durante o ano de 2023 (crescimento de 3,8%).

Depois de um início do ano promissor, a indústria espanhola de calçado e de couro foi perdendo fulgor durante 2023. Especificamente, no quarto trimestre de 2023, regista-se a perda de 2.900 postos de trabalho.

No que se refere especificamente ao setor de calçado espanhol, até novembro, de acordo com o Eurostat, foram exportados 160,8 milhões de pares (aumento de 0,6%), no valor de 3.302 milhões de euros (mais 6,9%). No mesmo período, foram importados 318,7 milhões de pares, (menos 3,1%) no valor de 4.608 milhões de euros (mais 2,6%).

# MICAM com **SINAIS POSITIVOS**



6

## **PORTUGAL** a crescer

A comitiva portuguesa na MICAM, aquele que é o principal certame profissional, contou com a participação de 35 empresas (que compara com as 33 na edição homóloga do ano anterior), numa organização da APICCAPS e AICEP que contou com o apoio do programa COMPETE2030.

“Num momento em que o mercado continua a dar sinais de alguma inconstância, a participação na MICAM foi muito importante”, defende Luís Onofre. Para o presidente da APICCAPS “as empresas portuguesas devem assumir uma atitude comercial agressiva, a exemplo do que já está a acontecer com os nossos principais concorrentes externos, para podermos explorar as oportunidades de negócio”. “Temos consciência que os próximos meses ainda serão de alguma exigência, mas temos a expectativa de que os negócios comecem a frutificar já na segunda metade do ano”.





Ventos de esperança sopram desde o Norte de Itália. Micam, Mipel, The One e Milano Fashion Jewels acolheram 40.821 visitantes profissionais de 150 países.

De acordo com a organização, os quatro eventos dedicados à moda e acessórios “chegaram ao fim com resultado satisfatório”. Do total de 40.821 visitantes profissionais, 45% foram provenientes do exterior, em particular, da União Europeia, com França, Alemanha, Espanha e Grécia a registaram os melhores desempenhos. Dos mercados fora União, realce para os resultados positivos do Japão, China, Cazaquistão e Reino Unido.

Para a associação italiana de calçado, que promove a MICAM, “mais uma vez, venceu a vontade de funcionar como sistema e de se apresentarem juntos ao mercado: a realização simultânea dos quatro certames não é, na verdade, apenas um aspeto que fortalece os eventos individuais, ao permitir gozar de maior visibilidade, mas acima de tudo representa uma ferramenta para estimular a procura internacional, oferecendo aos compradores e revendedores de todo o mundo uma oportunidade única de compreender tantos aspetos do mundo dos acessórios ao mesmo tempo”.

## DUAS ESTREIAS

Na comitiva portuguesa há lugar para estreantes. Nano Shoes e MITIK são marcas de duas empresas com uma longa experiência na indústria de calçado, mas que decidiram participar pela primeira vez na maior feira de calçado do mundo. O objetivo é comum: conquistar novos mercados.

“Decidimos vir para expandir e divulgar a marca Nano Shoes”, explica Lígia Silva, Para a responsável comercial da empresa A. Hêrnani, “este era o momento certo para impulsionar a nossa marca. Sentimos que temos uma coleção mais atrativa e mais moderna e sentimos que é o momento de procurar novos mercados, essencialmente mercados que valorizem o saber-fazer e os materiais que usamos”.

Inês Pinho Mota, da MITIK, explica que “a participação na MICAM acontece porque sentimos necessidade de expandir o nosso mercado e diversificar o produto. Ao longo dos últimos anos, estivemos muito focados no mercado de calçado de criança que ocupou sempre cerca de 60% da nossa produção. Os restantes 40% foram sempre ocupados pelo calçado de senhora”. E é assim que nasce, no coração da Leal & Co., a nova marca MITIK, dedicada ao segmento feminino. “Produzir calçado de senhora é uma lufada de ar fresco”.

Para a empresa de S. João da Madeira, a participação na MICAM tem como objetivos principais “encontrar novos clientes, novos desafios e novos produtos. Queremos ir além-fronteiras e trabalhar com mercados como o Japão ou os Estados Unidos”.

E não só. “A MICAM é uma feira de projeção internacional. Queremos que o consumidor final entenda que a MITIK é uma marca de uma empresa com 59 anos de experiência e que, assim sendo, somos capazes de fazer um produto com elevada qualidade e projetar o made in Portugal além-fronteiras”.

Para a responsável da Nano, a escolha da MICAM foi imediata. “Escolhemos a MICAM porque sabemos que é uma feira global e que atrai clientes de todo o mundo e é isso que procuramos”.

A qualidade e o valor acrescentado são duas das premissas destas marcas. Lígia Silva explica que “a qualidade é importantíssima. Temos tentado melhorar os critérios de exigência. Se nos exigem cada vez mais, queremos estar à altura dessas exigências”. Opinião partilhada por Inês Pinho Mota. “O calçado português está muito bem posicionado internacionalmente. Temos de continuar a aumentar a qualidade da produção, por exemplo através da formação dos nossos colaboradores, para o nosso patamar de exigência ser cada vez maior”.

**NUNO MANGAS, PRESIDENTE DO COMPETE2030**

## “Temos um desafio enorme de **ACRESCENTAR VALOR**”

NUNO MANGAS, PRESIDENTE DO COMPETE2030, VISITOU A COMITIVA NACIONAL NA MAIOR FEIRA DE CALÇADO DO MUNDO, E CONHECEU IN LOCO OS DESAFIOS DO SETOR. CRESCER NA CADEIRA DE VALOR, CONSOLIDAR A PRESENÇA NOS MERCADOS, CHEGAR A NOVOS CLIENTES E SUSTENTABILIDADE FORAM ALGUNS DOS TEMAS QUE SE ESCUTARAM NOS CORREDORES DA MICAM.



**Foi a sua primeira visita à MICAM. Quais foram as impressões com que ficou depois desta visita às empresas portuguesas?**

Talvez a primeira impressão, e aquela mais significativa, é que efetivamente temos um setor do calçado muito pujante, muito diversificado, e, também, muito complementar – porque encontramos aqui empresas com ofertas bastante diversificadas, muito orientadas para um mercado, em alguns casos, mais jovem, que tem preocupações na área ambiental e preocupações com os materiais.

Portanto, diria que foi uma surpresa - não foi uma surpresa total porque no COMPETE acompanhamos de perto o setor do calçado e, por isso, sabíamos como trabalha. Mas é, naturalmente, diferente ver, é diferente sentir, e sobretudo, é diferente falar com as pessoas e perceber os desafios que os empresários têm tido e os desafios que estão a enfrentar e a vencer. Portanto, foi uma experiência muito positiva, foi a confirmação daquilo que já intuíamos muitas vezes daquilo que eram projetos, daquilo que eram candidaturas no âmbito do COMPETE e daquilo que eram também as visitas que fazemos muitas vezes às empresas em Portugal.

**Na sua opinião, quais é que são os argumentos competitivos de Portugal e da indústria, não só de calçado, mas da indústria portuguesa como um todo?**

Acho que é aliar, em particular nestes setores mais tradicionais, a capacidade de fazer bem, com cada vez mais design, cada vez mais criatividade, procurando perceber aquilo que são as necessidades, por um lado, e perceber aquilo que são os mercados e adaptar o produto a essas realidades.

Quando visitamos estes 35 stands, sensivelmente, percebemos exatamente isso. Quando falamos com um empresário e este nos diz que está num determinado mercado e tem de ter um determinado posicionamento, quando falamos com outro, às vezes a atuar num mercado mais jovem, com um tipo de produto diferente... é esta complementaridade e esta capacidade de se ajustarem para responder às necessidades específicas que eu acho que é uma mais-valia do calçado português.

E podemos transpor isso para outros setores, em particular para os tradicionais como os têxteis ou a fileira casa, em que conseguimos efetivamente transpor toda essa capacidade de fazer bem, mas fazer de forma moderna, de forma a responder àquilo que são hoje as necessidades dos mercados, sobretudo os mais exigentes, por exemplo, os mercados do Hemisfério Norte e também, em casos, os mercados asiáticos. Mas acho que temos tido essa capacidade de fazer.

**De que forma é que o programa COMPETE pode ajudar as empresas a aumentar a sua competitividade?**

Acho que o faz de diferentes formas. Eu digo muitas vezes que o COMPETE só ajuda quando as empresas têm bons projetos, quando têm um pensamento estratégico e quando sabem o caminho que querem percorrer. Quando há bons projetos, boas candidaturas, eu acho que o COMPETE, enquanto entidade que gere os fundos comunitários, pode ser um excelente instrumento para apoiar as empresas nesse caminho de maior competitividade. Mas isso só se faz quando uma empresa tem uma boa estratégia, quando tem um bom produto, quando tem uma visão para aquilo que é o seu percurso.

Sabemos muitas vezes que os próprios mercados, a realidade muitas vezes ultrapassa aquilo que são os negócios, muitas vezes interpõe-se e, às vezes, fazem com que o percurso não seja linear, temos visto isso muito nos últimos anos.

Independentemente disso, quando há uma boa estratégia, quando uma empresa sabe aquilo que quer, o COMPETE, através dos fundos comunitários, nos apoios, quer à internacionalização, como é o caso da presença nesta feira em que estamos a apoiar - via APICCAPS - um conjunto muito vasto de empresas, quer quando apoiamos ao nível produtivo, com investimentos em chão de fábrica, em novos equipamentos, em automação, em robotização, em mais sofisticação, ou, por exemplo, quando falamos na qualificação dos trabalhadores. Sabemos, hoje, que novos equipamentos, novas formas de produzir, a utilização de novos materiais e as exigências que se colocam com a descarbonização e com a economia circular, tudo isso traz novas necessidades de qualificação e de formação dos trabalhadores. E, portanto, eu diria que o COMPETE tem aqui um conjunto de instrumentos que podem apoiar as empresas nas suas diferentes dimensões, que, no final, se complementam e acabam por contribuir para que a competitividade das empresas possa ser maior.

Eu acho que temos aqui um desafio enorme de acrescentar valor, acrescentar mais valor e conseguir sobretudo estar mais presente, num maior número de passos na cadeia de valor, ou seja, mais próximo do cliente final. Esse é um desafio, é um caminho que se constrói, e eu acho que as empresas portuguesas estão a fazê-lo e acho que hoje aqui foi possível constatar que há um conjunto de empresas que estão já a fazer isso com enorme sucesso.

# Componentes para calçado apostam na **SUSTENTABILIDADE**

*Portugal esteve representado por 32 empresas de componentes e curtumes na última edição da Lineapelle, em Milão. “A Lineapelle é a principal feira internacional de componentes para calçado. Aqui pode-se encontrar um pouco de tudo, desde acessórios variados, solas, testeiras, contrafortes, palmilhas, muitos curtumes, muitas peles”, explicou Paulo Gonçalves. “O que trazemos aqui, fundamentalmente, é uma nova geração de produtos. Muitos novos produtos que apresentamos nesta feira estão incorporados no nosso projeto Bioshoes4all. Estamos a falar de um grande investimento que o setor está a fazer, no âmbito do PRR, no desenvolvimento de uma nova geração de produtos. No essencial, 80 milhões de euros de investimento só nesta área, propriamente dita. O que estamos a fazer é desenvolver produtos altamente diferenciados, produtos tecnologicamente muito evoluídos, porque entendemos que se Portugal deve estar na linha da frente, deve fazer investimentos significativos para que seja, de facto, uma grande referência a nível internacional”, avançou o porta-voz da APICCAPS.*

10



## E-BLAST DA ALOFT ATRAI INVESTIMENTO ESTRANGEIRO

O E-Blast, o polímero expandido com gás que a Aloft está a produzir na sua fábrica de Vila do Conde, desenvolvido no âmbito do projeto BioShoes4All, está a gerar interesse por parte de grandes marcas internacionais de calçado desportivo por Portugal, admitindo instalarem-se no país para estarem mais próximas da origem das solas.

E a própria Aloft está em transformação, preparando-se para dar o salto e, a partir de 2025, começar a produzir calçado injetado. Uma área em que deu os primeiros passos já em parceria com a Decathlon, multinacional com a qual desenvolveu “a primeira sapatilha do mundo integralmente fabricada sem recurso a qualquer tipo de cola”. A ambição é passar das solas a fabricante de produtos de desporto de elevada tecnicidade.

Para já, arrancou a produção das primeiras solas E-Blast, tecnologia inovadora apresentada pela Aloft na edição de setembro da Lineapelle e que, agora, entra em processo de fabrico, 24 horas por dia, sete dias por semana. Dela resultam solas ultraleves, sustentáveis e com reduzida necessidade de mão de obra, um produto com o qual Pedro Castro, ceo da Aloft, espera mais do que duplicar o volume de negócios.

A sola E-Blast produzida pela Aloft pesa cerca de 110 a 120 gramas, que comparam com os 200 gramas habituais, mas, ainda assim, acima dos 80 gramas a que produtores chineses conseguem obter. Pedro Castro garante que a segurança é um “fator inegociável”. “As normas na China ainda permitem meter as solas em câmaras hiperbáricas a 300 bar, o que é proibido na Europa. Aqui, conseguimos atingir quase a mesma performance, mas com processos de fabrico amigos do ambiente e 100% seguros. Não abrimos mão da higiene e segurança de quem conosco trabalha”, sublinha.

## PROCALÇADO APRESENTA SOLAS 100% COMPOSTÁVEIS

As BioCir@flex, as solas 100% compostáveis desenvolvidas pela Balena em colaboração com a For Ever, a marca de componentes do grupo Procalçado, foram a última novidade apresentada pela empresa portuguesa em Milão. E os técnicos da Balena estiveram na Lineapelle para ajudar a explicar a mudança de paradigma que esta inovação traz. “As solas dos sapatos tradicionais representam desafios de reciclagem, muitas vezes acabando em aterros sanitários”, explica a Balena no seu site, dando conta que as BioCir@flex são produzidas com um “material bioplástico robusto”, tornando-se “totalmente compostáveis e ricas em conteúdo de base biológica”, reduzindo, assim, o impacto ambiental da produção de calçado.

Apostada em apresentar um portefólio alargado de produtos que garanta possibilidades infindáveis aos seus clientes, a For Ever apresentou, ainda, a tecnologia Infinity Foam, que, com recurso à injeção de nitrogénio, assegura solas de “elevada performance e leveza” e com uma “reciclabilidade infinita”, bem como solas de borracha 100% natural, entre outras inovações.

A Procalçado, que em 2023 comemorou os seus 50 anos, nasceu a partir do fabrico de solas e evoluiu, entretanto, para a produção de calçado injetado, com as marcas Wock, no segmento de segurança, e Lemon Jelly, na moda. A sustentabilidade é uma das maiores preocupações do grupo, que pretende atingir a neutralidade carbónica até 2025.

## A ATLANTA E OS SEUS BIOPLÁSTICOS

A busca por novas matérias-primas mais ecológicas e sustentáveis é uma preocupação constante da Atlanta, que tem em curso vários projetos de investigação em parceria com entidades do sistema científico nacional, como a Universidade do Minho e a Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, entre outras. E os bioplásticos, ou seja, as solas produzidas a partir de base biológica, com fibras naturais como a cortiça, a cana-de-açúcar, borras de café ou cascas de arroz, entre outros, são inovações daí resultantes e que estiveram em especial destaque em Milão.

João Carvalho, da equipa comercial da Atlanta, explicou que a empresa conseguiu desenvolver internamente uma borracha (SBR) 85% de origem vegetal, substituindo a maior parte dos materiais de base fóssil por compostos vegetais. Com os reciclados e biodegradáveis, os bioplásticos vêm reforçar a aposta da Atlanta ao nível da sustentabilidade, um compromisso da empresa que tem já vários anos e que ficou patente, por exemplo, com a instalação de 1500 painéis fotovoltaicos que asseguram já mais de 50% dos gastos energéticos da fábrica, assegurando a redução de mais de 360 toneladas de emissões de CO2 ao ano.

Construído que está já um novo pavilhão industrial, que permitirá à Atlanta aumentar em 20 a 30% a sua produção anual, melhorando, em simultâneo, o lay-out operativo, para prestar melhor serviço ao cliente, a empresa da Lixa prepara-se para, nos próximos dois a três anos, duplicar a sua área de painéis solares, de modo a tornar-se auto-suficiente. Dos três milhões de pares de solas que produz ao ano, 30% são já fabricadas com recurso a materiais sustentáveis.

## VAPESOL FABRICA EVA COM ZERO DESPERDÍCIO

Desde 2022 que a Vapesol tem uma unidade produtiva exclusivamente dedicada a solas de EVA e que, agora, se transformou na “primeira empresa do mundo com desperdício zero” neste processo de fabrico. Em Itália, esta foi uma das grandes novidades que deu a conhecer aos seus clientes, desenvolvida ao abrigo do projeto FAIST, que envolve 45 entidades e prevê investimentos totais de 60 milhões de euros.

O projeto resultou de uma parceria com a Faculdade de Engenharia da Universidade do Minho que mostrou ser possível reverter a expansão do EVA, de modo que possa ser, de novo, reintegrado no processo de fabrico de novas solas. O processo, desenvolvido em parceria com uma empresa italiana da área dos plásticos, e com uma grande experiência na economia circular, foi certificado e patenteado, com a marca EvaPowder. Permite uma incorporação de até 20% de desperdícios de EVA, ou seja, mais do que os 11% de taxa de desperdício que a produção habitual da Vapesol gera. Décio Pereira, CEO da empresa de Felgueiras, garante, por isso, que, neste momento, esta é a “primeira e única empresa no mundo a ter desperdício zero de EVA”.

Fornecedora de solas para grandes marcas de luxo, a Vapesol acredita que esta reciclabilidade do EVA que a nova tecnologia traz vai agradar a aos clientes, na medida que todos procuram, crescentemente, lançar novas linhas de artigos sustentáveis. E com este investimento, a Vapesol deixa de enviar para aterro qualquer coisa como 50 toneladas de desperdício, pelos quais pagou cerca de 200 mil euros. “O lixo é o novo luxo”, diz Décio Pereira.

## DIAS RUIVO APRESENTA PELES BIODEGRADÁVEIS

Outro dos parceiros do BioShoes4All é a Dias Ruivo, a empresa de curtumes de Avintes, que apresentou na Lineapelle os seus couros biodegradáveis, curtidos sem recurso a metais pesados, como o crómio. Ana Dias, a quarta geração da família no negócio dos curtumes, admite que a curtimenta vegetal é um produto ainda com limitações, designadamente em termos de solidez à luz.

Transformar o couro bovino em produto de moda, para ser usado no calçado, mas também na marroquinaria, vestuário ou até em mobiliário, é a perícia garantida pelo saber-fazer de gerações, mas também de investimentos contínuos em investigação e desenvolvimento. Um negócio que depende da alimentação humana, dando nova vida à pele dos animais abatidos para servir a indústria alimentar, e evitando o seu envio para aterro.

“A pele é sempre biodegradável, é tudo uma questão de tempo. Quando não há uso de metais pesados, essa biodegradação ocorre de forma mais rápida e é isso que se pretende. Mas a curtimenta vegetal tinha muitas limitações, em termos de solidez da cor à luz e foi preciso evoluir na fórmula, arranjando maneira de retirar os metais pesados do processo, mantendo a suavidade da pele e a resistência da cor”, explica Ana Dias.

A Dias Ruivo tem vindo a trabalhar neste projeto desde 2022, e já começou a apresentar resultados, mas há, ainda, muito caminho para andar. O objetivo é tornar estas peles mais leves. “Apesar de serem peles que têm um toque leve, têm um peso efetivo e seria ótimo se conseguíssemos reduzir a sua densidade em 30%, até para assegurar um leque mais alargado de usos”, explica.

# CTCP avança na procura de soluções sustentáveis rumo à descarbonização da fileira

Este roteiro será uma ferramenta fundamental para orientar a descarbonização do setor, estabelecendo metas alinhadas com os objetivos europeus e o Roteiro de Neutralidade Carbónica (RNC 2050).

## O que vamos desenvolver?

**Cadernos Técnicos Setoriais:** específicos para áreas industriais como componentes, marroquinaria e calçado.

**Ferramenta de Cálculo de Emissões de GEE:** que permitirá às empresas calcular as suas emissões de gases de efeito estufa.

**Selo Descarbonização:** comprovativo do compromisso e empenho na implementação das ações propostas.

**Ações de Disseminação e Formação:** com foco em áreas como eficiência energética, economia circular, digitalização e sustentabilidade.

## Inquérito às empresas



Ajude-nos a criar um **futuro sustentável para a nossa indústria**, respondendo a um inquérito através do código QR.

# E se os trabalhadores pudessem usar hoje o **CALÇADO PROFISSIONAL DO FUTURO?**

Depois da feira A+A, na Alemanha, a “nave espacial” da Lavoro aterrou em Madrid, na SICUR, a principal mostra espanhola de proteção laboral, segurança e incêndio. Durante o certame, a empresa portuguesa de calçado profissional apresentou o seu compromisso com o calçado profissional do futuro, e, para isso, revelou diversas inovações, na fronteira da ficção científica.

A disruptiva gama SpaceTrip é a principal aposta no quadro desta mensagem empresarial que explora a conquista do espaço. Em sapato ou em bota, o design de linhas futuristas é favorecido pelo inovador processo Super Critical Foam, a tecnologia supernova, para produção de solas, que representa uma revolução na engenharia de calçado profissional.

“Com melhor desempenho mecânico, leveza e melhor retorno de energia, a sola Space Grip, produzida com essa tecnologia inovadora, é responsiva, proporciona um efeito de mola a cada passo, garante dispersão uniforme das forças de impacto durante a marcha, excelente absorção de choques, estabilidade e uma redução da fadiga no dia-a-dia laboral”, explica a empresa em comunicado. Esta inovadora espuma da sola Space Grip “é formada pela conflagração resultante da combinação de fluido supercrítico (um gás, nitrogénio, por exemplo, exposto a condições de alta pressão e temperatura) e material polimérico, TPU. É uma espuma com estrutura microcelular fina, extremamente uniforme, que proporciona uma combinação perfeita de desempenho, conforto e sustentabilidade: composição com ar, 100% reciclável, menos 80% de consumo de material, sem adição de químicos, menor consumo de energia, menor desperdício e menor emissão de CO2”.

Calçado que humaniza as condições de trabalho, ao estimular as circulações arterial, venosa e linfática; calçado terapêutico com materiais inteligentes adaptados à condição do pé diabético; calçado que valoriza as diferenças anatómicas entre mulher e homem e calçado em couro responsável (100% metal free) são quatro das mais recentes missões de investigação, desenvolvimento e inovação (IDI) que a Lavoro também apresenta na SICUR, em colaboração com o SPODOS – Foot Science Center.

Com apresentação de várias propostas, como a gama TT, a Lavoro estará também na linha da frente da defesa do calçado em couro. Saudável e sem tratamentos com metais pesados ou cromo, com produção rastreada e 100% biodegradável, o couro responsável é capaz de garantir produtos de elevada qualidade e durabilidade. “Ultrapassados os problemas de toxicidade do couro, a imaginação é o único limite à sua utilização. E até na conquista do espaço é um material incontornável, em função das suas propriedades únicas”, observa Teófilo Leite, administrador da ICC – Indústrias e Comércio de Calçado SA, que detém a marca Lavoro.



## MODELOS PARA BOMBEIROS E FORÇAS DE SEGURANÇA

Na SICUR, a Lavoro apresentou também seis novos modelos para bombeiros e forças de segurança ou militarizadas. A Fénix 5.1 PRO, que representa uma proteção extra para os bombeiros, inclusive do metatarso, é uma dessas propostas, que prometem revolucionar a relação de bombeiros, polícias, seguranças privados ou militares com o calçado técnico. A Fénix 5.1 PRO é uma novidade na gama Lavoro, já que para além dos requisitos das normas de equipamento de proteção individual (EPI) para bombeiros, também cumpre as normas dos EPI para atividades florestais, como o sistema anti-corte de motosserra. A utilização deste tipo de máquinas não está isenta de riscos e os bombeiros são, muitas vezes, obrigados a utilizá-las por força das circunstâncias, no combate a fogos florestais.

No final de 2023, a marca, com uma associação à conquista do espaço, definiu um novo posicionamento, de compromisso com a descoberta constante de materiais, técnicas e processos que permitam ultrapassar as fronteiras da produção tradicional de calçado profissional.

A marca Lavoro pertence à ICC – Indústrias e Comércio de Calçado, SA, que a partir de Guimarães se dedica, desde 1986, à produção de calçado profissional para os mais diversos ambientes de trabalho. Da indústria à floresta, com passagem pela logística, bombeiros, forças de segurança e militarizadas. A empresa, que fatura 20 milhões de euros/ano, tem em curso um investimento de 5 milhões de euros, focado na renovação e ampliação das instalações, na produção com energia fotovoltaica, na robotização, no corte digital, na costura automática e na injeção robotizada com reciclagem de materiais.

# Que sapatos para **O FUTURO?**

SEMESTRALMENTE AS TENDÊNCIAS SÃO APRESENTADAS NAS PRINCIPAIS PASSERELLES DAS SEMANAS DE MODA INTERNACIONAIS. MILÃO, PARIS, NOVA IORQUE, LONDRES SÃO APENAS ALGUMAS DAS "CAPITAIS". MOMENTOS RELEVANTES DE PROMOÇÃO DAS MARCAS E DOS DESIGNERS E QUE ILUMINAM A INDÚSTRIA DA MODA SOBRE AS PRINCIPAIS TENDÊNCIAS PARA AS ESTAÇÕES SEGUINTE. RARAMENTE UMA TENDÊNCIA É ISOLADA E SUCEDE SEMPRE A INSPIRAÇÕES OU MOVIMENTOS SOCIAIS ANTERIORES. EM MILÃO, DESFILARAM EM FEVEREIRO AS PROPOSTAS FEMININAS PARA A PRÓXIMA ESTAÇÃO FRIA. E SE HÁ ALGO QUE AS GRANDES MARCAS JÁ TINHAM DEIXADO ANTEVER É QUE OS ACESSÓRIOS – MALAS E SAPATOS – SÃO CADA VEZ MAIS ELEMENTOS RELEVANTES NOS LOOKS E NÃO SIMPLES DETALHES. EIS ALGUMAS TENDÊNCIAS QUE DEVE RETER NO UNIVERSO DOS SAPATOS.

14



Prada

## MONOCROMÁTICO

Para a próxima estação fria, quem manda é o monocromático. O conceito não é novo e já foi revisitado várias vezes. Nestas últimas apresentações, também o calçado teve a tarefa de adicionar consistência e aumentar o impacto visual das peças. Exemplos desta tendência são as propostas de Lucie e Luke Meier em Jil Sander e a abordagem mais sutil de Maximilian Davis para a Ferragamo.

## BOTAS

As vencedoras nestas semanas de moda foram as botas over the knee, seja na versão rasa - exibida pela Versace e Bally -, seja na versão de salto alto proposta pela Fendi ou Diesel. Vistas como uma segunda pele, as botas ofereceram uma solução válida, já que a tendência de casacos oversize sem calças ainda ganha força nas passerelle. Um exemplo perfeito é a proposta da Gucci.

## TEXTURA

Em contraponto à tendência elegante, as marcas de Milão também foram astutas e confiaram em calçado para combinar com as texturas incluídas nas coleções de vestuário. Destaque para as propostas da clássica Tod's e da Ferragamo com sapatos com penas.

## OS SALTOS PEQUENOS

Os saltos pequenos (kitten heels) continuam em grande. Esta tendência encontrou um novo vigor graças ao renascimento dos anos 50 e ao ressurgimento do estilo feminino em Milão, que anda de mãos dadas com o momento da série de Ryan Murphy "Feud: Capote vs. Os cisnes." Os saltos pequenos já apareceram nas passerelles há algumas temporadas, atingiram o pico em setembro passado e ainda estão fortes, também graças às propostas de Miuccia Prada e Raf Simons, que incluíram uma versão de bico fino na coleção outono 2024 da Prada.

À medida que o grupo de moda se desloca para Paris, a tendência promete ganhar ainda mais força na capital francesa, especialmente em casas locais que têm uma longa tradição no assunto, como Roger Vivier.



Gucci

# CIP discute Pacto Social

## MAIS ECONOMIA PARA TODOS



16

Foram dois dias intensos, recheados de debates, apresentação de estudos, discursos dos líderes políticos, entrevistas, discussão de ideias. Podia ser assim resumido o congresso “Pacto Social. Mais economia para todos”, organizado pela CIP – Confederação Empresarial de Portugal. Nos dias 21 e 22 de fevereiro, a Alfândega do Porto foi a casa que recebeu o processo de mudança da economia portuguesa. Armando Monteiro, presidente da CIP, abriu e fechou o congresso e sublinhou “a importância de o país se juntar à volta de um ambicioso pacto social”.

Durantes dois dias, centenas de empresários, académicos, pensadores, gestores e administradores, todos em conjunto, “procuraram alcançar conclusões verdadeiramente transformadoras do perfil da economia do nosso país”. Sempre debaixo do guarda-chuva do Pacto Social, documento apresentado pela CIP em setembro do ano passado, e estruturado nos eixos Crescimento, Rendimento e Simplificação, o congresso trouxe também à discussão, à porta das eleições, as questões que efetivamente importam aos portugueses. Qual o modelo de desenvolvimento que queremos para Portugal? Qual o país que queremos deixar às gerações vindouras? Qual a sociedade que queremos construir?

Previamente, a CIP dinamizou debates no terreno em duas frentes. “Uma frente setorial através dos seus Conselhos Estratégicos, um grupo de insubstituíveis think tanks constituídos por individualidades, instituições e empresas, organizados debaixo de reconhecidas matérias públicas e liderados por personalidades de inegável mérito, que num exercício integrado permitem a construção de um raciocínio lógico, coerente e plausível vertido em orientações substantivas. Uma outra frente regional através da capilaridade dos seus Associados, uma rede de mais de uma centena de associações, de federações e de câmaras de comércio dos mais diversos setores de atividade, que numa visão integradora da territorialidade permitem o desenho de soluções promotoras da coesão, da cooperação e da competitividade. Foi deste trabalho cruzado em tempo útil que a CIP levou ao congresso “Pacto Social. Mais economia para todos” propostas concretas para o futuro do país”, explica a instituição.

Debates, entrevistas e apresentações integraram o programa do congresso, que contou paralelamente com as intervenções dos líderes partidários de grupos com assento parlamentar, nomeadamente Pedro Nuno Santos, Luís Montenegro e Rui Rocha. A intenção foi a de partilhar, ainda antes do período oficial da campanha eleitoral, os seus programas económicos de Governo.

Dividido em seis blocos (“O que está em jogo nestas eleições?”; “Como fazer crescer Portugal?”; “Como reter talento em Portugal?”; “A competitividade regional multiplica o crescimento?”; “Menos impostos, mais economia?”; e “É possível aumentar salários sem aumentar a produtividade?”), o congresso teve a participação de individualidades como Pedro Siza Vieira, Isabel Capelo Gil, Pedro Lourtie, José Cunha Rodrigues, Pedro Brinca, Ricardo Arroja, Fernando Alexandre, António Portela, Madalena Cascais Tomé, Nuno Amado, Isabel Vaz e Guy Villax.

O congresso contou igualmente com a apresentação de estudos, plataformas e estruturadas reflexões sobre cada um dos temas em debate nos blocos, a cargo de instituições como a Associação Business Roundtable Portugal, a Fundação Francisco Manuel dos Santos, a EY ou o Millennium BCP.

Conheça as principais conclusões da CIP.

## 1. O QUE ESTÁ EM JOGO NESTAS ELEIÇÕES?

Qualquer que seja a solução governativa resultante das eleições de 10 de março, essa mesma solução terá consequências sobre as políticas públicas que irão moldar o rumo da economia portuguesa num horizonte temporal mais ou menos alargado. O país necessita de estabilidade política que permita a mudança e a rutura com o modelo atual, com base em políticas públicas coerentes que deverão ter por base um desígnio para o país.

Os partidos políticos têm de assumir essa exigência de mudança. Mas essa exigência cabe também à sociedade civil. Acreditamos que o diálogo entre partidos políticos e a sociedade civil é crucial para que a classe política não se distancie da realidade e para uma melhor qualidade e eficácia das políticas públicas.

O Pacto Social encerra um projeto de transformação da sociedade portuguesa que assenta em três eixos — que são, simultaneamente, imperativos de intervenção: o Crescimento (da economia), o Rendimento (dos trabalhadores) e a Simplificação (administrativa). Este projeto de transformação, com base num desígnio para Portugal, foi debatido, reafirmado e enriquecido ao longo de todo o congresso “Pacto Social. Mais Economia para Todos”.

## 2. COMO FAZER CRESCER PORTUGAL?

Há mais de 20 anos que alternamos crises e crescimento anémico. Divergimos da média europeia, enquanto os países mais pobres que Portugal convergiram. Só com verdadeiro crescimento poderemos dar resposta às legítimas aspirações de bem-estar dos portugueses, construir um Estado Social digno desse nome e corrigir os desequilíbrios económicos acumulados durante décadas. O crescimento é, por isso, o desígnio que nos move.

Um dos fatores que tem travado o crescimento económico é a baixa taxa de investimento. Ora, o investimento é essencial ao aumento da capacidade de produção, bem como ao aumento da produtividade, via inovação e introdução de novas tecnologias nas empresas. Por outro lado, é preciso reforçar a capitalização das empresas, corrigindo um bloqueio crónico ao seu crescimento.

Os incentivos fiscais que hoje existem com o objetivo de estimular o investimento e a capitalização empresariais têm limitações, em termos de taxas, exceções, limites e complexidade, que lhes retiram força e eficácia. Tornam o sistema fiscal excessivamente complexo e errático.

A sustentabilidade do crescimento terá de basear-se numa crescente contribuição das exportações para o PIB. Mas, para além de exportar mais, Portugal precisa de aprofundar a internacionalização da sua economia, assegurando uma presença mais forte das suas empresas nos mercados externos, alcançando uma melhor inserção nas cadeias de valor global e atraindo investimento direto estrangeiro.

## 3. COMO RETER TALENTO EM PORTUGAL?

São as pessoas, com o seu talento, o principal fator de diferenciação e de sucesso de qualquer empresa ou de qualquer nação. O aumento dos rendimentos das famílias é um desígnio que se quer nacional e que contribui decisivamente para a retenção de talentos, contrariando a emigração dos mais jovens e mais qualificados, contribuindo para a sua autonomização no início da carreira profissional e promovendo o regresso dos que emigraram.

O aumento dos rendimentos é um desígnio que deve ser assumido pelas empresas — na medida em que alcancem ganhos de produtividade que sustentem níveis salariais mais elevados — mas também pelo Estado, que absorve através da tributação sobre o trabalho uma parcela cada vez maior dos rendimentos gerados e distribuídos pelas empresas.

É necessário, também, adequar a oferta formativa às necessidades das empresas e capacitar as empresas — incluindo as start-ups — para competir internacionalmente pela atração de talento, acolhendo recursos humanos mais qualificados e proporcionando-lhes perspetivas de desenvolvimento de carreiras profissionais aliciantes.

## 4. A COMPETITIVIDADE REGIONAL MULTIPLICA O CRESCIMENTO?

A redução das assimetrias regionais que se tem observado em Portugal resulta mais de uma convergência negativa, penalizando as regiões mais ricas, do que positiva. É necessário que o crescimento da economia nacional resulte da competitividade de todas as regiões, potenciando os seus recursos, valorizando as suas especializações e diversificando as suas economias. Nas regiões mais dependentes do turismo, a solução não passa por ter menos turismo, mas por diversificar a estrutura económica, potenciando o seu papel na alavancagem de setores tradicionais e áreas tecnológicas.

Urge, ainda, ultrapassar os problemas de mobilidade intra e inter-regional. As associações empresariais, pela sua proximidade e conhecimento, devem ser capacitadas para, em articulação com instituições de ensino superior e profissional e entidades públicas regionais e locais, avaliar as necessidades das empresas de cada território e promover o seu desenvolvimento.

## 5. MENOS IMPOSTOS, MAIS ECONOMIA?

O Estado tem vindo a absorver uma parcela cada vez maior da riqueza que é produzida em Portugal. A elevada tributação sobre as empresas é um dos principais fatores que desencoraja o investimento, conduzindo à perda de atratividade da economia. A elevada tributação sobre o trabalho contribui para a fuga de talentos. Também na tributação indireta encontramos situações absurdas e injustas que afetam cidadãos e empresas.

Comparamos mal com a grande maioria dos países europeus no esforço fiscal que recai sobre os agentes económicos. Somos um país pobre com impostos de rico. É necessário inverter a tendência de mais impostos — menos economia e transformá-la numa dinâmica positiva de menos impostos e mais economia.

## 6. É POSSÍVEL AUMENTAR SALÁRIOS SEM AUMENTAR A PRODUTIVIDADE?

Os salários em Portugal são baixos. A questão que se coloca é a de como aumentar de forma sustentável os salários sem prejudicar a competitividade das empresas e o seu futuro. Temos de criar mais riqueza, para a poder distribuir. A resposta está no aumento da produtividade, com concentração de recursos em políticas públicas com estratégia económica, mas sem dirigismos que interfiram nas decisões que cabem às empresas. É necessário promover uma dinâmica que retire do mercado as empresas que não são viáveis e estimule o surgimento de novas empresas e o aumento de escala do tecido empresarial: precisamos de mais empresas de grande dimensão.

Além da fiscalidade, impera a necessidade de melhorar o ambiente regulatório e competitivo das empresas, diminuindo significativamente os custos de contexto, absorventes de energias, tempo e recursos, e que condicionam a produtividade e a competitividade das empresas. A solução para aumentar a produtividade das empresas também passa por uma reforma do Estado. É necessário criar condições que conduzam a um ciclo positivo e autoalimentado de ganhos de produtividade, criação de emprego mais qualificado e distribuição de salários mais elevados.

□  
LUSOCAL®  
□□



THE BEST COMPONENTS YOU WILL NEVER SEE

[LUSOCAL.COM](http://LUSOCAL.COM)

## PORTMAN reinventa-se

É uma das empresas de referência em Guimarães, um dos epicentros da indústria portuguesa de calçado. Durante mais de quatro décadas, a Portman especializou-se na produção de mocassins. Nos últimos anos, reinventou-se para abordar novos clientes.

“O início da atividade da Portman ocorre no ano de 1979, numa empresa de dimensão familiar com especial relevo e especialização no fabrico de calçado «Mocassin» que nos tem acompanhado no decorrer de quase meio século e que ainda hoje perdura. Representa atualmente aproximadamente 40% do nosso atual «core business», sustenta Vitor Gonçalves. O irmão, Evaristo Gonçalves, acrescenta: “orgulhamo-nos de ter sido uma das empresas pioneiras em Portugal neste conceito, que foi alargado a um processo mais exigente, comumente designado por «sistema timberland» e que, ainda hoje, produzimos para clientes específicos”.

Nos últimos anos, a Portman adaptou-se a outros produtos e hoje já produz “sneakers com um nível de qualidade reconhecida pelos nossos parceiros de renome internacional, tanto no sistema «strobels», como sistema «montado», sublinharam. Para os gestores da Portman, foi relevante “estudar novos mercados, novas abordagens com clientes e, acima de tudo, reajustarmos os nossos conhecimentos aos requisitos que a celeridade com os conceitos de produto e moda obrigam”, procurando “um renovado conceito de indústria”.



### INDÚSTRIA EM MUDANÇA

Para os responsáveis da Portman, “a globalização e a abertura de novos mercados e exigências obrigou-nos a atualizar, a modernizar, inovar e investir nas áreas que hoje em dia são provavelmente as mais relevantes como sustentabilidade, transformação digital, diminuição da pegada ecológica, reciclagem, redução de emissões e resíduos”. “Temos dado muito ênfase a estas áreas, nomeadamente na colocação de painéis solares, no uso de materiais, sempre que possível, amigos do ambiente, formação dos colaboradores para efeito da diminuição do desperdício”, de modo a responder a um mercado cada vez mais exigente e concorrencial”.

### A REALIDADE DA PORTMAN

Nos últimos anos, a Portman investiu em novos equipamentos, alargou a oferta a novos segmentos de produto e procura, agora, chegar a novas geografias. “Estamos na Europa, mas igualmente atentos a outros continentes e a mercados emergentes que, não dispo de as mesmas regras rígidas laborais e remuneratórias, nos asfixiam com preços perfeitamente incomportáveis para que com eles possamos concorrer”, sublinharam Evaristo e Vitor Gonçalves.

Ao fim de 45 anos de mercado, os gestores da empresa de Guimarães admitem que “os próximos anos serão de uma enormidade de entraves”, mas que podem ser superados com “rigor e responsabilidade”.

19

## 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;

# PORTUGUESE FOOTWEAR CLUSTER

[www.portugueseshoes.pt](http://www.portugueseshoes.pt)

PORTU  
GUESE  
SHOES  

---

APICCAPS

## Componentes para calçado

# CRESCEM 13,6%

O setor de componentes para calçado continua a crescer e a afirmar-se nos mercados externos. Em 2023, o setor exportou componentes no valor de 73 milhões de euros, o que significa um acréscimo de 13,6% relativamente ao ano anterior. Por mercados, realce para os crescimentos de 4,7% na Alemanha para 16,5 milhões de euros e de 43% em França para 16 milhões de euros. Já em Espanha, assinala-se o recuo de 19% para 7 milhões de euros.

Nem tudo são, no entanto, boas notícias. A componente que mais cresceu foram as gáspeas, acréscimo de 124% para 22 milhões de euros. Já as solas e os saltos recuaram 4,2% para 31 milhões de euros. Os outros componentes diminuíram 9,6% para 209 milhões de euros.

Para Paulo Ribeiro, “um dos principais argumentos competitivos da indústria reside precisamente no facto de existir, num raio de 50 quilómetros quadrados da cidade do Porto, uma oferta variada de todo o tipo de componentes e de serviços à disposição das empresas de calçado”. Para o vice-presidente da APICCAPS “Portugal apresenta na indústria de calçado soluções muito interessantes ao nível de praticamente todos os componentes e mesmo de curtumes”. “Numa altura em que tanto se fala de produção de proximidade, a indústria portuguesa é uma das mais qualificadas do mundo, que se soube reinventar, evoluir técnica e tecnologicamente, e por isso está no radar das grandes marcas internacionais da especialidade”. Em simultâneo, recorda Paulo Ribeiro, “o setor tem em curso planos de investimento ambiciosos, que vão transformar Portugal numa das grandes referências internacionais no desenvolvimento de soluções sustentáveis”.

Acresce, na ótica de Paulo Ribeiro, que os fortes investimentos que o setor de componentes para calçado tem vindo a implementar, nomeadamente nos domínios da digitalização e sustentabilidade, colocam “o cluster português de calçado na linha de frente e capaz de responder a novos desafios que o mercado vai requerendo no plano internacional”.



21

## ATOM MB E CERIM UNEM FORÇAS: A AVANTIUM NASCEU

[WWW.TECMACAL.PT](http://WWW.TECMACAL.PT)



**AVANTIUM CD10 TS2**  
MÁQUINA DE REBATER/  
CARDAR FUNDO DO SAPATO



**AVANTIUM K175**  
MÁQUINA DE CARDAR  
LATERAL DO SAPATO



**AVANTIUM MARK 2 TSI**  
MÁQUINA DE MONTAR  
LADOS E CALCANHEIRAS



**AVANTIUM K078**  
MÁQUINA DE MONTAR  
E CENTRAR BICOS

### SEDE

RUA DOS COMBATENTES DO ULTRAMAR  
ZI Nº 1, 3700-089 S. JOÃO DA MADEIRA - PORTUGAL  
TEL: +351 256 200 480 // FAX: +351 256 832 059  
E-MAIL: [TECMACAL@TECMACAL.PT](mailto:TECMACAL@TECMACAL.PT)

### FELGUEIRAS

RUA BELMIRO FERREIRA 140/152/164 - MARGARIDE  
4610-278 FELGUEIRAS FELGUEIRAS PORTUGAL  
TEL: +351 255 318 860 // FAX: +351 255 926 996  
E-MAIL: [TECMACALFELGUEIRAS@TECMACAL.PT](mailto:TECMACALFELGUEIRAS@TECMACAL.PT)

### BENEDITA

RUA REI DA MEMÓRIA, N.º 30 LOJA R/C ESQUERDO  
2475-149 BENEDITA PORTUGAL  
TEL: +351 262 921 302  
E-MAIL: [TECMACALBENEDITA@TECMACAL.PT](mailto:TECMACALBENEDITA@TECMACAL.PT)

# 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

Cumre 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

# Anatomia

## DE UMA INDÚSTRIA

A APICCAPS representa centenas de empresas de toda a fileira do calçado e artigos de pele. Conheça os nossos membros.

### ISI SOLES

Criada em 1997, a ISI – Indústria de Solas Injectadas, Lda. começou em Felgueiras com uma pequena ideia, três colaboradores e uma atitude voltada para o futuro. Ao longo dos anos, a empresa ganhou destaque nacional e internacional, somando projetos e reconhecimento, e aumentando a equipa e capacidade de conceção, desenvolvimento e produção de solas injetadas e pré-fabricadas.

Atualmente, a empresa de componentes garante uma produção anual de 3 milhões de pares, 130 colaboradores especializados, e a confiança de inúmeros clientes e marcas em todo o mundo.

[HTTPS://ISISOLES.EU/](https://isisoles.eu/)



### ABÍLIO P. CARNEIRO

Caminha a passos largos para o centenário. Criada em 1927 no norte de Portugal, a Abílio P. Carneiro & Filhos S.A. é uma das poucas empresas portuguesas no setor do calçado a registar uma marca centenária. Especializada na produção de calçado técnico, calçado outdoor nas suas diversas vertentes e calçado à prova de água com membranas, a empresa é gerida atualmente pela 4ª geração familiar.

A Abílio P. Carneiro tem sabido enfrentar e ultrapassar os desafios cada vez mais exigentes do mercado onde se insere, através de uma constante aposta na inovação e no investimento em I&D, em equipamentos cada vez mais evoluídos e na formação dos seus Recursos Humanos, sendo por isso, um operador globalizado com presença em vários continentes.

[HTTPS://WWW.APCARNEIRO.PT/](https://www.apcarneiro.pt/)



### RUFEL

A Rufel é uma empresa especializada na produção e desenvolvimento de malas, trazendo inovação, qualidade e design. Fundada em 1975 como uma empresa de produção de malas de senhora e marroquinaria, viveu uma emocionante fase de transição. O fundador, Rufino Santos, deixou um legado notável às suas filhas Carina e Ivânia Santos que estão determinadas a continuar e expandir essa história de sucesso.

Com uma história sólida de sucesso e dedicação aos seus clientes, a Rufel destaca-se como uma marca confiável e reconhecida nacional e internacionalmente.

[HTTPS://RUFEL.PT/](https://rufel.pt/)





CATÓLICA  
CATÓLICA PORTO  
BUSINESS SCHOOL

PORTO

SAIBA MAIS AQUI



# INVISTA EM SI

## FORMAÇÃO EXECUTIVA

### MBA E PROGRAMAS INTERNACIONAIS

MBA Executivo  
Programa Atlântico

### GESTÃO

PG Empreendedorismo & Business Development  
PG Finanças e Estratégia  
PG Controlo de Gestão e Estratégia  
PG Finanças e Controlo de Gestão  
PG Curso Geral de Gestão  
Controlo de Gestão: da Estratégia à Execução  
Programa Intensivo de Gestão  
Gestão de Projetos  
Tomada de Decisão Estratégica  
Business Analytics  
Management, Technology & Transformation  
Digital Transformation

### FINANÇAS E FISCALIDADE

PG Finanças e Fiscalidade  
PG Fiscalidade e Controlo de Gestão  
PG Fiscalidade Avançada  
Gestão Financeira  
Fiscalidade Intensiva  
Fiscalidade Avançada  
Mergers & Acquisitions  
Banca para Empresas  
Curso Geral de Fiscalidade Online

### ÉTICA E SUSTENTABILIDADE

PG Sustentabilidade e Regeneração  
Ética, Compliance e Whistleblowing nas Organizações  
Globally Responsible Leadership for Sustainable Transformation  
Chief Ethics & Compliance Officer  
Chief Sustainability Officer

### CAPITAL HUMANO E LIDERANÇA

Curso Intensivo de Liderança  
Liderança Social para Gestores

### MARKETING E VENDAS

PG Marketing  
Marketing & Brand Management  
Sales Management

### FORMAÇÃO SETORIAL

PG Gestão Hoteleira | Hospitality Management  
PG Gestão na Saúde  
PG Medicina do Desporto, Reabilitação e Gestão  
PG Fashion Management  
PG Managing with Analytics  
PG Gestão no Setor Agroalimentar  
PG Gestão de Operações, Logística e Supply Chain  
Programa Avançado Gestão do Património Cultural  
PG Organização e Gestão de Eventos

### FORMAÇÃO CUSTOMIZADA

Formação Incompany  
Oficina de Líderes



catolicabs.porto.ucp.pt



#1 UNIVERSITY  
IN PORTUGAL



# Geração 5.0:

## EDUARDO SERZEDELO: HIRUNDO



EDUARDO SERZEDELO É LICENCIADO EM DIREITO PELA UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA E FREQUENTOU UM MBA NO INSEAD. A PAIXÃO PELOS SAPATOS E O ORGULHO NA INDÚSTRIA NACIONAL FORAM OS INGREDIENTES PARA A CRIAÇÃO DA HIRUNDO, UMA MARCA DE SAPATILHAS PRODUZIDAS EM PORTUGAL COM IMPORTANTES PREOCUPAÇÕES AMBIENTAIS. A MARCA É CARBON NEUTRAL E CERTIFICADA COM O CARIMBO B CORP.

### Como surgiu a ideia de criar a Hirundo?

Sempre fui apaixonado pelo mundo dos sapatos e das sapatilhas. Divertia-me a estudar os diversos métodos de construção e o seu impacto na durabilidade e conforto. Por outro lado, sempre me encheu de orgulho a qualidade do que somos capazes de fazer na área do calçado cá em Portugal e cedo me apercebi que faltava uma marca que valorizasse o know-how português na área do calçado.

Durante a pandemia, fechado em casa, com mais tempo para refletir, lancei-me para a criação de uma marca que não só respeitasse esta tradição, como também respeitasse o ambiente, quem a produz e usasse os melhores e mais sustentáveis matérias portuguesas! Acabámos com umas sapatilhas em que todos os componentes são produzidos a 50km da fábrica que produz os sapatos!

### Como definiria a marca e como se distingue no mercado?

A crise pandémica por um lado abriu-nos os horizontes de uma forma que nunca achámos ser possível! Enquanto sociedade começamos a questionar as cadeias de produção baseadas no oriente. Começamos a valorizar o local. Cada passeio na natureza passou a ser especial. A pandemia de certa forma ajudou a definir o que deveria ser a Hirundo.

A Hirundo é ostensivamente Sustentável e Portuguesa.

### Quais têm sido os maiores desafios até agora?

A primeira dificuldade começou com o lançamento durante a pandemia. Nem sempre era possível ver os materiais, os protótipos ou mesmo as pessoas ao vivo. Posteriormente, ainda durante a pandemia, e com a agravante da guerra na Ucrânia, o abastecimento em matérias também se tornou mais difícil. Uma aposta que fizemos que compensou largamente foi a nossa cadeia de abastecimento local. Estar perto da fábrica e de todos os seus componentes permitiu-nos reajustar muito rapidamente aos problemas que foram aparecendo!

Tivemos um problema com o fornecimento das solas e, trabalhando em conjunto com o fornecedor, conseguimos uma solução alternativa em menos de 24 horas. Teria sido impossível se não tivéssemos feito esta aposta desde o início.

Com isto, conseguimos também ter produções muito mais ágeis e ter muito menos desperdício de matéria-prima de inventário o que tem um impacto muito menor na pegada carbónica (somos certificados carbon neutral).

Outra grande vitória em 2023 foi conseguirmos implantar em Portugal o nosso programa de reparações de sapatos. Logisticamente tivemos de ultrapassar algumas barreiras, mas já temos tido clientes a pedirem-nos para repararmos as suas sapatilhas e o programa está operacional! Com estas iniciativas obtivemos também o prestigiado certificado B Corp!

### Quais os projetos para o futuro da Hirundo?

Costumo dizer que a sustentabilidade é um caminho e não um fim. Estamos sempre a identificar pontos de melhoria e a, de forma sistematizada, atacá-los para transformar o nosso produto mais amigo do ambiente e os nossos processos mais respeitadores das comunidades que afetam. Temos melhorado muito desde 2023 e em 2024 temos alguns projetos para continuar a melhorar.

Relativamente à gama, queremos expandir de forma a complementar os produtos atuais e a melhor servir os nossos clientes. Finalmente, para 2024, em termos de vendas, queremos expandir os pontos de venda no estrangeiro de forma a ganhar visibilidade em certos mercados chave, como França, Alemanha, Bélgica, Espanha ou Reino Unido.

### Que conselho daria a um jovem que está a começar uma marca?

“Be careful whose advice you buy...”

# 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](http://www.expandindustria.pt) E-mail: [geral@mail.expandindustria.pt](mailto:geral@mail.expandindustria.pt)



# Follow ME

Podemos ser (muito) suspeitos ao anunciar a beleza da língua portuguesa, mas indo a factos Portugal foi e é um país muito rico em literatura. Só para se ter uma ideia, em Portugal estão registados na Sociedade Portuguesa de Autores cerca de 25 mil autores de todas as disciplinas literárias e artísticas.

O legado material e imaterial funde-se muitas vezes quando o tema é escrita. Se o universo literário respira muito do que foram os autores clássicos, o espírito vanguardista de alguns escritores deixará certamente marcas na história da literatura. Neste Follow Me deixamos três nomes do universo literário português, um aperitivo para que espreite a última edição da Portuguese Soul dedicada ao Legado.

## @CASAFERNANDOPESSOA

Está em destaque nesta edição da Portuguese Soul por ser um dos mais relevantes escritores portugueses. Para perpetuar a sua vida e a sua obra foi criada a Casa Fernando Pessoa, “um lugar de literatura que cruza memória, criação literária e leitura”

A sede fica precisamente na casa que foi habitada pelo escritor nos últimos 15 anos de vida. “Na Casa Fernando Pessoa conservamos, preservamos e divulgamos o legado de Fernando Pessoa, cujo espólio documental foi classificado Tesouro Nacional”. Os livros que pertenceram a Fernando Pessoa são o maior acervo deste espaço, uma vez que “permitem conhecer o universo criativo do escritor, revelando o seu lado leitor. Acompanhando a pesquisa e o novo conhecimento sobre a obra de Fernando Pessoa, colaboramos regularmente com investigadores”.

Curiosamente, Fernando Pessoa viu publicada apenas uma parte muito pequena da sua extensa obra, que tem vindo a ser editada em vários livros desde 1942. Deixou mais de 25 mil folhas escritas com texto que são atualmente parte do espólio da Biblioteca Nacional de Portugal.

## @JOAO\_TORDO

É um dos escritores mais reputados da sua geração. João Tordo nasceu em 1975 e venceu prémios relevantes como Prémio Literário José Saramago 2009, o Prémio Fernando Namora 2021 e o Prémio GQ. De acordo com José Saramago, “João Tordo tem uma capacidade enorme de efabulação que não se encontra facilmente”.

No ano em que comemora 20 anos de carreira, o autor lançou o livro “O Nome que a Cidade Esqueceu”, inspirada numa história que leu no New York Times sobre um homem que foi encontrado morto pelos vizinhos.

Mais recentemente, fez parte da equipa de guionistas da série da Netflix Rabo de Peixe, juntamente com Hugo Gonçalves, Fernando Mamede e Francisco Lopes. Sem esquecer, claro, o realizador Augusto Fraga.

Atualmente tem duas dezenas de livros publicados em Portugal, entre policiais, romances e ensaios. A sua obra está publicada em vários países, como França, Itália, Alemanha, Hungria, Espanha, Croácia, México, Argentina, Brasil, Uruguai ou Colômbia.

## @LIDIAJORGE500

Não é particularmente ativa no universo digital. É mais fácil encontrá-la através da sua editora (@domquixoteeditora). Nasceu em 1946 no Algarve e é um nome incontornável da literatura portuguesa.

O tema da mulher e da sua solidão são assuntos recorrentes na obra da autora. Destaque para obras como *Notícia da Cidade Silvestre* (1984) e *A Costa dos Murmúrios* (1988), *O Dia dos Prodigios* (1979), ou *Vento Assobiando nas Gruas* (2002).

Em 2022, a autora lançou *Misericórdia* que tem ganho galardões um pouco por todo o mundo. Prémio Médicis Étranger, Prémio Fernando Namora, Grande Prémio de Romance e Novela da Associação Portuguesa de Escritores, e os prémios Urbano Tavares Rodrigues, P.E.N. Clube Português e o de Melhor Livro Lusófono publicado em França são alguns dos prémios que arrecadou recentemente.

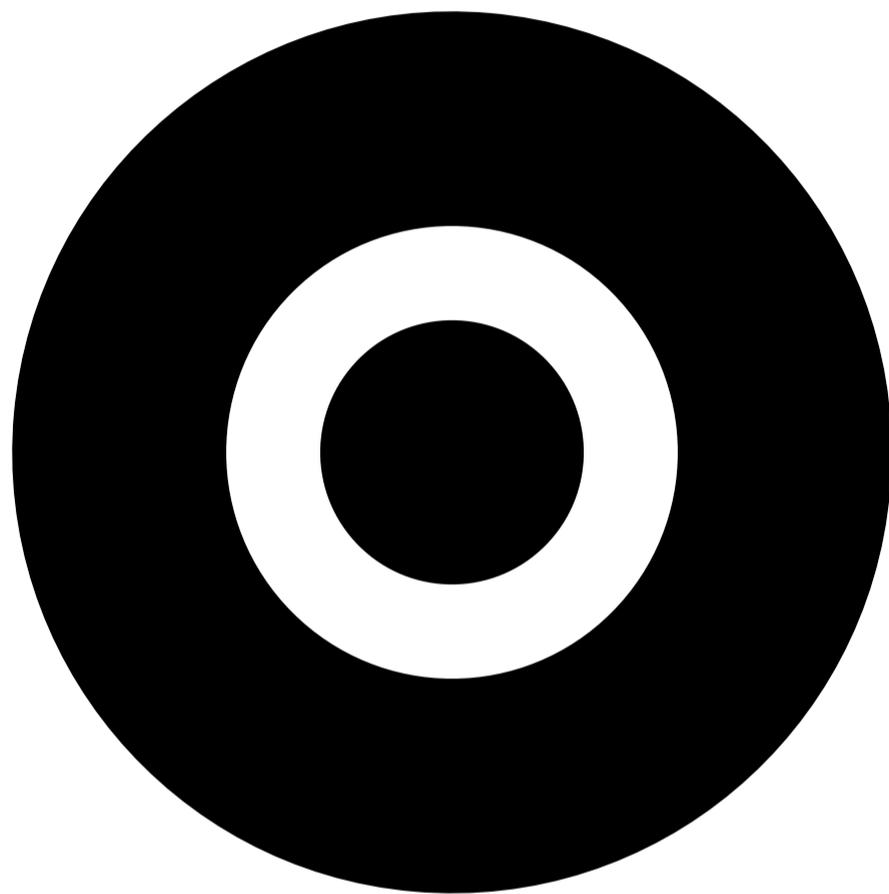
27



Foto: Vitorino Coragem



# A PARCERIA CERTA NA PROMOÇÃO DO SEU NEGÓCIO



**Orgal**  
impressores