

Notí- cias

INDÚSTRIA

Exportações de calçado resistem depois de resultados históricos

INOVAÇÃO

Inteligência Artificial na indústria de calçado

TALENTO

Calçado vai à escola para preparar geração do futuro

ENTREVISTA

Luísa Correia na primeira pessoa



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

Exportações de calçado resistem depois de resultados HISTÓRICOS

Depois de um ano de 2022 atípico com um crescimento das exportações superior a 20%, atingindo mesmo um novo máximo histórico de 2.009 milhões de euros, o setor de calçado resistiu ao primeiro trimestre do ano. Em resultado, o setor exportou 20 milhões de pares, no valor de 526 milhões de euros. Relativamente ao ano anterior, assinala-se um recuo de 4,4% em quantidade, mas um aumento de 6,8% em valor. O preço médio do calçado português aumentou 11,7% para 26,09 euros o par.

“Como se previa, o ano de 2023 será particularmente exigente para o setor do calçado”, considera a APICCAPS, “fruto de um abrandamento económico comum à maioria dos principais mercados de destino do calçado português”. A título de exemplo, sublinha a Associação, na Alemanha, “mercado de referência para o calçado português, de acordo com a associação comercial alemã, uma em cada 10 sapatarias encerrou no ano passado, originando um total de 1.500 encerramentos”. De acordo com a APICCAPS “há a expectativa de que 2023 possa ser um ano de consolidação do calçado português no exterior, mas para isso é essencial redobrar esforço, reforçar os investimentos em matéria de promoção externa e ir ao encontro de novas janelas de oportunidade”.

Em termos práticos, o calçado português continua a reforçar a sua posição nos principais mercados externos, em particular nos países extracomunitários, que acolheram 18% das exportações (que compara com 16% no período homólogo). No espaço europeu destaca-se o desempenho na Alemanha (mais 4% para 115 milhões de euros), França (mais 4,8% para 111 milhões de Europa) e Países Baixos (mais 7,7% para 81 milhões de euros), enquanto fora do espaço comunitário, realce para o bom desempenho no Reino Unido (mais 13,3% para 32 milhões de euros), EUA (mais 10% para 25 milhões de euros) e Canadá (mais 7,4% para seis milhões de euros).

Por produtos, continua a ser o segmento em couro o principal impulsionador do setor, respondendo por 86% das vendas no primeiro trimestre, com um crescimento de 9,4% face ao primeiro trimestre de 2022. A melhor performance registou-se no segmento “outro calçado em plástico”, com um acréscimo de 18,3% para 26 milhões de euros.



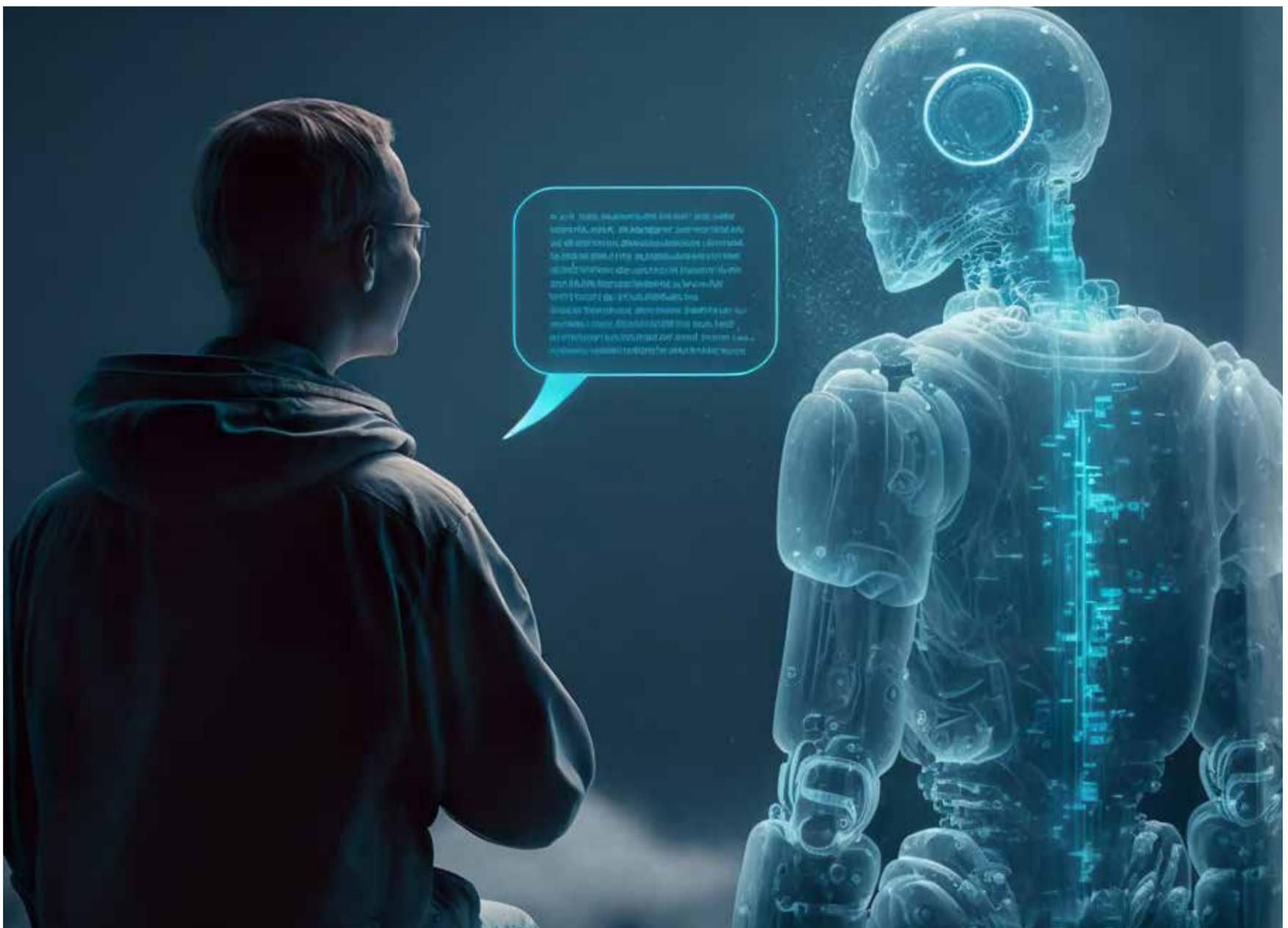
De acordo com o Boletim de Conjuntura da APICCAPS, “apesar do abrandamento da conjuntura, a larga maioria das empresas continua a considerar o estado dos negócios suficiente ou bom”. Para o segundo trimestre do ano, nomeadamente ao nível da produção e da carteira de encomendas, “estabilidade foi a resposta mais frequente das empresas”. Mais de quatro em cada cinco empresas (80%) acreditam que, no segundo trimestre, o seu nível de emprego não irá sofrer alterações.

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

“A integração de técnicas de IA na indústria do calçado vai permitir uma maior eficiência operacional”

A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL (IA) TEM SIDO O TEMA QUENTE DOS ÚLTIMOS MESES, PRINCIPALMENTE DEPOIS DA PROLIFERAÇÃO DO CHATGPT. MEDO E INCERTEZA SÃO PALAVRAS QUE COMEÇAMOS A ASSOCIAR A ESTE NOVO MUNDO, MAS OS ESPECIALISTAS ACREDITAM QUE HÁ MUITO POR EXPLORAR.

NA INDÚSTRIA DO CALÇADO, QUE POTENCIALIDADES PODEM SER APROVEITADAS COM A INTEGRAÇÃO DE ALGUMAS TÉCNICAS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL? O JORNAL DA APICCAPS CONVERSOU COM RUI REBELO, COORDENADOR DO CENTRO DE ENGENHARIA DE SISTEMAS EMPRESARIAIS DO INESC TEC.



Que impacto pode ter a IA na indústria, em especial na indústria do calçado?

A IA tem tido um forte impacto na indústria, de uma forma transversal aos vários setores nos últimos anos, com uma mudança de paradigma generalizada no sentido de uma maior digitalização dos processos e adoção de tecnologias emergentes. De uma forma muito geral, este impacto tem-se sentido sobretudo ao nível da tomada de decisão e na capacidade das tecnologias de IA permitirem um apoio efetivo em processos de decisão chave de uma forma automatizada, autónoma, eficiente e confiável.

No contexto altamente dinâmico e incerto que caracteriza o ecossistema industrial atual, uma tomada de decisão em tempo-real e baseada em conhecimento é cada vez mais fundamental para assegurar um crescimento sustentável a longo-prazo.

O setor do calçado, em particular, reúne um conjunto de características únicas que o tornam especialmente interessante para a integração destes sistemas com sucesso. Trata-se de um setor com uma cadeia de valor largamente globalizada e fragmentada, que apresenta ciclos de vida de produto muito curtos e elevada variabilidade na procura, decorrente não só da sazonalidade, mas também do contexto socioeconómico. Estas características, juntamente com consumidores cada vez mais informados e exigentes, contribuem para uma crescente complexidade do negócio do calçado que condiciona a gestão eficiente dos processos ao longo de toda a cadeia de valor.

Neste contexto, a integração de técnicas de IA na indústria do calçado vai permitir uma maior eficiência operacional, mas sobretudo uma maior flexibilidade/agilidade na resposta ao mercado que este setor exige.

Assim, estas técnicas irão permitir ganhos a vários níveis, nomeadamente: 1) Eficiência na produção: através da automatização de tarefas, análise de dados e algoritmos de planeamento/escalonamento que irão permitir reduzir custos de produção, minimizar consumo de recursos e reduzir tempos de paragem e produção; 2) Qualidade: através da automatização de tarefas repetitivas, evitando erros e através da monitorização de parâmetros de produção em tempo real, identificando problemas mais rapidamente e permitindo uma resposta imediata; 3) Previsão: através da capacidade de analisar tendências de consumo, sazonalidade, eventos de moda, etc. com base em dados históricos, da situação atual e de toda a cadeia de valor, permitindo às empresas criar produtos mais relevantes para o mercado e tomar decisões informadas relativamente a níveis de stock e produção; 4) Customização: a customização é cada vez mais crítica no setor do calçado e a IA poderá dar um contributo fundamental através da análise das preferências do consumidor e tendências de moda, permitindo criar designs personalizados e integrando-os no sistema produtivo de forma rápida e mais eficiente.

A adoção destas técnicas de uma forma transversal nas organizações, irá contribuir ainda para a emergência de novos modelos de negócio alicerçados nos desafios atuais de sustentabilidade (económica, ambiental e social) e resiliência. A capacidade de processamento e análise de grandes volumes de dados vai permitir rastrear processos e produtos ao longo de toda a cadeia de valor, permitindo a adoção de estratégias de circularidade e outras que irão permitir perceber e limitar os impactos ambientais, sociais e económicos do sector.

Finalmente, apesar dos ganhos já observados e documentados, prever o real impacto da adoção da IA na indústria será sempre um exercício difícil na medida em que este impacto não só é muito amplo e assume múltiplas características, como está continuamente em evolução acompanhando os avanços tecnológicos e a crescente adoção nos vários setores industriais.

Como se devem preparar as empresas para este impacto?

Tipicamente a adoção de tecnologias inovadoras e em particular tecnologias digitais, obriga a reconfigurações importantes de muitos elementos da organização, não só ao nível dos ativos de produção, mas também ao nível dos processos, estratégias e estruturas organizacionais. Apesar das tecnologias de IA estarem num nível de maturidade interessante para aplicações industriais é necessário trabalhar na estruturação dos problemas, processos, dados, etc., assim como na literacia digital das empresas, para uma implementação bem-sucedida. Desta forma, uma transição digital efetiva e respetiva adoção de soluções de IA obriga, por parte das empresas, a uma estratégia digital clara, planeada e integrada na visão global da organização, envolvendo ativamente todos os atores chave do processo.

Na indústria do calçado, em particular, os principais desafios poderão estar ao nível do equilíbrio adequado entre a preservação das competências e know-how inerentes a um setor altamente tradicional e o nível de automação e IA requerido nos novos modelos de negócio. Neste sentido, as empresas devem trabalhar ativamente para encontrar o equilíbrio certo entre o processo, tecnologia e estratégia de negócio, numa visão integrada dos sistemas. Só assim as empresas serão mais capazes de obter ganhos efetivos de competitividade através da IA.

BIO SHOES CREATORS

julho 2023

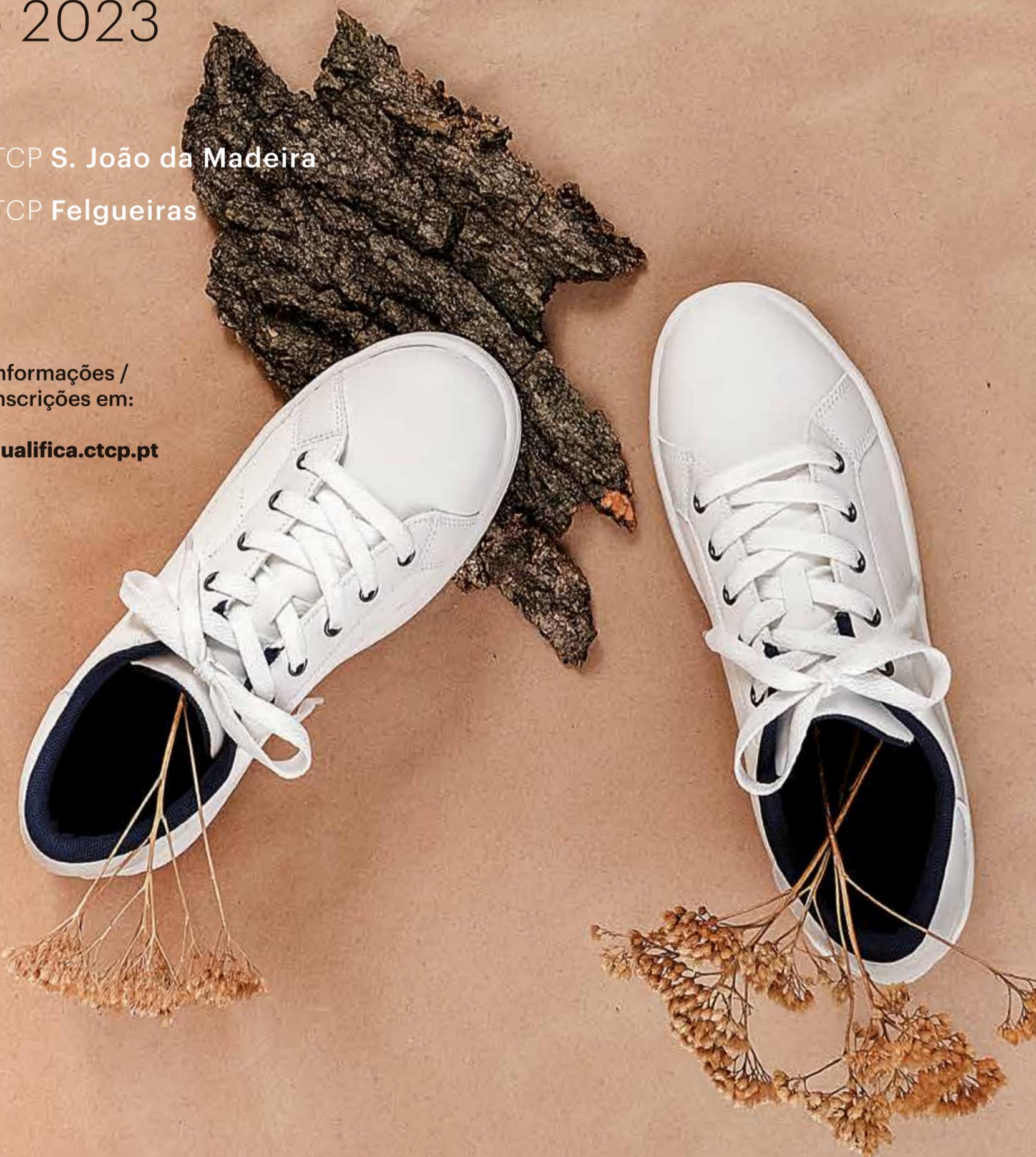
03 a 14 CTCP S. João da Madeira

17 a 28 CTCP Felgueiras



Informações /
inscrições em:

qualifica.ctcp.pt



Calçado vai à escola para preparar a geração do

FUTURO

Até 2030, a indústria europeia da moda vai necessitar de 500 mil novos colaboradores. Os dados são da Comissão Europeia, e vão afetar em particular países como Espanha, França, Itália e Portugal, o diagnóstico é comum a outros setores. Consciente dessa realidade, a indústria portuguesa do calçado, através da APICCAPS, antecipa cenários futuros e está a empreender um “Roteiro do Conhecimento” pelas escolas, de modo a preparar as gerações do futuro e atrair uma nova geração de talento. Em termos práticos, foram identificadas 86 escolas em Felgueiras, Guimarães, Oliveira de Azeméis, Santa Maria da Feira e S. João da Madeira que serão alvo de iniciativas pedagógicas. Numa primeira fase, as iniciativas dirigem-se aos alunos do 1º ciclo e pretendem “divulgar o potencial da indústria do calçado”, “valorizar o território e atividades locais” e “potenciar a indústria local”. A partir de setembro, serão abordados ainda os alunos do 2º e 3º ciclos.

Este “Roteiro do Conhecimento” deverá ter uma duração de três anos, e enquadra-se no Plano Estratégico do Cluster do Calçado 2030 que pretende transformar a indústria de calçado na “referência internacional e reforçar as exportações portuguesas, aliando virtuosamente a sofisticação e criatividade com a eficiência produtiva, assente no desenvolvimento tecnológico e na gestão da cadeia internacional de valor, assim garantindo o futuro de uma base produtiva nacional, sustentável e altamente competitiva”.

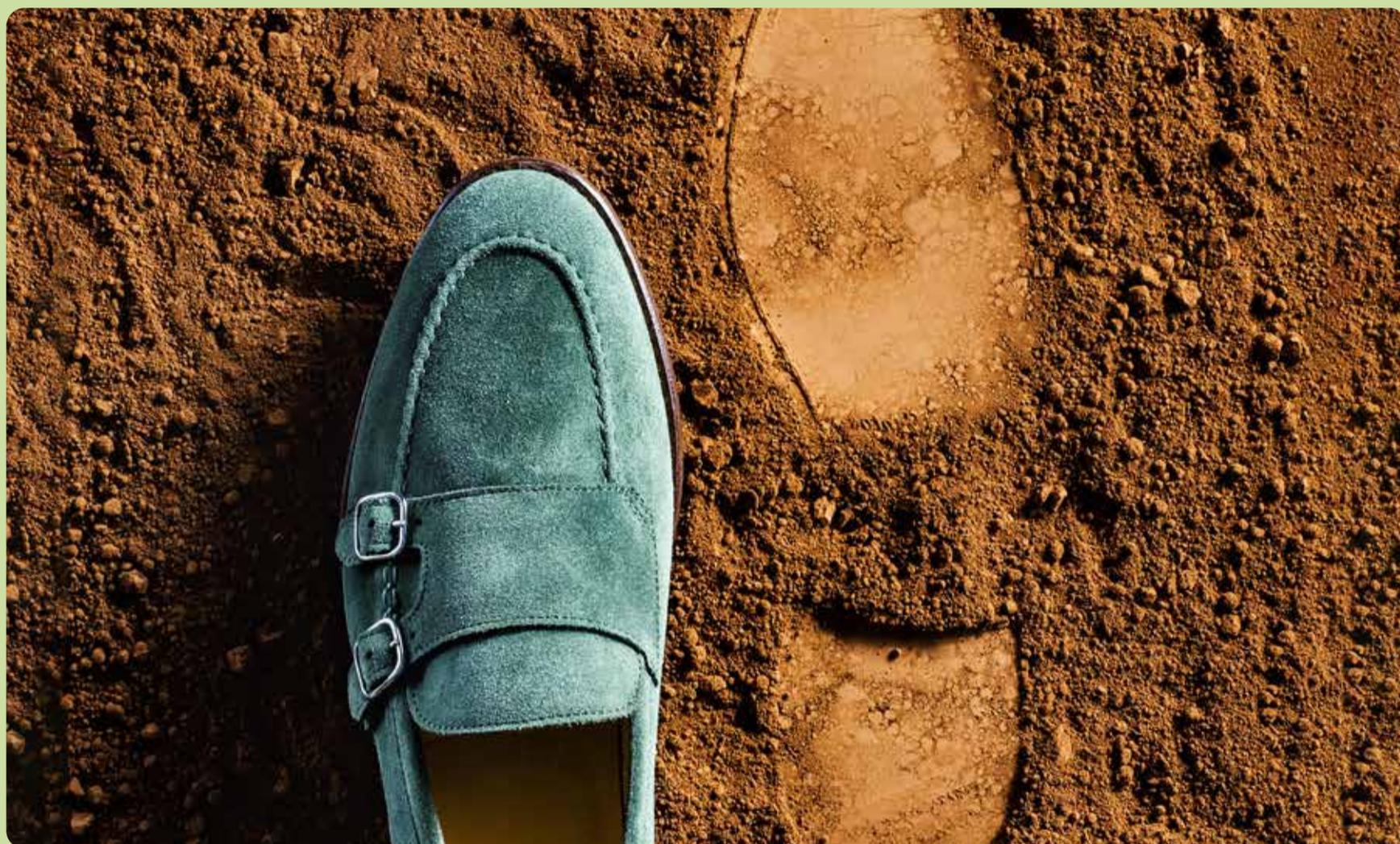
Para a APICCAPS, “continua a existir na sociedade um conjunto de estereótipos relacionados com os setores industriais que importa desmistificar. Ainda que não seja um problema exclusivamente português, há um trabalho de proximidade a desenvolver”, adianta a Associação, sublinhando que “as autarquias das zonas de forte concentração da indústria de calçado serão autênticas parceiras deste “Roteiro do Conhecimento” e desempenharão um papel de grande relevância no desenvolvimento da programação pedagógica”.

A fileira do calçado é responsável por 40.730 trabalhadores, tendo em 2022 criado 3.259 postos de trabalho (crescimento de 8,7%). “À medida que o setor evolui para novos patamares de exigência, aumenta igualmente a necessidade de contratação de colaboradores cada vez mais qualificados”, considera a APICCAPS. Por esse motivo, para além do desenvolvimento de iniciativas em ambiente escolar e junto dos centros de formação, serão promovidas ações de rua e uma campanha em ambientes digitais mais próximos dos alunos”. Complementarmente, a APICCAPS promoverá uma colaboração mais estreita com os stakeholders e aprofundará, com o Centro Tecnológico do Calçado, o desenvolvimento de novas soluções tecnológicas mais amigáveis e capazes de atrair as gerações do futuro.



Portuguese Shoes Green Pact

Cluster de Calçado e Artigos de pele em Portugal



**Assine por um Planeta
com saldo nulo de emissões
de carbono em 2050**



compromissoverde.apiccaps.pt

PORTUGUESE SOUL VOLTA À RTP2 COM NOVA TEMPORADA

GISELA JOÃO

inicia viagem documental ao universo dos materiais

O programa Portuguese Soul volta à RTP2 para a segunda temporada. A parceria entre a RTP2 e a APICCAPS volta assim a materializar-se na antena da televisão pública para a segunda edição da série documental Portuguese Soul, e conta com o apoio do PRR, no âmbito do projeto Bioshoes4all.

O que compõe o tecido de um material? E o que compõe o tecido social de um material? Com que linhas se entrelaçam? Portuguese Soul procurará responder a todas essas perguntas. Explorando a sua ligação ao universo da Moda, Gisela João embarca numa jornada para descobrir oito novas matérias-primas e as pessoas que dão corpo à Moda. Portuguese Soul olha apropriadamente para o início, numa viagem documental, feita de perguntas, descobertas e, sobretudo, de experiências, explorando, em cada episódio, a substância e o saber-fazer de um material. E, desta feita, os materiais são o linho, a borracha, o cânhamo, a camurça, o vime e o junco, as algas, as plantas tintureiras e a seda.

Para Teresa Paixão, “a 2, como qualquer pessoa, também anda à procura do sapato perdido. Portuguese Soul é o nosso sapato encontrado. A Gisela João já pertence ao património do país e da 2”. Para a diretora de programas da RTP2, “o que melhor se faz em Portugal, na nossa indústria, é sempre bem-vindo a um canal que não é de luxo, justamente porque leva o luxo a toda a gente”.

Para Gisela João, “Portuguese Soul é uma das coisas mais interessantes que fiz até hoje. O prazer que me dá em passar conhecimento é iluminador. Gosto de pensar que damos a conhecer as mãos e os rostos por trás da indústria, fazendo assim que tenhamos todos mais consciência do impacto das nossas escolhas diárias. O Portuguese Soul é por todos e não só por um, e isso é bonito de se fazer”.

Tendo como grande premissa divulgar a moda nacional Portuguese Soul é um bom exemplo de uma parceria público-privada. “A RTP abre novamente as portas à comunidade e dá um excelente exemplo de serviço público de televisão”, considera Luís Onofre, presidente da APICCAPS.

“A indústria encara a sustentabilidade como um tema muito sério. Por esse motivo estão em marcha dois projetos que rondam os 140 milhões para preparar o futuro” recordou o presidente da APICCAPS, sublinhando: “queremos ser líderes no desenvolvimento de soluções sustentáveis para a indústria de calçado”, razão pela qual “uma série documental como estas características ajudará a colocar o tema da sustentabilidade no centro da nossa estratégia do setor, bem como sensibilizará o público em geral para este tema”.



O que é que a **CORTIÇA** nos dá?



10

“A cortiça é um material leve, durável, reciclável tem propriedades de excelência: isolamento térmico e acústico, o que faz com que seja um material para utilizar em qualquer setor”. A consideração é de Ana Tavares, do painel de especialistas do programa Portuguese Soul.

De acordo com a Associação Portuguesa dos Industriais da Cortiça (APCOR), “a cortiça é a casca do sobreiro. É um tecido vegetal 100% natural e é constituída por uma colmeia de células microscópicas que têm um gás idêntico ao ar e revestidas sobretudo por suberina e lenhina. Tem uma abrangência de aplicações e atributos que nenhuma tecnologia conseguiu, até hoje, imitar, igualar ou ultrapassar”.

É uma matéria-prima 100% natural, 100% reutilizável e 100% reciclável extraída dos sobreiros sem nunca prejudicar o normal desenvolvimento da espécie e sem danificar a árvore. A cortiça extraída é aproveitada a 100%. Mas depois de transformada, por exemplo em rolhas, a cortiça pode voltar a entrar no processo produtivo. As rolhas de cortiça podem ser recicladas por trituração. O granulado resultante desse processo pode ser utilizado em outros produtos como, por exemplo, solas de sapatos, painéis de revestimento, boias de pesca.

O QUE NOS DÁ A CORTIÇA?

Podemos afirmar que a cortiça é um super-material, ou não fossem as suas características intrínsecas prova disso: é um material superleve, impermeável, elástico, respirável, reciclável. A sua utilização transcende a produção de rolhas, onde Portugal é líder de mercado.

A cortiça possui qualidades únicas, inigualáveis e que até hoje nenhum engenho humano conseguiu imitar ou ultrapassar:

- **Muito leve** – pesa apenas 0,16 gramas por centímetro cúbico e é capaz de flutuar;
- **Impermeável a líquidos e a gases** – graças à suberina e aos ceróides presentes nas paredes das células, a cortiça é praticamente impermeável a líquidos e a gases. A sua resistência à humidade permite-lhe envelhecer sem se deteriorar (por exemplo, foram descobertos alguns vinhos debaixo do mar e a rolha continuava intacta);
- **Elástica e compressível** – pode ser comprimida até cerca de metade da sua largura sem perder qualquer flexibilidade e recupera a sua forma e volume assim que deixa de ser pressionada. É o único sólido que sendo comprimido de um lado, não aumenta de volume do outro; e dada a sua elasticidade é capaz de se adaptar, por exemplo, às variações de temperatura e pressão, sem sofrer variações;
- **Um excelente isolante térmico e acústico** – a cortiça tem uma baixa condutividade de calor, som e vibração. Isto acontece porque os elementos gasosos que contém estão fechados em pequenos compartimentos impermeáveis e isolados uns dos outros por um material resistente à humidade;
- **Combustão lenta** - a cortiça é também um retardador de fogo natural: não faz chama nem expele gases tóxicos durante a combustão;
- **Muito resistente ao atrito** - a cortiça é extraordinariamente resistente ao desgaste e tem um coeficiente de atrito elevado. Graças à sua estrutura em favo de mel é menos afetada pelo impacto ou atrito do que outras superfícies duras.

Mas é, acima de tudo, um material 100% natural, reciclável, reutilizável e renovável. Atributos imprescindíveis numa sociedade que se deseja cada vez menos poluída e amiga do ambiente.

A CORTIÇA E O CALÇADO

A utilização da cortiça para calçado remonta a milhares de anos, pois existem dados históricos que indicam que os romanos usavam sandálias de cortiça dado o nível de conforto em contraste com outros materiais.

Atualmente, existem várias marcas de calçado que encontram neste material a simbiose perfeita para a criação de sapatos. É o caso d'ASPORTUGUESAS. Criada por Pedro Abrantes em 2014, a marca revolucionou o mercado ao tornar-se a primeira marca de flip-flops em cortiça. "ASPORTUGUESAS são um novo conceito de calçado que nasceu com o propósito de criar sapatos de qualidade, sustentáveis e amigos do ambiente. Orgulhamo-nos de ser a primeira marca de chinelos de cortiça do mundo, utilizando uma matéria-prima 100% natural que nasce de uma árvore e é recuperada a cada nove anos sem que a árvore seja cortada. Somos inspirados pela natureza e, com nossa escolha exclusiva de materiais naturais e reciclados, estamos comprometidos em retribuir!"

Recentemente lançada no mercado a New.ve também integra a cortiça em diversos modelos. Sacos e borras de café, bolas de ténis, maçãs, tencel, são alguns dos materiais que a empresa já incorpora nos seus produtos. "A marca apresenta materiais-chave, como o solado de borracha que, por ser um produto natural, pode incorporar novos ingredientes mais sustentáveis. Neste sentido, temos uma parceria com a SBR e incorporamos bolas de ténis em fim de vida, borra de café, casca de arroz, cortiça, solas recicladas, entre outros", avança Jorge Fernandes. "Em termos de corte, podemos incorporar casca de uva, casca de maçã, casca de cacto, cânhamo e materiais reciclados, como garrafas que são recolhidas do oceano.

Mas os exemplos desta ligação secular não ficam por aqui: são dezenas as marcas de calçado que utilizam cortiça nos seus produtos, principalmente nos seus componentes. Existem, assim, empresas especializadas na produção de solas e palmilhas unicamente neste material. É o caso da Veja Industries, uma empresa da Trofa que se dedica há 25 anos à produção de palmilhas em cortiça. Também a 3DCork, em Santa Maria da Feira, dedica a sua atividade à produção de produtos em cortiça, com especial enfoque nos componentes para calçado.

SEGUNDA VIDA DAS ROLHAS

As rolhas de cortiça são um produto natural, reciclável e reutilizável. Para aproveitar e conservar este recurso tão valioso, uns números crescentes de países têm-se esforçado por levar a cabo iniciativas de reciclagem, de forma a consciencializar as populações locais para a riqueza deste material. Apesar da cortiça reciclada jamais ser reutilizada para produzir rolhas para vinhos, existem muitas outras aplicações alternativas possíveis. Por exemplo, quadros de afixação, marcadores, bases para copos, pavimentos, revestimento, componentes para a indústria automóvel, material de isolamento, entre muitos outros.

Em Portugal temos alguns projetos a destacar. Em 2008, arranca o projeto Green Cork desenvolvido pela Quercus em parceria com a Amorim e o Continente. As rolhas são recolhidas nos supermercados e centros comerciais, como o Dolce Vita, e levadas para serem tratadas e trituradas, transformadas em granulados, e voltam a ser matéria-prima para uma segunda vida. A ideia do Green Cork alargou-se a vários países como Espanha, Estados Unidos da América, Canadá, França, Itália, Reino Unido, África do Sul e Austrália.

ALGUNS NÚMEROS

1783

É a data de plantação do maior e mais velho sobreiro do mundo: o Assobiador. O nome é inspirado nos sons das aves canoras que pousam na sua ramagem. Tem mais de 14 metros de altura e 4,15 metros de perímetro do tronco.

15

15 voltas ao perímetro da Terra. É o número de rolhas de cortiça produzidas anualmente em todo o mundo.

1200

Em 2022, a indústria portuguesa de cortiça exportou 1200 milhões de euros. O objetivo é atingir, até ao final da década, 1500 milhões de euros.

118.000

É este o valor do whiskey mais caro do mundo: o Dalmore Trinitas 64. É selado com uma rolha produzida com cortiça portuguesa.

ENTREVISTA COM GIANPAOLA PEDRETTI, EXPO RIVA SCHUH & GARDABAGS

“No próximo ano, conseguiremos atingir o valor máximo de visitantes”

COM O MERCADO DE CALÇADO E ACESSÓRIOS A VOLTAR À NORMALIDADE, AS EXPECTATIVAS SÃO ALTAS PARA A PRÓXIMA EDIÇÃO DA EXPO RIVA SCHUH & GARDABAGS NOS PRÓXIMOS DIAS 17 A 20 DE JUNHO. O JORNAL DA APICCAPS CONVERSOU COM GIANPAOLA PEDRETTI, RESPONSÁVEL DE EXPOSIÇÕES DA FEIRA DE GARDA. A PRÓXIMA EDIÇÃO DA FEIRA E O PAPEL DA EUROPA NO CENÁRIO MUNDIAL FORAM OS GRANDES TEMAS DE CONVERSA.

12



O que podemos esperar da próxima edição da Expo Riva Schuh & GardaBags (ERS)?

As expectativas para a próxima edição da ERS são mais do que positivas: o mercado de calçado e acessórios está em alta e estamos confiantes de que, no próximo ano, conseguiremos atingir o valor máximo de visitantes.

Na próxima edição vamos abrir mais dois pavilhões para aumentar a área de exposição até à capacidade máxima do recinto da feira, além de cinco novos locais no centro da cidade. Os sinais também são positivos em termos de inscrições e participação de compradores: a previsão é superar os números de janeiro, graças à presença de compradores de mais de 100 países. Podemos orgulhar-nos de ser “a casa” de uma comunidade internacional que se reúne de seis em seis meses em Riva del Garda.

Que ações estão a ser desenvolvidas para atrair mais compradores internacionais?

De forma a fortalecer os negócios e atrair mais clientes internacionais e delegações de compradores, iniciamos - desde junho de 2022 - o projeto Buyer Programme (Programa Compradores). Acreditamos que a correspondência entre a oferta e a procura durante o certame e a concretização das relações com outros países, através do trabalho dos nossos delegados no estrangeiro, é vital para o crescimento da ERS.

Outro projeto muito relevante, criado com o objetivo de estreitar os laços internacionais, é a iniciativa Expo Riva Schuh & Gardabags Around the World. Trabalhamos num conjunto de iniciativas que colocam o evento de Riva em contacto com várias instituições estrangeiras. A iniciativa prevê, ainda, uma ligação entre a cadeia produtiva e de distribuição do setor de calçado em todo o mundo, através de uma série de eventos, visitas a empresas e reuniões individuais. No âmbito deste projeto, este ano já estivemos no Paquistão, Índia, Turquia, Espanha, Reino Unido e EUA e já temos várias outras viagens planeadas para os próximos meses.

A prova do trabalho estratégico desenvolvido pela ERS nos últimos meses é a forte presença institucional já confirmada para a edição de junho, com representantes de associações de calçado do Uruguai, Argentina, Espanha e Paquistão, entre outras.

Quais são as novidades da próxima edição da Expo Riva?

Além da abertura dos Pavilhões A1 e A3, a próxima edição da Expo Riva contará com uma presença acrescida de empresas de marroquinaria e acessórios de moda, que serão distribuídas por três áreas distintas.

Adicionalmente, a Innovation Village Retail (localizada no Hall A2/B2), contará com uma série de eventos dedicados à inovação.

Tendo em conta os desafios e oportunidades que se avizinham para a indústria do calçado, a feira vai acolher o Summit: "Demand meets supply: challenges and opportunities on consumer trends and supply chain in the post-pandemic world" ("A procura encontra a oferta: desafios e oportunidades sobre tendências de consumo e cadeia de abastecimento no mundo pós-pandemia). Líderes da indústria de calçado, tanto do lado da oferta como do lado da procura, vão discutir o futuro do abastecimento na indústria de calçado. O evento é organizado pela CIFA (Confederation of International Footwear Association) e tem como objetivo reunir as Associações de Fabricantes Asiáticos e a Associação Internacional de Retalhistas com os mais importantes compradores para discutir os desafios e oportunidades do mercado pós-pandemia.

Que papel pode a Europa desempenhar no futuro?

Nestes anos de pandemia e pós-pandemia percebemos uma mudança na dinâmica de sourcing. Assistimos a uma tendência de compra distinta e mais regionalizada para reduzir riscos, que tem incentivado compras locais. Acredito que esta é uma oportunidade para a indústria europeia, que conta com produtores de grande qualidade.

Além disso, a atenção europeia está virada para a sustentabilidade e, como consequência, com a transparência com o consumidor; respondendo a uma necessidade cada vez mais generalizada. Paralelamente, cada vez mais os produtores europeus têm investido em conhecimento, tecnologia e recursos que acrescentam mais inovação e criam produtos de maior qualidade.

A indústria portuguesa de calçado tem uma forte presença na Expo Riva Schuh. O que espera da delegação portuguesa na próxima edição?

A indústria portuguesa de calçado tem uma longa e consolidada tradição, mas também tenho assistido a um investimento em design e inovação. Acredito que, na próxima edição, podemos esperar coleções inspiradoras que confirmam a solidez do setor.

Permitam-me destacar que a Expo Riva e a APICCAPS têm uma longa e estabelecida relação: somos parceiros históricos. A colaboração com a Associação traduz-se na promoção da feira, na comunicação e no apoio à participação de empresas portuguesas, sejam expositores ou compradores. Apresentar as empresas portuguesas, proporcionar-lhes a oportunidade de conhecer compradores dentro e fora da feira, fornecer ferramentas e conhecimento para serem aplicados no seu trabalho diário são o nosso principal objetivo, sendo fundamental uma sólida colaboração com quem representa o setor.

LUISA CORREIA, NOVA DIRETORA GERAL DO CENTRO TECNOLÓGICO DO CALÇADO

“EXISTIMOS PARA AS EMPRESAS”

COM UMA EXPERIÊNCIA DE DÉCADAS NA GESTÃO FINANCEIRA E OPERACIONAL DO CTCP, LUISA CORREIA É A NOVA DIRETORA GERAL DO CENTRO TECNOLÓGICO DO CALÇADO DE PORTUGAL. ASSUME QUE “O CENTRO É UM PROJETO SÓLIDO, FINANCEIRAMENTE CONSOLIDADO, COM UMA EQUIPA DE PROFISSIONAIS EXTRAORDINÁRIA, E TEM VÁRIOS INVESTIMENTOS EM CURSO”. LUISA CORREIA DEFENDE QUE O “CTCP EXISTE PARA AS EMPRESAS”, SENDO QUE “TODOS TÊM O MAIOR INTERESSE EM CONSTRUIR UM FUTURO MAIS COMPETITIVO PARA A NOSSA INDÚSTRIA”.



A Luisa abraça agora um cargo que esteve sobre a responsabilidade de Leandro de Melo durante mais de 40 anos. Que herança deixa no CTCP?

A indústria portuguesa de calçado detêm hoje um dos centros tecnológicos mais avançados do mundo. Se mais nenhum legado deixasse, esse mérito é indiscutivelmente dele e da rede de parceiros que soube conquistar.

O Centro Tecnológico do Calçado é um projeto sólido, financeiramente consolidado, com uma equipa de profissionais extraordinária, e tem vários investimentos em curso. O CTCP está, parece-me, no caminho correto e continua a crescer.

Mas o Engenheiro Melo é bem mais do que isso. É meu amigo. É um amigo do Centro Tecnológico, do setor, das empresas. Todos sabemos que sempre que precisarmos não deixará de nos aconselhar. Esperamos que nos venha visitar muitas vezes. Esta é, sempre foi, a sua casa.

Como se preparou para este novo desafio?

Na verdade, nunca pensei muito no assunto. Integro os quadros do Centro Tecnológico há mais de 30 anos. Procurei, até pelas funções que exercia, acompanhar de perto a realidade do setor e dos vários projetos. Sempre fui um elemento de equipa e fui assumindo, ao longo dos tempos, vários desafios. Esta é uma grande responsabilidade, mas não podia rejeitar o desafio que me colocaram, até porque sabia de antemão que poderia contar com o empenho e mesmo compreensão de todos aqueles que me acompanharam de perto ao longo de todo o meu percurso. Nunca me cansarei de dizer que o CTCP tem uma excelente equipa, com técnicos muito competentes em várias áreas críticas e que soube, nos últimos anos, integrar novos técnicos, de quem naturalmente todos esperamos muito.

É igualmente relevante destacar que a APICCAPS e o IAPMEI, as duas instituições que nos acompanham desde o primeiro dia, estão naturalmente alinhadas com esta nova fase do Centro Tecnológico de Calçado.

Que desafios espera encontrar na indústria do calçado?

O diagnóstico está feito há muito e todos o conhecemos. O setor do calçado tem registado uma evolução notável, é mesmo um «case study» no nosso país, mas por se tratar de um setor altamente exportador que, no limite, concorre em cenário de mercado aberto, está constantemente pressionado a procurar novos argumentos competitivos.

E a nossa indústria está preparada para esses desafios?

Os desafios estão permanentemente a renovar-se. Os últimos anos são o melhor exemplo dessa inconstância. Não podemos por isso deixar de ter uma dinâmica de construção e mesmo uma atitude ambiciosa. Recordo que ainda recentemente o setor lançou um novo plano estratégico para a próxima década. Em curso tem dois projetos, no âmbito do PRR, com um investimento superior a 100 milhões de euros. As nossas empresas têm uma tradição de investimento continuado, nomeadamente na área da qualidade, inovação, formação ou mesmo do ambiente. Temos de permanecer na vanguarda. Não me parece que haja muitas alternativas, se ambicionarmos permanecer na vanguarda.

Na sua opinião, o que distingue as nossas empresas?

O setor de calçado e artigos de pele evoluiu de forma muito significativa nas últimas décadas ao nível do desenvolvimento de novos produtos, nas qualificações ou mesmo na capacidade de resposta ao mercado. Diria que o serviço será o nosso principal argumento competitivo. Há, porém, várias ameaças que aconselham que estejamos atentos.

O que destacaria?

Desde logo o aparecimento de novos players, mas igualmente as alterações nos padrões de consumo ou os aumentos dos custos de produção. Temos de estar vigilantes.

A inovação e a sustentabilidade são palavras-chave quando se fala de indústria. Que papel pode ter o CTCP nestes domínios em particular?

O Centro Tecnológico é o parceiro natural das empresas. Seja nos domínios mais técnicos, na dinamização de trabalhos de investigação e desenvolvimento, na promoção da melhoria da qualidade dos produtos e processos industriais, ou mesmo ao nível da formação técnica e tecnológica, existimos para as empresas.

O setor tem dois projetos em curso no âmbito do PRR. O que se pode esperar?

São dois projetos importantes, o FAIST e o Bioshoes4all, em duas áreas críticas, mas complementares. É um grande sinal de confiança do setor.

Aqui e ali, vão surgindo algumas críticas que o número de empresas que integra estes projetos é reduzido...

De todo. Envolvermos praticamente uma centena de empresas e instituições nestes dois projetos, mas antes disso convidamos todo o setor a integrar os consórcios. Aliás, continuamos com as portas abertas. Reiteramos o convite para que as pequenas, as médias ou as grandes empresas que tenham novas ideias ou novas iniciativas que venham reunir connosco. Temos todos o maior interesse em construir um futuro mais competitivo para a nossa indústria.

LAVORO

investe cinco milhões de euros

A ICC-Indústria e Comércio de Calçado, fabricante de calçado profissional, acaba de anunciar que está a investir cinco milhões de euros com vista a aumentar a sua produtividade em 20% e a duplicar as suas vendas.

Segundo Teófilo Leite, o objetivo é "preparar a empresa para o futuro, aumentando as instalações, melhorando as condições de trabalho e a produtividade, através do investimento em novas tecnologias, como a robotização, o corte digital e a costura automática", afirma ao Dinheiro Vivo.

De acordo com o presidente da ICC, a empresa já está a avançar com a injeção robotizada de solas na nova unidade da Póvoa do Lanhoso que reaproveita os desperdícios gerados na produção. Isto permitirá "um menor consumo de matérias-primas e uma redução na pegada ambiental dos produtos". O novo equipamento para unidade da Póvoa do Lanhoso deverá chegar durante o mês de junho, e a produção deverá arrancar em julho. Neste âmbito, serão criados cerca de meia centena de novos postos de trabalho na Póvoa do Lanhoso, estando já ao serviço e em formação cerca de 30 trabalhadores. Note-se que a renovação da fábrica em Guimarães já é um projeto antigo que arranca este ano, duplicando a sua área para 10 mil metros quadrados, com o benefício de painéis fotovoltaicos que asseguram a autonomia energética em 50%.

16 "Neste momento, fazemos cerca de três mil pares ao dia. O objetivo, com estes investimentos, é chegar aos cinco mil pares", reforça Teófilo Leite, sublinhando que "significa ficar com uma capacidade produtiva de mais de um milhão de pares ao ano".



POU CHEN

despede 6.000 pessoas no Vietname

Uma quebra contínua nas encomendas está na base do despedimento da Pou Chen no Vietname. Em causa estão 6.000 postos de trabalho. O produtor de calçado de Taiwan é um dos maiores empregadores da cidade de Ho Chi Minh City (HCMC) no Vietname.

Numa reunião recente com as autoridades municipais, os representantes da empresa anunciaram que cortariam 5.774 empregos, ou seja, 10% da sua força de trabalho, devido a uma queda contínua nas encomendas.

Segundo a informação que circula no país, esta é a maior demissão da empresa taiwanesa, que produz calçado para Adidas, Nike e Reebok, desde que começou a operar na cidade vietnamita em 1996.

O jornal local VN Express avança que a gestão de Pou Chen na HCMC vai despedir os trabalhadores em dois lotes, nomeadamente nos dias 24 de junho e 8 de julho. Os funcionários vão receber uma remuneração equivalente a 80% do último salário por cada ano de trabalho.

A diminuição das encomendas devido à redução do consumo nos mercados ocidentais levou a empresa, desde o final de 2022, a ajustar os planos de produção; fechando linhas, dispensando trabalhadores e reorganizando-os entre fábricas. Aliás, as últimas notícias surgem na sequência de uma primeira vaga de despedimentos que ocorreu em fevereiro deste ano, em que 2.300 postos de trabalho foram cortados e cerca de 3.000 trabalhadores temporários não viram os seus contratos renovados.

Uma investigação com 4.000 empresas vietnamitas realizada pelo Ministério do Trabalho, Inválidos e Assuntos Sociais da cidade mostra que 31% das empresas reduziram a capacidade de trabalho e apenas 19% fizeram exatamente o contrário. Os cortes de empregos estão a acontecer em vários setores de atividade, como vestuário, construção e indústria alimentar.

ARTESÃ PORTUGUESA

representa Portugal na Design Week de Milão com uma mochila costurada à mão

Stéphanie Branco, fundadora e artesã da ASA Leather Work apresentou a sua última criação durante o certamente internacional - Milan Design Week - em abril de 2023. No âmbito de um projeto financiado pela União Europeia, a artista formada em arquitetura, optou por criar a "SwitchBag", uma peça costurada à mão, disruptiva, que é ao mesmo tempo, uma mochila, um escritório, uma casa móvel, um objeto decorativo, um organizador...

"Numa era de nomadismo e mobilidade, as nossas casas e escritórios não têm limites. Podem e precisam ser transportados para todo o lado rapidamente e de forma organizada e estética. A SwitchBag surge para colmatar essa necessidade presente nas vidas de muitos de nós", diz Stéphanie. Com geometrias e cores inspiradas na arquitetura e nas pinturas de Mondrian, os compartimentos interiores que compõem a mochila permitem organizar os objetos por categorias e encontrá-los de forma rápida. E são também peças decorativas que podem ser pousados em cima de uma secretária.

A artesã procura diariamente conectar, através das suas criações, o trabalho ancestral do couro e o mundo do Séc. XXI. A "SwitchBag" é costurada à mão com couro premium oriundo de stock inativo, empregando uma técnica que está em vias de desaparecer em Portugal, utilizada por exemplo pela Hermès. "É urgente mantermos vivo o 'saber-fazer' e criarmos uma verdadeira valorização do artesanato contemporâneo e de autor em Portugal".

SOBRE A ASA LEATHER WORK

Oriunda de uma família de artesãos, mulheres costureiras, homens sapateiros e pai com mãos de ouro, Stéphanie faz uma homenagem ao seu bisavô sapateiro Luís Esperança ao criar a ASA Leather Work. "ASA significa (em malaio) Esperança, sendo igualmente uma palavra com múltiplos sentidos e fácil de pronunciar" explica a fundadora.

Tudo começou em 2010, quando fabricou o seu primeiro par de sapatos inteiramente à mão em Paris, onde trabalhava como arquiteta. Em 2016, regressou a Portugal para trabalhar na Indústria do Calçado onde se tornou Production Manager de várias marcas nacionais e internacionais em Portugal. Mais tarde, de forma autodidata, começou a fazer uma carteira para um amigo e malas para ela, e as encomendas começaram a surgir. "Nasceu uma verdadeira paixão e a sensação terapêutica de trabalhar com as mãos foi fantástica".

A ASA cria objetos em couro feitos por medida, em edições exclusivas e limitadas, costurada manualmente com duas agulhas. A marca já fabrica para diversos clientes, com lista de espera em países como Portugal, França, Espanha, Noruega, Suíça e Itália.

No sentido de atrair jovens para esta profissão de Arte e auxiliar pequenas marcas a iniciarem os seus negócios, a ASA Leather Work leciona regularmente workshops, nos quais é possível conhecer as diversas técnicas utilizadas no atelier, e fabrica protótipos para marcas emergentes.



Contactos:

ASA Leather Work - Lisboa
(atendimento por marcação)

Site: www.asaleatherwork.com

Email: info@asaleatherwork.com

Instagram: [@asaleatherwork](https://www.instagram.com/asaleatherwork)



Materiais sustentáveis para
 testeiras, contrafortes e entretelas.

www.lusocal.com



SINAL DE ALERTA: Alemanha entra em recessão

O Produto Interno Bruto alemão caiu no primeiro trimestre do ano, o que significa que a maior economia europeia entrou em recessão técnica, de acordo com dados oficiais revistos em baixa recentemente divulgados.

Para a indústria portuguesa de calçado trata-se de um sinal de alerta. A Alemanha é o principal mercado de destino do calçado português. Em 2022, Portugal exportou 17 milhões de pares de calçado. No valor de 434 milhões de euros para a Alemanha, a um preço médio de 25,88€. Desde 2019, o período imediatamente anterior à pandemia, assinala-se um crescimento de 32,7% em quantidade e 35,8% em valor. Já no primeiro no primeiro trimestre de 2023, o registo era de crescimento.

De acordo com a agência federal de estatísticas, a economia alemã contraiu 0,3% nos três primeiros meses do ano, ajustando sua estimativa inicial de crescimento nulo. Em termos práticos, com a economia a registar uma contração pelo segundo trimestre consecutivo – tendo em conta a queda também revista para 0,5% no último trimestre de 2022 – a Alemanha está em recessão técnica. “Depois da contração refletida com o final de 2022, foi registado mais um trimestre negativo”, sublinhou a presidente da Destatis, Ruth Brand, em comunicado.

A contração do PIB estará diretamente associada à queda do consumo resultante da inflação que se situou em abril em 7,2% em termos homólogos. Nem tudo são, no entanto, sinais negativos, uma vez que se assinala um crescimento das exportações, um aumento de 0,4% neste primeiro trimestre, e do investimento, bem como uma recuperação do setor da construção e do equipamento industrial, da produção de máquinas, eletrodomésticos e automóveis. O emprego também aumentou (1%), atingindo 45,6 milhões de pessoas a trabalhar.

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

LEMON JELLY

Abre Pop Up Store no Le Bon Marché em Paris

A Lemon Jelly vai estar no Le Bon Marché Rive Gauche, em Paris, até ao próximo dia 18 de junho, numa colorida pop-up de verão e 'joie de vivre', partilhando espaço com marcas de luxo internacionais.

Nesta pop-up é possível ficar a conhecer as mais recentes novidades da coleção SS23 da marca portuguesa com aroma a limão - The Greatest Summer Scape - com destaque para todos os essenciais de verão como os slides, mules, sandálias e malas. Os detalhes decorativos foram pensados ao pormenor para cativar os amantes da estação quente, resultando num espaço que lembra uma piscina de águas cristalinas.

No ano em que celebra 10 anos, esta presença da Lemon Jelly numa das mais importantes department stores em França vem reafirmar o crescimento da marca a nível internacional e, sendo o mercado francês uma das apostas estratégicas, esta presença não poderia fazer mais sentido.

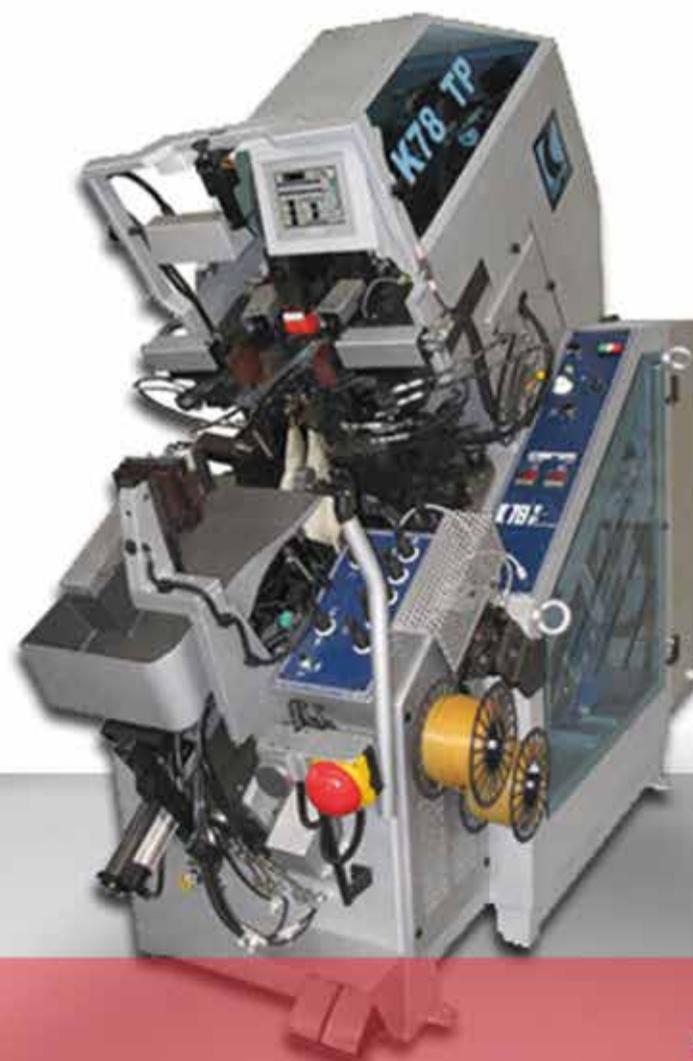
Os artigos disponíveis na pop up store estão também disponíveis em www.lemonjelly.com.



NOVA CERIM K78 TP sem necessidade de injectores

- pré-preparada para cola à base de água;
- tecnologia de boquilha para aplicação de cola;
- programação por touch-screen;
- mudança super rápida de bico fino para bico largo através de regulação automática (máx. 3min)
- sistema Goodyear incorporado;
- economia em consumos de cola e energia;
- pinças nº2 motorizadas;
- duplo apoio de bico;
- movimento da cabeça programável;
- piatelo programável.

A TRADIÇÃO ENCONTRA A ALTA TECNOLOGIA



Rua dos Combatentes do Ultramar
ZI nº 1, 3700-089 S. J. da Madeira - Portugal
Tel.: +351 256 200 480
Fax: +351 256 832 059
E-mail: tecmacal@tecmacal.pt

www.tecmacal.pt

A Parceria Ideal Para o Seu Negócio

A **Expandindústria** foi constituída em 1983, tendo como missão melhorar o desempenho dos seus clientes, oferecendo-lhes um conjunto de serviços de consultoria, formação e soluções informáticas ajustados às suas necessidades.

SIGA - Sistema Integrado de Gestão e Administração ®

Desenvolvido desde a génese da empresa, o ERP SIGA é constituído, nomeadamente, pelos módulos de: Gestão Financeira, Gestão de Pessoas, Gestão Comercial, Gestão da Qualidade e Gestão de Produção.

O módulo **GEPE - Gestão da Produção** está integrado no SIGA e contempla a gestão de amostras e encomendas, planeamento e controlo de produção, respectivos custos e margens, permitindo-lhe:

- O tratamento em simultâneo das encomendas, produção e custos.
- A gestão da produção por encomenda ou para lote, com opção de código de barras.
- A emissão automática das ordens de fabrico, requisições de materiais, gamas operatórias e instruções de fabrico.
- A imputação automática dos consumos à contabilidade analítica e à gestão de materiais.
- A análise das cargas de secção, das necessidades de materiais, do equilíbrio de linha, simulação de preços e análise de margens.



expandindústria

O SABER AO SERVIÇO DA INICIATIVA

EBS - Executive Balanced Scorecard ®

Conjunto de aplicações cujo objectivo principal é apoiar a gestão estratégica da sua organização, através da exploração de indicadores estratégicos totalmente alinhados com a Missão e Visão.

ESBI - Expandindústria Standard Business Intelligence ®

O processo de recolha, organização, análise e monitorização de informações oferecem-lhe suporte à tomada de decisão em tempo real, permitindo-lhe ainda a exploração combinada de diversos dados.

GIIM - Gestão Integrada de Informação em Multimédia ®

O sistema de Gestão Documental permite-lhe a organização e arquivo electrónico de todos os tipos de documentos produzidos ou recebidos por via electrónica e a respectiva distribuição aos destinatários, com total desmaterialização, assumindo assim a constituição de um sistema "Data Ware House".

Outras Soluções de Negócio:

- Gestão de Associações
- Gestão de Transitários
- Gestão de Escolas
- Gestão de Transportes
- Gestão da Administração Local
- Gestão de Agregados

Solicite a visita de um consultor especializado e conheça as nossas soluções:

Tel: 228347750 / Fax: 228317846 Morada: Avenida de França, 893-895, 4250-214 PORTO

Website: www.expandindustria.pt E-mail: geral@mail.expandindustria.pt



CINDY CRAWFORD

rende-se ao calçado nacional

Cindy Crawford rendeu-se ao calçado nacional. A atriz e modelo utilizou um par de sandálias da marca portuguesa Alameda Turquesa.

Nos últimos dias, Cindy postou uma fotografia na rede social Instagram com a sandália dourada, model Nefertiti, uma edição limitada.

Esta não é a primeira vez que a marca portuguesa calça algumas das mais importantes figuras públicas internacionais. Mais recentemente, foi Gigi Hadid a aparecer em público com umas botas da marca. Em 2017, a Alameda Turquesa lançou uma coleção cápsula com Chiara Ferragni e em 2015 Anna Dello Russo destacou a marca na Vogue Japão. Mas as menções não ficam por aqui. Também Sofia Vergara promoveu a marca nas suas redes sociais, e Dua Lipa, Bella Hadid e Juliana Paes são algumas das clientes da Alameda Turquesa.

A Alameda Turquesa nasceu em 2012 pelas mãos de Ana, mãe de Carolina. O que começou como uma brincadeira de redes sociais rapidamente ganhou escala. Recentemente, a Forbes destacou uma peça icónica da marca portuguesa; as pantufas Pintada Pearls Shearling Mules. A revista norte-americana defendia, na altura, que eram os sapatos indispensáveis para a pandemia, “exatamente o que os nossos pés precisam quando as nossas vidas inteiras acontecem em casa”.



23

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;

A PARCERIA CERTA NA PROMOÇÃO DO SEU NEGÓCIO



Orgal
impressores

Geração 4.0:

CONHEÇA FRANCISCO FARIA, FUNDADOR DA HURRICANE

INFLUENCER, MANEQUIM, EMPREENDEDOR. FRANCISCO FARIA É UM SUCESSO NO UNIVERSO DIGITAL E HÁ DOIS ANOS LANÇOU NO MERCADO UMA MARCA DE CHAPÉUS PRODUZIDOS EM PORTUGAL: A HURRICANE.

Como é que surgiu a ideia de criar a Hurricane?

A Hurricane surgiu da ideia de criar um conceito disruptivo. Há dois anos não existia em Portugal uma marca de chapéus que respeitasse a herança da chapelaria tradicional portuguesa e fosse, ao mesmo tempo, uma marca cool, conectada com a moda, com a arte, com a música... para as cowgirls e para os cowboys dos tempos modernos.

Em que é que a marca se distingue?

Primeiramente, pelo produto. Temos propostas para mulher, homem e criança. Cada modelo, apesar das configurações que revisitam os clássicos da chapelaria, celebra pormenores ousados como o animal print, os metais, as cordas e outras particularidades cuidadosamente idealizadas por Tânia Senra e Francisco Faria, os fundadores da marca.

Todos os modelos têm uma fita interior que permite o ajuste perfeito ao formato da cabeça. No entanto, existe a possibilidade de fazerem um chapéu à medida e personalizá-lo conforme o gosto do cliente.

A Hurricane tem ainda uma vertente sustentável, sendo que todo o material utilizado é livre de plástico. A embalagem é feita de papel e o próprio chapéu é feito de 100% lã biodegradável e natural.

Não temos season, vamos lançando modelos inesperados que contam a história de mulheres e homens que ousam desafiar os padrões da moda. Como diz a assinatura da marca numa tradução mais literal “Porquê ser uma brisa suave quando podemos ser um furacão (HURRICANE)”.

Existe alguma personalidade que gostavas que usasse um chapéu teu?

Já tivemos a sorte de ter os nossos chapéus nas cabeças de personalidades que admiramos muito, tanto em Portugal como lá fora. Maluma e Rosalía são um exemplo disso. Harry Styles e Beyoncé seriam um sonho.

Os chapéus são produzidos em S. João da madeira. Como é que funciona o processo?

Nós compramos o feltro feito de lã 100% natural e biodegradável a um fornecedor português, e enviamos para a nossa produção local, onde o feltro é enformado, trabalhado na aba e na copa com o molde que nós pretendemos, e depois passa para a costura onde colocam o forro, etiquetas e acessórios.





CATÓLICA
CATÓLICA PORTO
BUSINESS SCHOOL

PORTO

EMPOWER
YOUR
FUTURE

INVISTA EM SI
SAIBA MAIS AQUI



MESTRADOS

Auditoria e Fiscalidade
Business Economics
Finance
Gestão de Recursos Humanos
Gestão
Marketing

FORMAÇÃO EXECUTIVA

PÓS GRADUAÇÕES E OUTROS CURSOS

MBA E PROGRAMAS INTERNACIONAIS

MBA Executivo
Programa Atlântico

GESTÃO

PG Empreendedorismo & Business Development
PG Organização e Gestão de Eventos
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
Análise de Rentabilidade do Negócio
Gestão de Empresas Familiares
Management, Technology & Transformation

FINANÇAS E FISCALIDADE

PG Finanças e Fiscalidade
PG Fiscalidade e Controlo de Gestão
PG Fiscalidade Avançada
Gestão Financeira
Fiscalidade Intensiva
Fiscalidade Avançada
Fusões e Aquisições
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
Business+Career | Walking Mentorship

MARKETING E VENDAS

PG Marketing
Marketing & Brand Management
Sales Management
Gestão e Avaliação de Marcas

FORMAÇÃO SETORIAL

PG Gestão Hoteleira | Hospitality Management
PG Gestão na Saúde
PG Medicina do Desporto, Reabilitação e Gestão
PG Nutrição, Endocrinologia 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
Portugal as Open Door for Portuguese Speaking Countries

FORMAÇÃO CUSTOMIZADA

Formação Incompany
Oficina de Líderes



#1 UNIVERSITY
IN PORTUGAL



Follow ME

Existem inúmeras organizações internacionais que defendem e representam diferentes áreas de intervenção. Chegar à população mais jovem é um dos objetivos destas intuições e, por isso, a presença nas redes sociais é uma estratégia em crescimento.

@WORLDTRADEORGANIZATION

Em inglês World Trade Organization, a Organização Mundial do Comércio (OMC) é uma organização internacional que lida com as regras do comércio. De acordo com a Direção Geral das Atividades Económicas, a OMC é “entendida como um fórum de negociação multilateral para a redução de barreiras aduaneiras e não- -aduanas ao comércio internacional e, simultaneamente, como um mecanismo de resolução dos diferendos comerciais entre os países membros”. Atualmente, a OMC conta com 164 membros, responsáveis por mais de 95% do comércio mundial.

O grande objetivo desta organização é “a liberalização progressiva do comércio internacional, tornando-o mais transparente e previsível, mais competitivo, não discriminatório e mais favorável aos países menos desenvolvidos”.

A atuação da OMC é norteada por dois princípios basilares: o da Nação Mais Favorecida e o do Tratamento Nacional. “O primeiro obriga a que qualquer parte estenda às demais as condições mais vantajosas que tenha atribuído a um dos membros da OMC. O segundo obriga a um tratamento dos produtos importados equivalente aos produtos nacionais, após a entrada num dado país”.



@THE_OECD

Em inglês Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) e em português OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico) é uma organização internacional que trabalha para construir melhores políticas para uma vida melhor. “O nosso objetivo é moldar políticas que promovam prosperidade, igualdade, oportunidade e bem-estar para todos. Contamos com 60 anos de experiência e insights para preparar melhor o mundo de amanhã”.

Esta organização sucede à Organização Europeia de Cooperação Económica (OECE), criada a 16 de abril de 1948, tendo em vista a cooperação económica entre os países europeus na sequência do “Plano Marshall” e da “Conferência dos Dezasseis”, após a Segunda Guerra Mundial e do qual Portugal foi um dos países fundadores.

A OECE contava, então, com a participação de 18 Estados-Membros, mas, a 14 de dezembro de 1960, os membros da OECE assinaram com os EUA e o Canadá uma nova Convenção que criou a Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Económicos (OCDE), substituindo esta a anterior OECE. A Convenção entrou em vigor a 3 de setembro de 1961, data em que a OCDE foi oficialmente fundada. Atualmente, a Organização integra um total de 38 países membros.



@ONU

A Organização das Nações Unidas (ONU) é uma organização internacional fundada em 1945 e composta por 193 Estados-Membros. A missão e o trabalho das Nações Unidas são guiados pelos propósitos e princípios contidos na Carta das Nações Unidas; a Carta fundadora. O objetivo da ONU é o de unir todas as nações do mundo em prol da paz e do desenvolvimento, com base nos princípios da justiça, dignidade humana e no bem-estar de todos.

Em 2015, a ONU adotou a Agenda 2030, constituída por 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). A Agenda aborda várias dimensões do desenvolvimento sustentável (sócio, económico, ambiental) e promove a paz, a justiça e instituições eficazes. Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável definem as prioridades e aspirações do desenvolvimento sustentável global para 2030 e procuram mobilizar esforços globais à volta de um conjunto de objetivos e metas comuns.



Riva del Garda ITALY
17 → 20.06.2023

99TH EDITION

exporivaschuh
& gardabags
the fair that moves the world

Scan the code and visit our website!
www.exporivaschuh.it



#exporivaschuh #gardabags



Riva del Garda Exhibition Center
info@exporivaschuh.it | (+39) 0464 570153

Organized by
 Riva del Garda®
Fierecongressi



In cooperation with



madeinitaly.gov.it