

Notí- cias

EUROPA

Indústria europeia reclama maior intervenção dos líderes políticos

INDÚSTRIA

Calçado envolve 78 escolas no Roteiro do Conhecimento

ENTREVISTA

Maria José Ferreira na primeira pessoa

GERAÇÃO 5.0

Conheça Inês Mota, da Leal & C^a



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 Frederico Martins	Gabinete de Comunicação da APICCAPS claudiapinto @apiccaps.pt	Manifesto Works EXECUÇÃO Laborpress	Gratuita aos associados TIRAGEM 2.000 exemplares

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

N.º DL: 366612/13

KYAIA E FLY LONDON: há décadas a calçar o mundo

“Don’t walk, Fly” tem sido o lema da Fly London, a marca criada há precisamente 30 anos por Fortunato Frederico. E se uma data redonda já é motivo de celebração, a esta efeméride juntam-se os 40 anos da Kyaia. Mas para contar estas décadas de história, é indissociável contar a história de Fortunato Frederico: linhas que se cruzam e que fazem da Kyaia um projeto de assinatura do seu fundador.

Com 14 anos, Fortunato Frederico começou a trabalhar na Campeão Português, na altura uma fábrica têxtil que viria a tornar-se numa das principais empresas de calçado em Portugal. Mais tarde, com 24 anos, cumpriu serviço militar em Angola, mais concretamente em Kyaia. Fortunato Frederico regressou a Portugal em junho de 1969 e (re)começou a trabalhar na Campeão Português, de onde saiu um ano mais tarde para ingressar noutra empresa de calçado.

Corria o ano de 1984 quando Fortunato Frederico fundou a Kyaia - Fortunato O. Frederico & C^ª. LDA, vocacionada para a produção e exportação de calçado. Nessa altura, a empresa contava com 50 trabalhadores e produzia 500 pares por dia.

“Nestas décadas passadas, foi ambição edificar valor e história, procurando autonomia e independência, qualidade e inovação, credibilidade e robustez”, afirma Fortunato Frederico.

Em 1989, com o aumento da produção e com a dificuldade em contratar novos empregados - ou não estivesse a Kyaia localizada numa zona de forte concentração industrial -, houve a necessidade de aumentar a capacidade produtiva. O plano foi ambicioso: criar uma unidade industrial, em Paredes de Coura, para apoio à fábrica principal em Guimarães.

Cinco anos mais tarde, em 1994, numa feira internacional, Fortunato Frederico adquiriu a Fly London. “A Kyaia estava forte, com uma boa situação no mercado, só nos faltava voar. Olhámos para a mosca e ficámos apaixonados. Fomos ter com o dono e disse-lhe: ‘Não sei se é muito ou pouco, mas eu pago tudo o que gastou até agora na marca’. Ele gostou da nossa proposta e fechámos o negócio. Não sei bem quanto foi, talvez uns 10 mil contos [50 mil euros], que na altura era muito dinheiro”, explica o empresário numa entrevista ao Jornal de Negócios em 2018. Inserida no mercado da moda, a Fly London está dedicada a produzir modelos carregados de originalidade, apresentando a sua própria interpretação de tendências e, assim, estar sempre na vanguarda da moda internacional.

Em 2005, adquiriu a rede de lojas Foreva/Sapatália, assumindo assim uma quota de mercado com relevo, na área do retalho de calçado no mercado interno e, um ano depois, desenvolveu e criou a marca de calçado, Softinos. Em 2018 lançou um marketplace online, designado OVERCUBE, S.A. com o objetivo de promover uma nova e inspiradora forma de comprar online

“Criar negócio produzindo calçado, gerar emprego e investimento de forma justa, construir valor e singularidade através a criatividade e sinergias, multiplicar resultados financeiros e credibilidade empresarial com rigor, competência e seriedade foram, e são, constantes da minha vida”, explica Fortunato Frederico.

Atualmente, o grupo Kyaia conta com mais de 600 colaboradores e é uma das maiores empresas da indústria. Com um volume de negócios de 55 milhões de euros e um modelo de negócio que se estende, para além da produção de calçado, às áreas da distribuição, do retalho, mas também ao ramo imobiliário e das tecnologias de informação.

Para comemorar o aniversário da Fly London, a marca reintroduziu no mercado um modelo de botas que foi um sucesso nos anos 90. Disponíveis em preto e vermelho, as icónicas botas ganham vida e podem ser encontradas online e nas lojas físicas da marca.



INDÚSTRIA EUROPEIA RECLAMA maior intervenção dos líderes políticos



4

As principais instituições europeias dos setores têxtil, vestuário, calçado e curtumes (TCLF) apelaram aos novos decisores políticos da União Europeia para que “salvaguardem a indústria e o emprego na Europa”.

Os parceiros sociais, representados no caso do setor do calçado pela CEC (Confederação Europeia do Calçado), do qual a APICCAPS faz parte, e signatários da Declaração de Antuérpia para um Acordo Industrial Europeu, reivindicam um maior compromisso europeu capaz de assegurar um emprego de qualidade.

Os setores têxtil, vestuário, calçado e curtumes, não obstante representarem, na Europa, 1,5 milhões de postos de trabalho (1,3 milhões no Têxtil e Vestuário: 222 mil no calçado e 34 mil no setor dos curtumes) e apresentarem um volume de negócios combinado superior a 200 mil milhões de euros (170 mil milhões no têxtil e vestuário, 23,2 mil milhões o calçado e 7,3 milhões nos curtumes), “continuam a enfrentar uma série de desafios, incluindo uma concorrência global feroz, preços elevados da energia, uma força de trabalho envelhecida e um enorme aumento de nova legislação”. Tratam-se de desafios “especialmente difíceis porque mais de 99% das empresas destes setores são PME”. Como tal, os parceiros sociais europeus apelam “a um maior foco e compromisso no próximo mandato da UE para garantir que os setores TCLF possam tornar-se verdes e digitais, mantendo-se simultaneamente competitivos no mercado global e que nenhuma região, empresa ou trabalhador seja deixado para trás”.

De acordo com a CEC, a Cotance (a Confederação da Indústria de Curtumes), a Euratex (que representa a fileira têxtil) e a industriAll Europe importa “garantir uma transição justa para as nossas indústrias e força de trabalho”. “Os setores TCLF estão sob pressão para enfrentar as transições ecológica e digital, ao mesmo tempo que competem num mercado global feroz e enfrentam uma diminuição do consumo”, recordaram em comunicado. A título de exemplo, “embora a escala da política industrial e os subsídios estatais perturbadores noutros países, em particular nos EUA e na China, tenham aumentado dramaticamente a desvantagem competitiva europeia para esses países, a UE deve desenvolver uma estratégia industrial robusta que conduza à retenção e à criação de empregos industriais de qualidade em todos os países da Europa”. “Uma política industrial não deve consistir apenas em apoiar investidores em “tecnologias limpas”, mas também em apoiar a transformação dos ativos industriais existentes nas indústrias fundadoras, que são partes essenciais das cadeias de valor estratégicas”, destacaram os industriais europeus

A outro nível, recordando que “a transformação verde e digital nunca foi tão desafiadora tanto para as empresas como para os trabalhadores”, importa assegurar “um quadro de transição justa que garanta a antecipação e a gestão eficazes do emprego e das competências, proporcione segurança às empresas e aos trabalhadores que enfrentam estas transições industriais, sustentada pelo envolvimento forte e estável dos parceiros sociais a todos os níveis”.



Já a disponibilidade de recursos financeiros será “necessária para estimular o investimento industrial em tecnologias e métodos de produção ecológicos e digitais inovadores na Europa, com garantias que permitam a retenção e a criação de empregos de qualidade, assegurando ao mesmo tempo, uma distribuição justa da riqueza criada”. Deverão ser elaborados, para isso, “critérios rigorosos de acesso aos fundos da UE, que promovam uma transformação justa das nossas indústrias, centrando-se na coesão social, no emprego de qualidade e na promoção do diálogo social”.

Os industriais europeus propõem, igualmente, que “as políticas de requalificação e melhoria de competências sejam colocadas no centro de um Acordo Industrial Europeu renovado”. A esse propósito, recordam que “os parceiros sociais têm um papel fundamental a desempenhar na antecipação e gestão das necessidades de competências e na organização da melhoria e da requalificação”.

CEC, Cotance, Euratex e industriAll Europe reivindicam ainda a promoção de um diálogo social forte. “O papel do diálogo social é da maior importância quando a transformação industrial é necessária, seja através da negociação colectiva, da análise e planeamento de competências ou da implementação de novos regulamentos”, destacaram. Para isso, “os parceiros sociais setoriais desempenharão um papel significativo na defesa de um ambiente regulamentar favorável às empresas, que permita moldar condições de trabalho e fixação de salários justos e do estabelecimento de sistemas de negociação coletiva”.

A finalizar, os parceiros sociais entendem como essencial “garantir um ambiente regulatório sensato, estável e coerente para as nossas indústrias”, ainda que para isso seja necessário “evitar esforços para melhorar as regras do Mercado Único e uma aplicação uniforme das regras pelas autoridades aduaneiras e de fiscalização do mercado da UE”, bem como assegurar o “acesso a energia e matérias-primas”. “O acesso à energia verde e acessível para os setores TCLF tornou-se ainda mais importante desde a crise energética, com grandes quantidades de energia descarbonizada a permanecerem centrais para a transição verde. Como tal, os Parceiros Sociais do TCLF apelam a medidas adicionais para garantir que isto se torne uma realidade para permitir que a produção de TCLF se torne mais sustentável, ao mesmo tempo que compete com as importações de outras regiões que beneficiam de fontes de energia subsidiadas”.

COMÉRCIO LIVRE E JUSTO

Os parceiros sociais do TCLF insistem num “comércio livre e justo para um mercado global sustentável”. A esse propósito, importa “evitar o dumping de produtos de baixo custo no mercado aberto da UE, sem respeito pelo direito laboral internacional ou pelas normas ambientais e de marcação e rotulagem da UE”. Por isso, apelam a medidas específicas, “incluindo a utilização, sempre que necessário, de instrumentos de defesa comercial da UE, medidas de apoio comercial da UE, maior monitorização de países terceiros que beneficiam de acordos de comércio livre ou do Sistema de Preferências Generalizadas da UE, e reforço da fiscalização do mercado para estabelecer condições de concorrência equitativas”. Trata-se de um instrumento “essencial para garantir que os setores TCLF possam tornar-se mais sustentáveis, ao mesmo tempo que enfrentam uma forte concorrência global. A este respeito, é necessário salientar que cerca de 80% dos produtos TCLF consumidos no mercado interno da UE são importados, principalmente da Ásia”.

Os industriais europeus defendem a necessidade de “aumentar a procura de produtos mais sustentáveis e de alta qualidade fabricados na Europa, o que equivalerá a salários dignos e empregos de qualidade na Europa”.

Calçado envolve 78 escolas e 1900 alunos em **ROTEIRO DO CONHECIMENTO**



6

Até 2030, a indústria europeia da moda vai necessitar de 500 mil novos colaboradores. Os dados da Comissão Europeia sugerem que o diagnóstico é comum a outros setores e afetará, em particular, países como Espanha, França, Itália e Portugal.

Consciente dessa realidade, a APICCAPS tem em curso um “Roteiro do Conhecimento” pelas escolas de modo a preparar as gerações do futuro e atrair uma nova geração de talento. No ano letivo que chega agora ao fim, o Roteiro promoveu ações em 78 escolas e envolveu 1.900 alunos. Em termos práticos, neste “Roteiro do Conhecimento”, desde o início do ano letivo, foram visitadas escolas de Felgueiras, Guimarães, Oliveira de Azeméis, Santa Maria da Feira e S. João da Madeira, as principais cidades de concentração da indústria de calçado.

Numa primeira fase, as iniciativas dirigiram-se a alunos do 1º ciclo e pretenderam “divulgar o potencial da indústria do calçado”, “valorizar o território e atividades locais” e “potenciar a indústria local”. Mais tarde, foram abordados os alunos do 2º e 3º ciclo, apresentando-lhes a fábrica do futuro.

“À medida que o setor de calçado e de artigos de pele vá evoluindo para novos patamares de excelência, a contratação de profissionais altamente qualificados é uma prioridade”, considera Luís Onofre. Para o Presidente da 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”. Luís Onofre destacou, igualmente, “o papel absolutamente decisivo desenvolvido pelas autarquias das zonas de forte concentração da indústria de calçado”.

Este “Roteiro do Conhecimento” terá uma duração de três anos e enquadra-se no Plano Estratégico do Cluster do Calçado 2030.

DIA ABERTO NA INDÚSTRIA DO CALÇADO

Para demonstrar o trabalho realizado ao longo do ano letivo, que procurou – entre outros - estimular a criatividade dos alunos e envolver as famílias, a APICCAPS e o Centro Tecnológico do Calçado de Portugal (CTCP) promoveram o Dia Aberto da Indústria de Calçado.

No âmbito das atividades previstas, o CTCP abriu as portas e os alunos e famílias tiveram oportunidade de visitar o laboratório, participar em experiências elaboradas em contexto de sala de aula (puzzle, quiz, experiência de óculos virtuais e participação em jogos digitais temáticos), visitar a exposição de ilustrações realizadas em contexto de sala de aula pelos alunos do 1º ciclo e explorar a exposição de poemas e esculturas de sapatos realizadas pelos alunos com materiais reciclados.

“Neste dia, celebramos não apenas uma indústria vital para a nossa economia, mas também a capacidade dos nossos jovens em abraçar e inovar neste setor tão dinâmico e competitivo”, defende Luísa Correia, diretora-geral do CTCP. “O calçado não é apenas um acessório. É expressão de identidade, cultura e tecnologia. E quem melhor para trazer novas perspetivas a este campo do que os nossos jovens, cheios de ideias frescas e entusiasmo?”

Ora, com o objetivo de promover a criatividade e a cooperação familiar, a APICCAPS lançou o concurso Caixa Mágica, onde os alunos e as famílias foram desafiados a criar esculturas de sapatos com materiais reciclados. No total, foram enviadas mais de 70 esculturas, oriundas das cinco cidades onde o projeto foi implementado, e foram atribuídas três distinções aos melhores trabalhos de cada cidade.

Na cerimónia de entrega de prémios estiveram presentes Irene Guimarães, vereadora da Câmara Municipal de São João da Madeira, Ana Medeiros, vereadora da Câmara Municipal de Felgueiras e Rui Luzes Cabral, vereador da Câmara Municipal de Oliveira de Azeméis.

“A sensibilização é muito importante para que as nossas crianças possam ser agentes ativos desta indústria no futuro e para continuarmos a ser uma referência nacional e mundial”, defendeu Rui Cabral. O vereador da Câmara Municipal de Oliveira de Azeméis considera “essencial que estes projetos liguem as crianças com a indústria real. Podíamos comparar este projeto a uma corrida de testemunhos: estamos a dar bom testemunho e os nossos jovens têm o papel fundamental de o entregar”.

Para a vereadora de Felgueiras, “pais criativos são pais que se dedicam à educação dos seus filhos e esse é um dos principais objetivos deste projeto”. Mas, continua Ana Medeiros, “para além da função pedagógica, sendo representantes de concelhos de forte concentração da indústria do calçado, temos uma função empresarial de garantir o futuro profissional das nossas crianças”.

“Este projeto é absolutamente notável. Porque é na raiz que a árvore nasce. Sabemos que demora tempo, mas este projeto vai certamente gerar frutos. Dar cola, num futuro próximo, significará usar um braço robótico, significará programação e informática. Esse é o futuro que estamos hoje a demonstrar. A formação profissional é um caminho e ainda existe um grande estigma relacionado com este tipo de ensino. Nós precisamos de profissionais e de bons profissionais, de pessoas que ajudem a impulsionar o setor do calçado”.

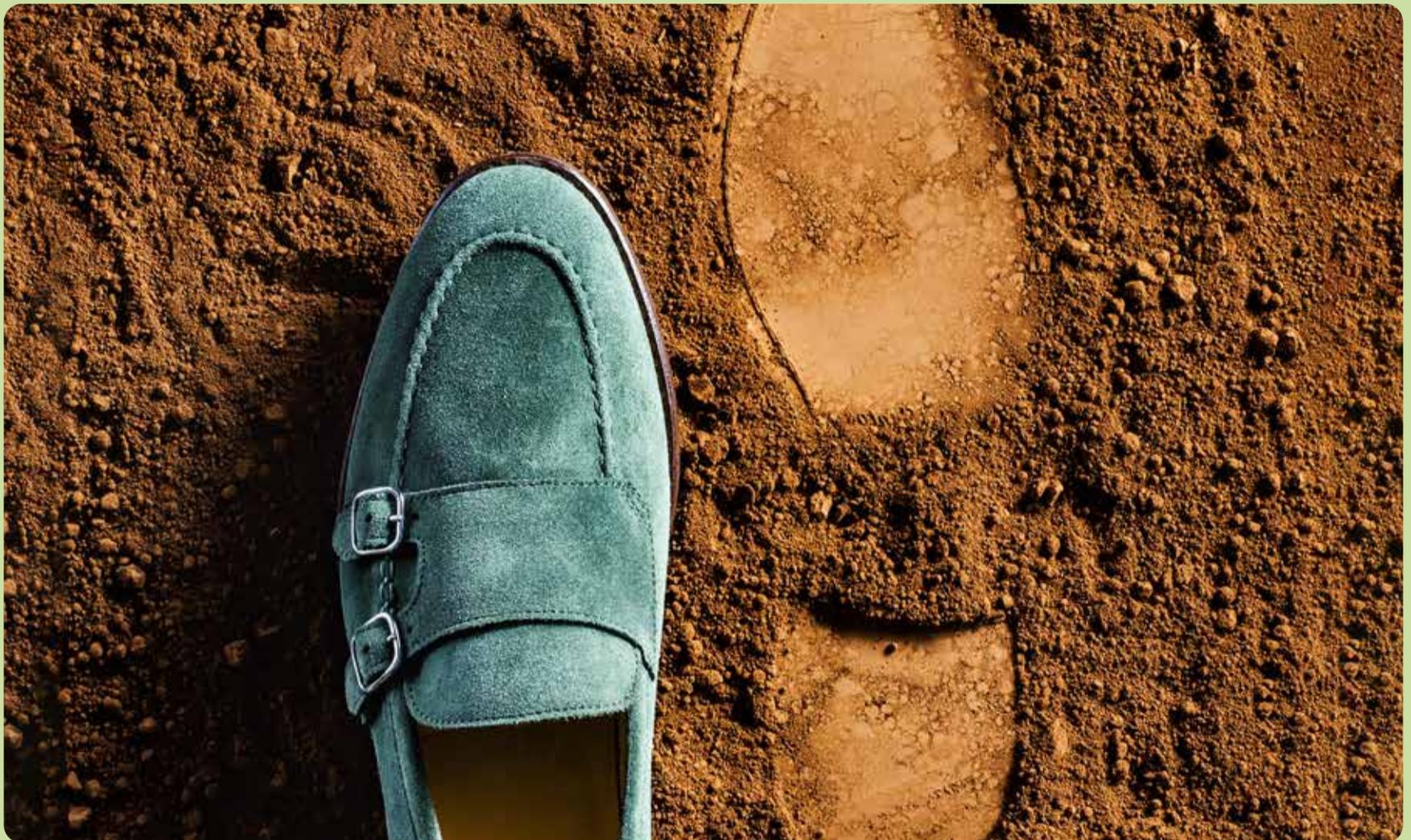
Mas a questão que se coloca é: Como chegar lá? Ana Medeiros considera que “apenas através da escola. São as crianças que nos obrigam a pensar diferente. Vimos hoje obras fantásticas e muito criativas. É possível fazer mais e melhor e, acima de tudo, fazer diferente”.

“Este projeto veio enriquecer tudo que já existia na nossa cidade, sustentando-o na ligação entre as escolas, as crianças, a indústria de calçado e as pessoas”, defendeu Irene Guimarães. A vereadora da Câmara Municipal de S. João da Madeira acredita que “este projeto é crucial para dar a conhecer o trabalho desta indústria nas cidades onde está implementado. Aquilo que nos cumpre hoje é aproveitar este trabalho desenvolvido nas escolas e que envolveu professores e famílias, e passar o testemunho”.



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

INDÚSTRIA ITALIANA EM PERDA

espera retoma apenas em 2025

A indústria de calçado italiana enfrentou, no primeiro trimestre de 2024, os efeitos do abrandamento económico internacional. Em resultado, registou perdas importantes tanto nas exportações como no volume de negócios.

“Este ano começou com sinais preocupantes e prevemos a continuação desta tendência, pelo menos na primeira metade do ano”, sublinhou Giovanna Ceolini. De acordo com a Presidente da Associação Italiana de Calçado (ANCI), em declarações ao Jornal da APICCAPS, “esta evolução é influenciada pelo difícil cenário internacional, dominado por acontecimentos e riscos geopolíticos, e pelas condições financeiras restritivas das famílias e das empresas”.

De acordo com a ANCI, a indústria italiana recuou nas exportações 9,7% em valor e 10,3% em quantidade. Já o volume de negócios caiu 10,1%. “A desaceleração começou na segunda metade do ano passado”, explicou a líder da Assocalzaturifici, “sendo agora ainda mais acentuada, com uma forte redução nas encomendas e na atividade de produção”.

No tradicional inquérito realizado pela associação aos empresários, a recuperação ocorrerá apenas em 2025. “Não é fácil fazermos previsões neste momento, mas 2024 será, certamente, um ano complexo. Admitimos apenas recuperar no segundo semestre, dependendo da evolução da economia mundial”.

No primeiro trimestre de ano, a indústria italiana exportou 51,9 milhões de pares de calçado, menos seis milhões do que no ano anterior, no valor de 3.170 milhões de euros (perda aproximada de 300 milhões nos primeiros três meses do ano). O mês de março, em particular, foi altamente penalizador para a indústria italiana, com uma perda na ordem dos 20%.

Por mercados, é na Europa que a indústria italiana mais resiste (perda de 4,1% em valor), enquanto nos mercados extracomunitários assinala-se uma perda superior a 15%.

No primeiro trimestre do ano, o número de empresas ativas em Itália caiu para 3.490 (saldo negativo de 74), enquanto o número de trabalhadores recuou aproximadamente 1% (para 70 mil).



BIOSHOOES4ALL

– no caminho da sustentabilidade



10

Está a nascer uma nova geração de produtos na indústria portuguesa de calçado. 24 biocouros, 26 biofibras e 33 novos produtos de calçado são até agora alguns dos desenvolvimentos do projeto BioShoes4All.

A indústria portuguesa de calçado está a investir 80 milhões de euros para ser uma das maiores referências internacionais no domínio do desenvolvimento de produtos sustentáveis. Para isso, envolveu uma rede de 70 parceiros, entre empresas, centros tecnológicos e universidades. Até ao momento, estão já concluídos 121 resultados.

“Os novos desenvolvimentos incluem produtos com uma redução significativa de pegada ambiental, couros extra-leves, novas curtimentas com recurso a novos taninos, novas linhas industriais capazes de reciclar os desperdícios da produção, bem como novos modelos de negócio”, destacou Maria José Ferreira, coordenadora do projeto.

Dividido em cinco pilares – Biomateriais, Calçado Ecológico, Economia Circular, Tecnologias Avançadas de Produção e Capacitação e Promoção, o projeto BioShoes4All pretende garantir, de acordo com Maria José Ferreira, “uma base produtiva nacional resiliente para posicionamento no mercado internacional, no qual a inovação, a diferenciação, a resposta rápida e eficaz, o serviço, a qualidade dos produtos, a capacitação e a promoção serão argumentos competitivos que nos permitirão ser superiores à concorrência”. Para isso, o setor do calçado “tem a ambição de induzir uma mudança radical nos materiais, tecnologias, processos e produtos”. O projeto conta com 11 iniciativas, 23 medidas e 80 atividades.

EXECUÇÃO PONTO-A-PONTO

Depois de 24 meses de execução, os resultados do projeto foram apresentados na primeira Ação de Demonstração BioShoes4All. Dentro do pilar dos Biomateriais, foram desenvolvidos até ao momento 24 biocouros, produtos químicos e processos. Desses, foram apresentados 10 biocouros, como o ecolight leather (couro mais leve), “box-calf” (desenvolvimento de couro para botas de cano alto com curtimenta vegetal), pesquisa de novos taninos para curtimenta (casca de pinheiro 35 a 100%, borra de café 10 a 100%, raspas de couro da produção) e Wet-white (não fósseis, isento de bisfenóis) e 14 novos produtos químicos e processos, como extratos de pinheiro, oliveira, café e resíduos de curtume, bem como uma redução no consumo de água entre 20 a 25%. Foi, ainda, desenvolvida uma linha piloto industrial pioneira.

Ainda no mesmo pilar, foram desenvolvidas 26 biofibras, polímeros, materiais e componentes. Desses, 12 biofibras e polímeros e 14 componentes e linhas piloto. Em resumo, podemos encontrar mais de 20 biofibras e cargas identificadas, Bioligantes de PU, PVC (90% bio), borrachas (80% bio), Biomateriais revestidos (70% bio), testeiras, contrafortes, palmilhas e solas e linhas piloto industriais.

Dentro do pilar Calçado Ecológico, foram desenvolvidos 29 novos produtos de calçado e quatro plataformas e linhas piloto. Dentro deste universo, 24 produtos apresentam uma redução da pegada ecológica e 23 da pegada de carbono, 15 apresentam menos recursos fósseis utilizados.

Ainda neste âmbito, foram concluídas 52 análises de ciclo de vida e 24 continuam em curso.

Dentro do pilar Economia Circular, foram desenvolvidas 14 tecnologias avançadas de produção. Neste universo, sete dizem respeito à rastreabilidade do calçado e marroquinaria e sete ao planeamento, ecoprodução e qualidade.

Ainda dentro deste pilar, foram apresentados 10 resultados relativos à valorização de resíduos de produção: oito materiais e compósitos e dois componentes e produtos. No âmbito dos materiais, destaque para a apresentação de termoplásticos com material reciclado: PVC 90%, TPU 95% e TR 90%, Compósitos com 10 a 30% borracha reciclada e até 10 a 20% de couro e 10 a 80% de EVA reciclado como aditivo ou por aglomeração. No que diz respeito ao desenvolvimento de componentes, destaque para as solas e calçado com material reciclado que estão, atualmente, em desenvolvimento e para as duas tipologias de calçado injetado (moda e técnico).

O quarto pilar, Tecnologias Avançadas de Produção, prevê duas áreas: Rastreabilidade e logística e Sistemas de produção. Nesse âmbito, foram desenvolvidos 14 resultados relativos à circularidade de calçado pré e pós-consumo, mais concretamente quatro estudos de consumo e modelos de gestão de produtos pós-consumo, estudo da desassemblagem de produtos complexos multimaterial e modelos de negócio de gestão circular de calçado hospitalar e de trabalho.

Foram ainda apresentados 10 resultados de reciclagem de calçado e simbioses industriais, nomeadamente valorização de materiais pós-consumo: borracha, PVC, SBS, SEBS, EVA. No caso das simbioses industriais, destaque para a utilização de fatos de pesca (PVC) e de surf (borracha) e para o desenvolvimento de solas até 50% de material reciclado, calçado reciclado e análises de ciclo de vida.

“PODEMOS SER UM FAROL NESTE MUNDO DA SUSTENTABILIDADE”

“Podemos ser um farol neste mundo da sustentabilidade”. Foi este o ímpeto do secretário de Estado do Ambiente no encerramento da Ação de Demonstração BioShoes4All. Emídio Sousa participou nesta iniciativa e conheceu in loco os novos produtos desenvolvidos no âmbito deste projeto.

“A Europa tem criado muitas exigências legislativas, que por vezes as nossas empresas têm dificuldade em cumprir. Mas esta dificuldade que a Europa enfrenta hoje para cumprir os objetivos de desenvolvimento sustentável e da economia circular é real”, explica o responsável pela pasta do Ambiente. “Isto era um problema de competitividade, mas pode transformar-se numa ferramenta de liderança. Ao sermos confrontados com estas dificuldades, podemos ficar à frente dos nossos concorrentes”.

“Na verdade, já sentimos que temos de olhar para os recursos de forma diferente e a solução não é andar descalçados, deixar de andar de avião ou voltar para as cavernas. Acredito que a Europa e Portugal têm capacidade para descobrir novas formas de usar os produtos e de viver neste Planeta único”, destacou.

Emídio Sousa reforçou, ainda, a necessidade de reter jovens talentos em Portugal. “Já temos o melhor país do mundo para viver, só precisamos de ajustar os nossos salários para permitir aos jovens uma vida digna. E este tipo de desenvolvimentos que vimos hoje pode, de facto, gerar muitos melhores salários”.

“Porque não havemos de ser os melhores? Temos o melhor país do mundo, temos gente com capacidade. O que nos falta? O emprego qualificado está aqui, mas está ainda por desenvolver nas áreas da tecnologia, do conhecimento, da inovação e do Marketing”.

“Saio daqui com muita esperança: de que vamos ser melhores do que os nossos concorrentes e que podemos ser um farol neste mundo da sustentabilidade. Temos ainda o desafio de não deixar sair os nossos jovens. Temos de trabalhar para ser cada vez melhores. É este mesmo o caminho”.

Durante um dia, a APICCAPS e o CTCP reuniram os 70 parceiros do projeto numa Ação de Demonstração onde foram apresentados os primeiros resultados do projeto. Durante a manhã, na reunião técnica do consórcio, os parceiros apresentaram os desenvolvimentos concluídos até agora e os novos desafios para o futuro.

Durante a tarde, e no âmbito das Ações de Disseminação e Transferência de Conhecimento para a Indústria, APICCAPS e CTCP dinamizaram uma ação de demonstração à indústria para apresentar os principais resultados desenvolvidos, onde estiveram em evidência uma nova geração de produtos sustentáveis.

Neste âmbito, Biocouros, produtos químicos e processos; Biofibras, polímeros, compósitos e componentes; Ecodesign, calçado e marroquinaria sustentável com menor pegada ambiental; Reciclagem e economia circular e tecnologias avançadas de produção e controlo foram os principais temas abordados.

Na conferência da tarde, os participantes assistiram a várias sessões de debate com alguns dos maiores especialistas do setor. A sessão de abertura contou com a intervenção de Luís Onofre, que garante que “ser possível darmos um novo salto qualitativo”. Por isso, explica o presidente da APICCAPS, “assumimos o desafio de sermos uma grande referência internacional no desenvolvimento de soluções sustentáveis”.

De seguida, Maria José Ferreira, coordenadora do projeto BioShoes4All, fez um enquadramento da indústria, nomeadamente, os Contributos para a Plano Sustentabilidade e Estratégico do Cluster do Calçado e apresentou os principais resultados até ao momento.

O primeiro painel da tarde teve como tema “Biocouros e Processos”, e contou com a participação de Alfredo Crispim (especialista em couro), Juliana Duarte (Curumes Aveneda) e Manuel Dias (Dias Ruivo), com moderação de Joaquim Gaião (CTIC).

O painel sobre Biofibras, Materiais e Componentes teve como convidados Joana Meireles (Atlanta), Luísa Sousa (Monteiro Ribas) e Tânia Carvalho (Luz Costa & Rodrigues/COBLEX), moderadas por Manuela Pintado (UCP).

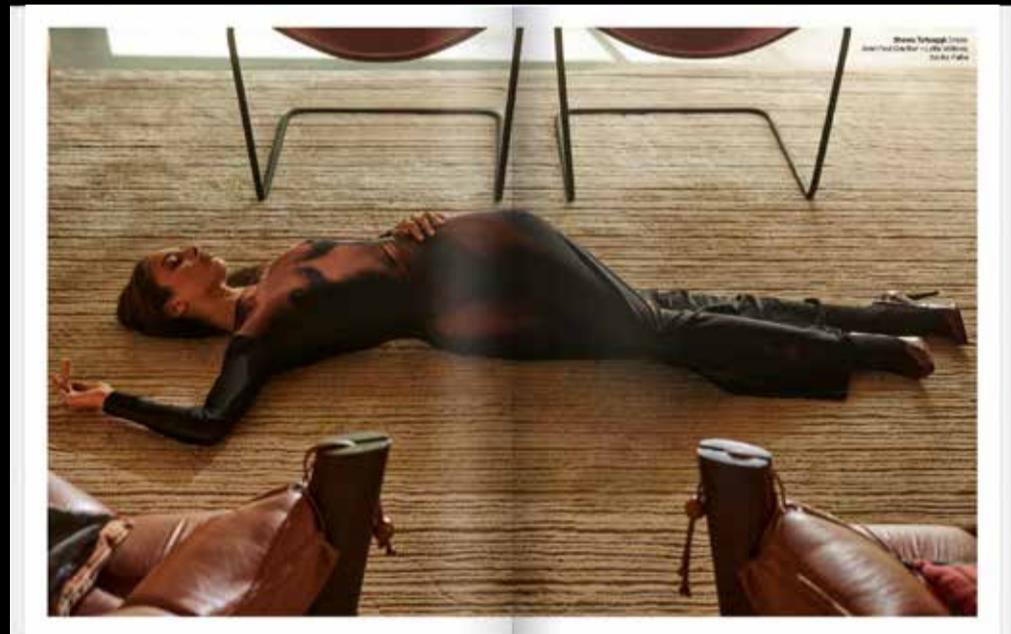
Seguiu-se um painel sobre Reciclagem e Economia Circular com Filipe Carneiro (Lipor), Ricardo Silva (Skypro) e Sofia Jesus (Procalçado), moderados por Carlos Fonseca (FEUP).

O tema da Indústria do Futuro foi debatido por Ana Maria Vasconcelos (Belcinto), Paula Coutinho (Aloft), Paulo Monteiro (Kyaia) e Vera Pinto (CTCP), com moderação de Rui Rebelo (INESC TEC).

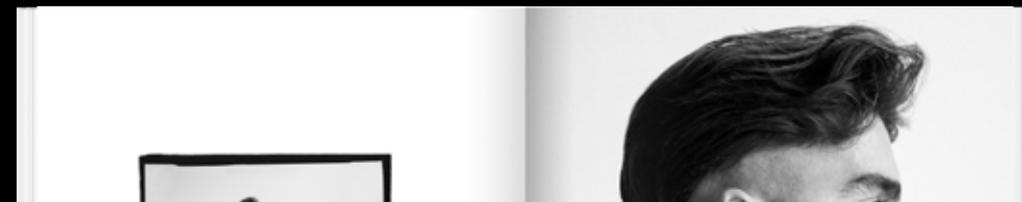
Por fim, Paulo Gonçalves (APICCAPS) abordou a comunicação e capacitação. No total, foram digitalmente impactadas 44 milhões de pessoas desde o início da campanha de comunicação.



PORTUGUESE SOUL



www.portuguesesoul.com



MARIA JOSÉ FERREIRA

“O BIOSHOES4ALL é o maior projeto de sempre da nossa indústria”

DIRETORA DE INVESTIGAÇÃO DO CENTRO TECNOLÓGICO DO CALÇADO DE PORTUGAL (CTCP) E RESPONSÁVEL PELO PROJETO BIOSHOES4ALL - QUE TEM COMO OBJETIVO TORNAR A INDÚSTRIA PORTUGUESA DE CALÇADO UMA REFERÊNCIA NO DESENVOLVIMENTO DE SOLUÇÕES SUSTENTÁVEIS, MARIA JOSÉ FERREIRA É UM NOME INCONTORNÁVEL QUANDO O ASSUNTO É SUSTENTABILIDADE

Fotos de Vânia Carneiro



Todos os anos são produzidos mais de 20 mil milhões de sapatos a nível internacional. Praticamente 90% desse calçado é produzido na Ásia. Já chegamos ao limite?

A questão de saber se atingimos um limite é complexa e multifacetada. Entre 1992 e 2022 a população mundial cresceu de cerca de cinco para oito biliões de pessoas, mas a produção mundial de calçado aumentou a um ritmo ainda superior, e quase triplicou atingindo os 24 biliões de pares/ano.

Trata-se de um volume impressionante de calçado produzido anualmente, no entanto, admitindo uma distribuição de consumo uniforme, três pares por pessoa/ano poderia até considerar-se razoável. Contudo, na realidade verifica-se que a Europa e a América do Norte com apenas cerca de 14% da população mundial consomem cerca de 30% do produzido (2022), logo cerca de seis pares por pessoa por ano. Neste enquadramento, se a média desejada por toda a população for similar à destes blocos, a produção poderá crescer.

Estes volumes de produção e consumo colocam o setor do calçado sob intenso escrutínio, sobretudo devido ao uso intensivo dos recursos do planeta e aos potenciais impactos ambientais, estando nomeadamente na Europa prevista regulamentação para promover a criação de produtos suportados por ecodesign, duráveis, reparáveis, com menor pegada ambiental, livres de substâncias perigosas, rastreáveis e circulares.

Adicionalmente, verifica-se um apelo generalizado para um consumo mais responsável, recomendando-se a aposta em produtos de maior qualidade, confortáveis, com estética que conjugue a moda com a intemporalidade, produzidos localmente de modo inclusivo. E a adoção de novas abordagens, incluindo a manutenção, limpeza, reparação e partilha para prolongar a vida útil do calçado antes de o encaminhar para reciclagem.

Todas estas medidas devem contribuir para conter o consumo excessivo e promover uma alteração do tipo de produtos consumidos, o que resultará em oportunidades para a produção de calçado na Europa.

Num mundo em mudança, que oportunidades existem para a indústria portuguesa de calçado?

Portugal sabe produzir calçado muito bem. Nas últimas décadas apostou estrategicamente e com sucesso na inovação, no design, na capacitação dos recursos humanos, na modernização do seu parque industrial e na internacionalização. No passado, o calçado português tomou estas decisões estratégicas para ultrapassar os desafios da liberalização dos mercados e a saída de marcas que produziam grandes séries em Portugal. Uma indústria que produzia grandes séries de calçado azul, castanho ou preto tornou-se colorida, arrojada, “sexy” e isto permitiu aumentar o valor acrescentado do calçado e das exportações. Os desafios atuais são diferentes, e estamos mais preparados, mas não vamos viver dos louros e sucessos do passado.

De facto, o mundo encontra-se em mudança acelerada. Há, no entanto, indicadores seguros e que são oportunidades para a nossa indústria. Os clientes e os reguladores dos países para os quais dirigimos as nossas exportações querem produtos visualmente apelativos, baseados em materiais e processos que minimizam as substâncias perigosas. Produtos que respeitam o meio ambiente, produzidos localmente por pessoas com boas condições de trabalho e bons salários, e possuem um preço de venda contido e adequado.

14 Portugal deve, por isso, apostar e ser líder no desenvolvimento de materiais, calçado, marroquinaria e tecnologias verdadeiramente/comprovadamente sustentáveis, que permitam reduzir a pegada de carbono dos produtos, a água e a energia utilizada por par de calçado produzido. Incorporar materiais renováveis, como o couro, produzidos por energia renovável, aumentar a percentagem de material reciclado por par, entre outros. Uma das vantagens é a nossa indústria integrar de modo harmonioso empresas produtoras de materiais, componentes, equipamentos produtivos, software e calçado e marroquinaria e existir sincronização de interesses de todas para a sustentabilidade.

Uma outra opção segura é focarmo-nos em produtos técnicos, como sejam o calçado de trabalho ou militar. Regem-se por normas claras e requerem conhecimento de conceção e produção avançada, que as nossas empresas possuem. Acrescem as competências do Centro Tecnológico nestas áreas.

Há também oportunidades associadas aos processos de fabrico, sendo relevante automatizar, organizar e informatizar operações repetitivas que não acrescentam valor e consomem tempo, como por exemplo o preenchimento de requisições, controlo de fornecimentos, preenchimento de “exceis”, formulários e relatórios para clientes ou Estado. Quase tudo pode ser automatizado/desburocratizado.

Apostar em processos e tecnologias, nomeadamente de injeção, ágeis, materiais expandidos recicláveis, que nos permitam produzir na Europa de modo mundialmente competitivo. Reduzir as operações de preparação, de retoques e correção de erros, de acabamento e limpeza. Todas estas oportunidades são reais, ao alcance das empresas do cluster do calçado e contribuirão para a sustentabilidade económica, imprescindível para a estabilidade social e ambiental.



Há muito “folclore”, e mesmo “greenwashing”, quando se aborda o tema da sustentabilidade. O que deve ser valorizado do seu ponto de vista?

A verdade, a transparência. Nos últimos anos na indústria da moda, e no calçado em particular, a generalidade das empresas e marcas referem que os seus produtos são mais sustentáveis, nomeadamente que integram material reciclado, ou possuem menor pegada de carbono, ou são biodegradáveis, entre outros. Mas raramente apresentam evidências, isto é, testes ou certificações emitidas por entidades independentes, que comprovem esses atributos. Acresce que estas validações também se estão a tornar um negócio e devemos trabalhar para que não contribuam para o greenwashing. Os testes e/ou validações deveriam ser efetuadas seguindo protocolos definidos em normas nacionais, europeias (EN) ou internacionais (ISO, OCDE).

É fundamental que os produtos identifiquem a origem geográfica e a composição dos materiais e do produto e indiquem ao cliente fatores distintivos, nomeadamente em termos de impacto ambiental, durabilidade/qualidade, conforto, como fazer a limpeza e manutenção, potencial de reciclagem, e que comprovem o que é reivindicado. Um modo simples é incluir um QR code ou etiqueta NFC que permita aos clientes e consumidores aceder à informação.

Reportando menor pegada ecológica, ambiental ou de carbono, torna-se necessário proceder ao seu cálculo usando métodos bem definidos como o é o caso da metodologia Europeia PEF (Product Environmental Footprint). Se for indicado que é de elevada qualidade, pode constar um relatório que comprove nomeadamente a resistência ao escorregamento e à abrasão, flexão e descolagem. Do mesmo modo, referindo conforto superior, reportar a capacidade de amortecimento, retorno de energia ou respirabilidade/permeabilidade ao vapor de água, entre outros. O CTCP está capacitado para trabalhar com as empresas em todas estas vertentes com o objetivo de contribuir para que sejam líderes na promoção de calçado e marroquinaria sustentável.



De que forma o projeto BioShoes4All poderá mudar a indústria do calçado em Portugal?

O BioShoes4All envolve 70 parceiros, 20 entidades de investigação e desenvolvimento e 50 empresas. São empresas representativas de toda a cadeia, incluindo empresas de calçado e marroquinaria, curtume, têxteis revestidos, palmilhas, componentes, solas, software, equipamentos produtivos, reciclagem e retalho. Desde micro a grandes empresas, todas orientadas para concretizar uma mudança radical ao nível da sustentabilidade dos materiais, produtos químicos, processos de fabrico, modelos de negócio e produtos finais de calçado e marroquinaria.

O BioShoes4All é o maior projeto de sempre da nossa indústria e o maior investimento em investigação, desenvolvimento, inovação e capacitação realizado num curto espaço de tempo, tornado possível pelo programa Português de Recuperação e Resiliência (PRR) e o Next Generation EU.

Pelo modo como foi organizado, e está a ser concretizado, intervindo em todas as áreas estratégicas para a sustentabilidade dos produtos e das empresas do cluster, com forte envolvimento de todos os parceiros industriais e de IDT, coordenação do CTCP e liderança pela APICCAPS, o projeto apresenta um potencial relevante de transformação do cluster do calçado português e de ter impacto internacional.

Como serão os novos produtos e materiais do futuro?

Ao nível do calçado e marroquinaria, criam-se conceitos e produtos inovadores, produtos de moda, casual ou trabalho, para todas as faixas etárias, desde criança a seniores. Os novos produtos são criados e refinados com base em estudos para medir e reduzir a sua pegada ambiental e de carbono, e atuar ao nível do desenvolvimento e seleção dos materiais e processos.

São produtos leves, apelativos, mas com poucos materiais diferentes para potenciar a sua produção ágil e reciclagem. Os materiais e produtos integram subprodutos da alimentação humana ou animal, incluindo de arroz, cereais, caroço de azeitona, castanha, casca de mexilhão, podas de videira, algas, entre outros, que reforçam ou materializam novos materiais, palmilhas, reforços ou solas. Valorizam resíduos das indústrias agroflorestais nacionais como sejam extratos de casca de pinheiro, café ou oliveira para curtir peles. Reciclam resíduos de produção de couro, componentes e calçado para fazer novos couros, componentes, incluindo testeiras, contrafortes, solas e calçado.

Os novos produtos de calçado e marroquinaria apresentam durabilidade/qualidade, menor pegada ambiental medida seguindo o método europeu PEF, ou são mais renováveis, reparáveis e/ou recicláveis/circulares. Os processos de produção são redesenhados, humanizados e ecoeficientes, minimizam-se os produtos químicos utilizados, a energia e os efluentes e resíduos de produção.

Os modelos de negócio estão a ser desenvolvidos para potenciar nichos de produtos de elevado valor acrescentado, produtos feitos em materiais que permitem a sua reparação ou reciclagem, processos de produção inovadores na Europa como a vulcanização direta passarão a ser uma realidade, sempre tendo como premissa aumentar o tempo de uso/vida dos produtos, a sua manutenção ou valorização no fim da vida útil.

O projeto intervém ao nível de todos os materiais potencialmente utilizados no calçado promovendo a criação de novas moléculas ou fórmulas para produção de couros, adesivos, borracha, poliuretano ou EVA, e processos de fabrico com ênfase para a sua sustentabilidade global e para o fecho do ciclo de produção. O mote é sermos inovadores, inclusivos, eficientes e “desperdício zero”. Os novos couros, palmilhas ou solas serão “até 100%” biológicos/renováveis, reciclados ou recicláveis e com funcionalidades superiores flexíveis, resistentes ao desgaste ou escorregamento, entre outros.

Aposta-se em tecnologias para produzir estes biocouros, bioplásticos ou bioborrachas e biocomponentes. O projeto contribui para a implementação na Europa dos primeiros sistemas para produção de componentes e calçado em materiais termoplásticos expandidos e recicláveis. Trata-se de espumas de TPU, EVA, entre outros, que suportam a “nossa caminhada” para economia circular e podem contribuir para a produção de maiores séries de componentes e calçado na Europa a um preço competitivo.

Aposta-se na rastreabilidade, desenvolvendo software que para além de suportar o conhecimento do que é o produto, desde a origem das matérias, até à produção do calçado, poderá permitir ao cliente saber onde foi produzido, o seu impacto ambiental e como o pode reparar ou reciclar. Esta digitalização/informatização está também ao serviço das empresas para desburocratizar os processos internos, a gestão da informação com os fornecedores e clientes. Tudo está a ser repensado e simplificado.

Em paralelo, o projeto está a promover a partilha e transferência do conhecimento gerado para todo o cluster. Todos os meses são realizadas ações de disseminação, capacitação ou promoção no CTCP, junto de empresas, escolas e dos nossos parceiros em todo o mundo pela APICCAPS e empresas do projeto. O BioShoes4All é um projeto para todos. Todos estão convidados a participar e a beneficiar. O objetivo é potenciar uma espiral de inovação que transforme todo o cluster e permita que seja globalmente reconhecido como líder na criação e produção de produtos sustentáveis.

TROFAL

dá nova vida à Elite



16

Esta história começa em França, em 1990, com a criação da marca de calçado Elite. Mas é em Portugal que o final feliz se concretiza.

Um ano depois da criação, a Elite começou a ser fabricada em Portugal. Na entrada no novo milénio, com uma reestruturação na administração, a marca foi adquirida pela empresa que inicialmente a começou a produzir: a Trofal. Fundada por Luís Couto e atualmente nas mãos das filhas Filipa e Sofia Couto, que pertencem à 5ª geração à frente dos destinos da empresa, a Trofal é uma referência na produção de calçado. E dá agora uma nova vida à Elite.

“A Elite é uma marca de aventura, com artigos desportivos, náuticos, de equitação, caça, country e casual. É uma marca vintage e conta inclusive com um clube de fãs”, explica Filipa Couto. “São utilizadas matérias-primas naturais, isentas de químicos nocivos, materiais reciclados, colas à base de água, fios naturais e couros de curtimenta lenta”, revela Filipa e Sofia Couto em conversa com a VERSA.

Qualidade, resistência e durabilidade são os principais atributos da marca, que estão alinhados com uma escolha criteriosa de materiais mais sustentáveis e que respeitam a economia circular. “A maioria dos artigos é produzida por artesãos altamente especializados no processo de fabrico ‘Goodyear Welted’, processo mais moroso e que confere ao calçado a melhor qualidade, conforto e durabilidade”, explicam as irmãs Couto.

E, tal como acontece com a maioria das marcas, a Elite conta com um modelo icónico na coleção: a bota Trappeur. Para comemorar os 100 mil pares produzidos deste modelo clássico foi construído um representativo do mesmo em ponto grande à entrada da sede da empresa. Nos dias de hoje, esta bota ainda continua a ser vendida.

A marca é dirigida “a todos aqueles que procuram um calçado intemporal feito a partir de materiais de qualidade e também para consumidores conscientes e com preocupações ambientais”.

O UNIVERSO FEMININO

Agora, em 2024, a Elite apresenta uma nova imagem renovada, sem nunca perder o know-how acumulado ao longo de mais de 30 anos. “Decidimos apostar em artigos femininos mais trendy e cool atendendo às necessidades atuais do consumidor feminino, que procura aliar o conforto ao estilo”, explicam as irmãs.

A marca disponibiliza, assim, sapatos clássicos, mocassins e botas, e está prevista ainda uma linha de chinelos. “As cores mais primaveris e veraneantes e a seleção de materiais mais leves são as estrelas desta coleção cápsula, mantendo o conforto excepcional e a qualidade que nos caracteriza”.

A Elite tem como objetivo refrescar a sua oferta e simultaneamente “fortalecer o seu posicionamento no mercado, sem nunca esquecer o foco principal da marca: a durabilidade e reparabilidade do calçado produzido. O uso de técnicas de produção como a construção ‘Goodyear Welted’ garante aos modelos uma elevada resistência, durabilidade e permite uma fácil reparação, aumentando o tempo de vida do calçado. Chegam-nos botas com 30 anos apenas para reparar o solado”, explicam Filipa e Sofia.

“O foco da Elite é continuar centrada em produtos intemporais e versáteis que permanecem elegantes e funcionais ao longo do tempo. Ao mesmo tempo aumentar o leque de oferta trendy para mulher, sempre centralizado na qualidade, conforto e interesse dos nossos consumidores”, concluem.



FEIRA DE GARDÁ

fecha com bons resultados

A Expo Riva Schuh encerrou com números positivos. Mais de 9.000 pessoas visitaram a feira de Garda, com um crescimento significativo de clientes da América Latina e Europa, especialmente da Alemanha e de Itália.

A 101ª edição da Expo Riva Schuh & Gardabags, realizada em Riva del Garda, de 15 a 18 de junho de 2024, reuniu, uma vez mais, os players internacionais da indústria de calçado. O regresso de vários países a Riva del Garda após a pandemia também foi notável: Uzbequistão, Ruanda, Ilhas Malvinas, Eritreia e Suriname completaram uma representação global cada vez mais ampla (100 países).

"Nos últimos dias, sentimos um clima geral de satisfação," avançou Roberto Pellegrini, Presidente da Riva del Garda Fierecongressi. "Em particular, acho importante destacar o aumento de visitantes da América Latina e Europa, e o retorno significativo de compradores da Alemanha e Itália, em comparação com junho de 2023."

Os compradores que visitaram o Lago de Garda encontraram mais de 1.300 expositores, marcas e empresas representando 40 países, incluindo os maiores produtores mundiais (80% internacionais, 20% italianos) espalhados por uma área total de exposição de 50.000 metros quadrados, 11 pavilhões totalmente ocupados e quatro hotéis. A área Gardabags, dedicada a malas e acessórios, foi ocupada por 47 empresas oriundas de países como Alemanha, Índia, Itália, Polónia, Portugal e Espanha.

"Este evento serve como o canal perfeito para obter insights sobre tendências da indústria, os mercados mais estimulantes e as inovações mais interessantes que certamente vão elevar os negócios a novos patamares", avança a feira em comunicado.

"Aqui reside a força e a singularidade da Expo Riva Schuh & Gardabags: não apenas um evento de negócios, mas também uma feira que celebra a beleza do seu território distinto, com expositores em hotéis e muitos eventos paralelos para promover o networking que transcende os limites do Centro de Exposições".

Mas os momentos importantes desta edição não ficaram circunscritos ao recinto da feira e expandiram-se por 19 eventos que animaram os quatro dias do certame. Tudo com o objetivo de oferecer uma visão completa da indústria de calçado e acessórios de moda: desde a análise das tendências de consumo até à apresentação de diversos modelos de expositores, criteriosamente selecionados para a Área de Destaques; desde a análise profunda de mercados em diferentes países, passando pelos Market Focuses, até à celebração dos 50 anos do evento com o grande sucesso Summer Celebration Nights. "Nesta edição, com todos os eventos que organizamos, quisemos validar a nossa visão: inovar o formato de feira e proporcionar um evento que potencie oportunidades de negócios muito além do tradicional espaço de stand. Reconhecemos a importância de ir além da "mera" organização de uma feira comercial e o valor de encorajar relações fortes entre os vários players da indústria. Já estamos a ver os resultados desses esforços com o surgimento de uma comunidade genuína que conduz negócios em Riva del Garda numa atmosfera única", afirma a diretora-geral de Riva del Garda Fierecongressi, Alessandra Albarelli

A delegação portuguesa na feira contou com mais de duas dezenas de empresas que encontram em Garda uma oportunidade de negócio.

PORTUGUESE FOOTWEAR CLUSTER

www.portugueseshoes.pt

PORTU
GUESE
SHOES

APICCAPS

DÁDIVA DIVINA:

Papa Francisco rendido aos sapatos portugueses



O Papa Francisco recebeu um par de sapatos portugueses. Pelas mãos da RICAP, o par de sandálias made in Portugal foi entregue, em mãos, a sua Santidade.

No âmbito das comemorações do seu 40.º aniversário, a RICAP Shoes, na pessoa do seu administrador e fundador, Guilherme da Silva Almeida, foi recebido no Vaticano e ofereceu a Sua Santidade Papa Francisco um par de sandálias produzidas na empresa de Felgueiras.

Inteiramente produzidas na RICAP Shoes, as sandálias de elevado conforto e qualidade, características distintivas da marca, foram personalizadas com os símbolos de Sua Santidade.

O Papa Francisco mostrou-se agradado com a oferta e pode agora usufruir do conforto do calçado made in Portugal.



ATOM MB E CERIM UNEM FORÇAS: A AVANTIUM NASCEU

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

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

DIOR

investigada

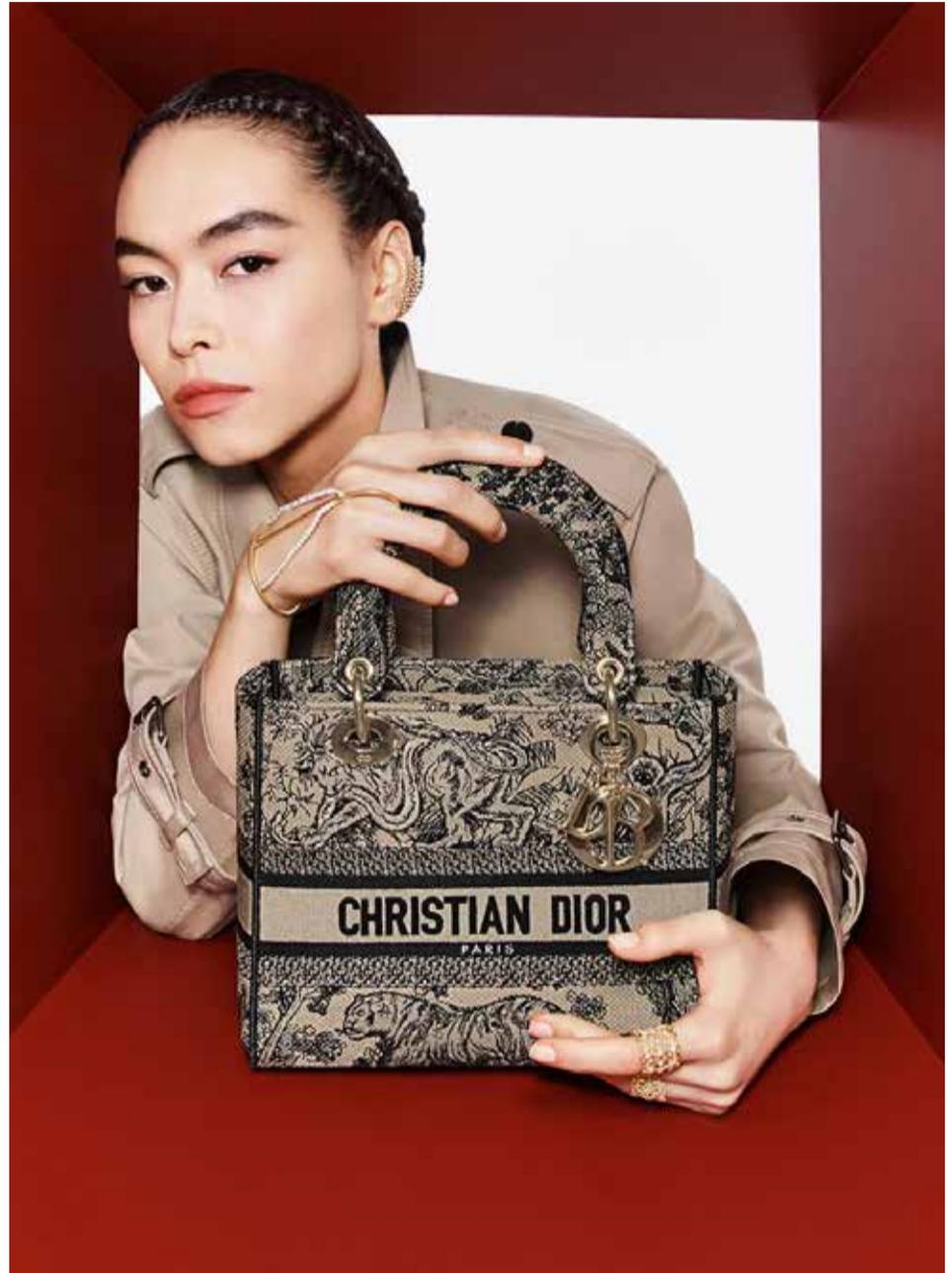
Está em “apuros” a Dior, marca de referência do grupo francês de luxo LVMH. Um fornecedor italiano, que produz malas para a Dior, foi colocado sob administração judicial, após uma investigação alegar que tinha subcontratado trabalho a empresas detidas por chineses que maltratavam os trabalhadores.

De acordo com a agência internacional Reuters, os procuradores alegam que este não é um caso isolado, mas sim uma prática comum entre as empresas de moda que fabricam em Itália, já que procuram a maior margem de lucro possível.

O tribunal de Milão decretou que a Manufactures Dior SRL, totalmente detida pela Christian Dior Italia SRL, seria colocada sob administração judicial durante um ano, embora continue a operar durante esse período.

A investigação Dior concentrou-se em quatro pequenos fornecedores que empregavam 32 trabalhadores nas proximidades de Milão, dois dos quais eram imigrantes no país de forma ilegal, enquanto outros sete trabalhavam sem a documentação necessária. Os trabalhadores viviam e trabalhavam “em condições de higiene e saúde que estão abaixo do mínimo exigido por uma abordagem ética”. No decreto de 34 páginas, os juizes afirmam que os trabalhadores eram obrigados a dormir no local de trabalho para terem “mão-de-obra disponível 24 horas por dia”. O mapeamento dos dados de consumo de eletricidade mostrou “ciclos de produção contínuos, dia-noite, inclusive durante os feriados”.

Acresce que os dispositivos de segurança foram removidos das máquinas para permitir que operassem mais rapidamente, reduzindo ainda mais os custos: uma mala custava assim à Dior apenas 53 euros. O documento cita como exemplo um modelo da marca com o código PO312YKY, que a gigante de moda vendia nas lojas por 2.600 euros.



21

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 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



Anatomia

DE UMA INDÚSTRIA

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

A&R PONTES

A&R Pontes é uma empresa produtora de calçado, localizada em Guimarães. Fundada em 1999, a empresa beneficia de uma longa experiência familiar na arte de produzir calçado, que remonta a 1945.

Equilibrando o valor da tradição e do saber-fazer, transmitido de geração em geração, com uma atitude progressista, a empresa preservou os aspetos mais valorizados do seu património, acompanhando as tendências atuais e satisfazendo as exigências dos clientes através da constante inovação.

Passo a passo, o negócio cresceu constantemente ao longo dos anos até a empresa se tornar num player global de sucesso, exportando para países de todo o mundo e posicionando os produtos da A&R Pontes nos principais mercados internacionais.

[HTTPS://WWW.ARPONTES.COM](https://www.arpontes.com)



ASPORTUGUESAS

ASPORTUGUESAS é um novo conceito de calçado que não deixa descalça a sustentabilidade do Planeta. “Orgulhamo-nos de ser a primeira marca de chinelos de cortiça do mundo, utilizando matéria-prima 100% natural”.

A missão da marca é inspirar as pessoas e consciencializá-las sobre as questões de sustentabilidade do planeta. “As escolhas que fazemos hoje definirão as nossas gerações futuras. Com a utilização única da cortiça e de outros materiais naturais sustentáveis, estamos determinados a deixar uma pegada positiva no nosso planeta”, explica a marca.

Fundada por Pedro Abrantes em 2016, ASPORTUGUESAS são um projeto em parceria com a Amorim Cork Ventures que, no ano seguinte, se associou à Fortunato. O. Frederico & C.ª Lda., do grupo Kyايا.

[HTTPS://ASPORTUGUESAS.SHOES](https://asportuguesas.shoes)



DARO'S

A Daro's é uma empresa de marroquinaria criada por Celeste Oliveira Soares. Durante vários anos, Celeste Soares trabalhou por conta própria, gerindo sozinha o seu negócio. Em 1981, com a entrada do seu marido David Roque, criou-se a empresa e a marca com a denominação Daro's.

Com o atelier de produção situado num pequeno espaço, Celeste Soares viu o seu negócio crescer gradualmente. Anos mais tarde e já na segunda geração, os seus filhos Carla e Paulo Roque, alteraram a visão estratégica da empresa e a sua política de gestão. Com o objetivo de crescer além fronteiras e dar resposta a novos mercados, decidiram apostar na exportação, com a missão renovada de produzir os melhores artigos com a melhor relação qualidade/preço. Atualmente, a Daro's exporta 99% da sua produção.

[HTTPS://WWW.DAROS-MALAS.COM/](https://www.daros-malas.com/)



Relatórios de Sustentabilidade

ESG

Comunique de forma transparente os resultados e objetivos da empresa nos domínios **ambiental, social e de governança (ESG)**

Descubra a importância dos Relatórios de Sustentabilidade ESG para as PME's



QUAIS AS VANTAGENS?

Integrar critérios ambientais e sociais nas decisões de gestão

Facilitar o acesso a financiamento

Melhorar reputação e transparência junto das partes interessadas

Alinhar estratégia com objetivos da sociedade

O CTCP apoia a sua empresa na elaboração do Relatório ESG, em conformidade com a Diretiva CSRD, tendo como suporte Diretrizes do Global Reporting Initiative (GRI) ou Diretrizes do European Sustainability Reporting Standards (ESRS)

Geração 5.0:

INÊS PINHO MOTA, LEAL & C^ª

LICENCIADA EM DESIGN DE MODA, INÊS PINHO MOTA É A SEGUNDA GERAÇÃO À FRENTE DOS DESTINOS DA LEAL & C^ª, UMA EMPRESA DE CALÇADO QUE ACABA DE LANÇAR A MARCA MITIK. O OBJETIVO É CHEGAR A NOVOS MERCADOS

Trabalhar na Leal & C^ª foi uma escolha natural?

Trabalhar na Leal & Companhia foi dar continuidade ao trabalho e esforço que a minha família já tinha dedicado até então. Mal surgiu esta possibilidade, comecei a fazer parte desta equipa.

Como surgiu a ideia de criar a MITIK?

A ideia da marca MITIK já é um sonho de alguns anos. Saber que temos capacidade de produzir calçado com qualidade e com procura no mercado, fez com que avançássemos com uma marca própria.

Neste momento ainda estamos a entender quais os modelos mais requisitados e qual a tipologia de produtos em que queremos investir, para depois avançarmos com vendas diretas e com uma loja online.

Como definiria a marca e como se distingue no mercado?

Como referi, ainda nos estamos a posicionar no mercado, mas a marca distinguir-se-á pela primazia de materiais de alta qualidade, conforto e, claro, pelo design.

Quais têm sido os maiores desafios até agora?

Até agora, criar uma marca tem sempre vários desafios: definir o segmento de mercado, sermos muito conscientes e realistas nas nossas decisões, e, acima de tudo, identificar quais são os primeiros passos para fazermos "nascer" uma marca.

Que conselho daria a um jovem que está a começar na indústria?

A indústria de calçado é uma escola para a vida. Temos de lidar com muitas pessoas, desafios e imprevistos. Dá-nos uma capacidade de polivalência muito grande e torna-nos pessoas mais resolutas. Com isto em mente, quem decide vir para a indústria tem de estar aberto a todos os dias encontrar desafios novos.





CATOLICA
CATÓLICA PORTO
BUSINESS SCHOOL

PORTO

SAIBA MAIS AQUI



INVISTA EM SI

FORMAÇÃO EXECUTIVA 2024/2025

MBA E PROGRAMAS INTERNACIONAIS

- MBA Executivo | outubro
- Programa Atlântico | janeiro

GESTÃO

- PG Curso Geral de Gestão | setembro
- PG Empreendedorismo & Business Development | outubro
- Programa Intensivo de Gestão | outubro, abril
- PG Managing with Analytics | outubro
- Controlo de Gestão: da Estratégia à Execução | novembro
- Gestão de Projetos | março
- Business Analytics | abril

FINANÇAS E FISCALIDADE

- Gestão Financeira | outubro
- Fiscalidade Intensiva | outubro
- Fiscalidade Avançada | fevereiro
- Curso Geral de Fiscalidade Online | maio

ÉTICA E SUSTENTABILIDADE

- PG Sustentabilidade e Regeneração | outubro
- Ética, Compliance e Whistleblowing nas Organizações | outubro
- Chief Sustainability Officer | março
- Chief Ethics & Compliance Officer | abril

CAPITAL HUMANO E LIDERANÇA

- Curso Intensivo de Liderança | março
- Liderança Social para Gestores | abril
- Globally Responsible Leadership for Sustainable Transformation | fevereiro

MARKETING E VENDAS

- Sales Management | outubro
- Digital Marketing & Strategy Tools | outubro

FORMAÇÃO SETORIAL

- PG Gestão e Inovação no Setor Agroalimentar | setembro
- PG Medicina do Desporto, Reabilitação e Gestão | outubro
- PG Nutrição, Endocrinologia e Gestão | outubro
- PG Hospitality Management | novembro
- PG Gestão na Saúde | fevereiro
- Gestão do Luxo | setembro

EARLY BIRD %

até três meses antes do
início de cada curso



catolicabs.porto.ucp.pt



EXECUTIVE MBA | 2023



Follow ME

Neste Follow Me, conheça três feiras internacionais realizadas em Itália.

@PITTIUOMO_OFFICIAL /

É uma das feiras de referência no segmento masculino. Com Florença como pano de fundo, a Pitti Uomo acontece duas vezes por ano, em janeiro e em junho.

O evento reúne algumas das figuras e marcas mais relevantes da indústria masculina de moda e é um ponto de encontro muito relevante para os principais players da moda.

É, ainda, um importante barômetro das tendências para a estação.

@EXPORIVASCHUH /

Com o Lago de Garda como pano de fundo, a Expo Riva acontece duas vezes por ano em Riva del Garda, Itália, em janeiro e junho.

É, já, uma feira de referência para as empresas de calçado e acessórios, uma vez que reúne importantes players da indústria.

A última edição – de junho – reuniu cerca de 9.000 visitantes em Riva del Garda e celebrou o importante marco das 101 edições.

@MICAM.MILANO

É reconhecida como a maior feira de calçado do mundo e reúne, de seis em seis meses, os maiores players da indústria.

Com Milão como cenário, em fevereiro e em setembro todos os caminhos têm como destino a MICAM Milano. Ao mesmo tempo, decorre a Mipel, dedicada ao segmento de artigos de pele. A edição de setembro deste ano terá apenas três dias de duração, indo ao encontro dos pedidos dos expositores.

27



□
LUSOCAL®
□□



THE BEST COMPONENTS YOU WILL NEVER SEE

LUSOCAL.COM