

# Notí- cias

INDÚSTRIA  
Presidente da República  
condecora APICCAPS

INTERNACIONAL  
Produção mundial de calçado  
aumenta 6,9%

SUSTENTABILIDADE  
MICAM recebe nova geração  
de produtos

GERAÇÃO 5.0  
Conheça Carlos  
Teixeira, da Joseli

PORTU  
GUESE  
SHOES  
APICCAPS



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  Ricardo Santos	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

## **APICCAPS CONDECORADA** pelo Presidente da República



3

O Presidente da República condecorou a APICCAPS (Associação Portuguesa dos Industriais do Calçado, Componentes, Artigos de Pele e Seus Sucedâneos) como Membro Honorário da Ordem do Infante D. Henrique, no âmbito do 50º Aniversário da Associação. As insígnias foram entregues ao Chairman da APICCAPS, Manuel Carlos.

Marcelo Rebelo de Sousa recebeu em audiência, no final de julho, no Palácio de Belém, a Direção da APICCAPS, aproveitando para distinguir a Associação e os seus profissionais, num cumprimento que se estende às mais de 1500 empresas e 40 mil trabalhadores que constituem o cluster do calçado em Portugal.

Esta é a segunda distinção da Associação que, em 2009, recebeu a Comenda de Membro-Honorário da Ordem do Mérito Agrícola, Comercial e Industrial (Classe de Mérito Industrial), pelas mãos do então presidente da República, Cavaco Silva.

# CALÇADO PORTUGUÊS SUPERA CONCORRÊNCIA e reforça presença nos mercados internacionais

A indústria portuguesa de calçado exportou 36 milhões de pares, no valor de 843 milhões de euros, no primeiro semestre de 2025. Face ao período homólogo, registou-se um crescimento de 5,4% em quantidade e 3,7% em valor. Em 2025, o setor português tem vindo a ganhar quota face aos principais players internacionais.

Na primeira metade do ano, a China – responsável por cerca de 55% da produção mundial de calçado – recuou 12,5% nas exportações. Já o México e a Turquia, dois produtores de referência, registaram quedas de 19,3% e 15,3%, respetivamente, no comércio internacional. No espaço europeu, também Itália e Espanha, dois dos grandes concorrentes de Portugal, apresentaram quebras de 2,6% e 2%.

“Está a ser um ano muito exigente para a indústria de calçado a nível internacional”, sublinha Luís Onofre. “O facto de exportarmos mais de 90% da nossa produção para 170 países permite que a indústria portuguesa revele um desempenho globalmente positivo”, acrescenta o Presidente da APICCAPS. Ainda assim, alerta: “continuamos muito dependentes da evolução das principais economias para mantermos este registo na segunda metade do ano e consolidarmos 2025 como um ano de afirmação do calçado português nos mercados externos.”

Entre janeiro e junho, a Alemanha reforçou o seu estatuto como principal destino do calçado português, crescendo 13,1% para 217 milhões de euros. Também a França manteve uma evolução positiva, com um acréscimo de 1,4% para 167 milhões de euros. Pelo contrário, o maior foco de preocupação surge nos Países Baixos, onde as vendas recuaram 5,3% para 94 milhões de euros.

4

## UMA PRIORIDADE CHAMADA EUA

Depois de um arranque de ano marcado pela incerteza e por quebras na ordem dos dois dígitos, as exportações portuguesas de calçado para os EUA iniciaram uma trajetória de recuperação, ascendendo, no final do primeiro semestre, a 40 milhões de euros (menos 6,4% face ao ano anterior). “O mercado norte-americano é uma prioridade para o calçado português”, reforça Luís Onofre. Num enquadramento tarifário mais favorável – em que países como o Brasil são penalizados em 50%, a China em 30%, a Índia em 50% e o México em 25% – “esta pode ser a oportunidade para reforçarmos a presença nos EUA, onde cresce a procura por produtos premium, sustentáveis e com história.” Para o Presidente da APICCAPS “Portugal, tendo em conta os investimentos em curso – mais de 100 milhões de euros no âmbito do PRR nos domínios da automação, robótica e sustentabilidade – pode afirmar-se como uma sólida alternativa à produção massificada e ambientalmente insustentável”.



# RÊNÇIA



WORLD FOOTWEAR YEARBOOK 2025

# Produção Mundial de calçado

## AUMENTA 6,9%

A produção mundial de calçado aumentou, em 2024, 6,9% para 23,9 mil milhões de pares, de acordo com o World Footwear Yearbook 2025, recentemente lançado pela APICCAPS.

A indústria do calçado continua fortemente concentrada na Ásia, onde são fabricados cerca de 9 em cada 10 pares de sapatos — o que representa 88% da produção mundial.

A China mantém-se como o maior produtor mundial de calçado, com 13 mil milhões de pares fabricados em 2024 e uma quota de mercado global ligeiramente acima dos 54%. A Índia aumentou a sua quota para 12,5% da produção mundial, ocupando o segundo lugar. O Vietname surge em terceiro, com uma quota de 6,5%.

“São números que devem ser avaliados com cautela”, considera Luís Onofre. “Não é razoável que praticamente 90% da produção asiática seja assegurada por produtores asiáticos, quando deveríamos defender práticas de comércio livre, justo e equilibrado”, sustenta o Presidente da APICCAPS. “A edição de 2025 do World Footwear Yearbook confirma Portugal como um dos grandes players do setor, em especial no segmento de calçado de couro. Estamos a fazer o nosso caminho”.

### ÁSIA DOMINA NO CONSUMO

6

Ao nível do consumo, em 2024, a Ásia foi responsável por mais de metade do consumo mundial de calçado (55,5%), refletindo um aumento em relação ao ano anterior. A América do Norte e a Europa surgem a seguir, com quotas de 13,6% e 13,5%, respetivamente.

O consumo *per capita* de calçado varia bastante entre regiões — desde apenas 1,4 pares por pessoa em África até 4,8 pares por pessoa na América do Norte. A China continua a ser o maior consumidor mundial de calçado, reforçando a sua quota para 18,6% do total global. A Índia surge em segundo lugar com 13,3%, e os Estados Unidos mantêm o terceiro lugar com uma quota estável de 9,8%.

A União Europeia, considerada como uma região única, ocupa o quarto lugar, com 2.069 milhões de pares consumidos em 2024.

### EXPORTAÇÕES AUMENTAM 4,6%

Também as exportações mundiais de calçado aumentaram em 2024, neste caso, 4,6% em volume face ao ano anterior, sinalizando uma recuperação gradual do comércio internacional. A Ásia manteve-se como o principal exportador, representando 85,1% do total das exportações — ligeiramente acima dos 84,5% registados há uma década.

Entre 2015 e 2024, as exportações globais de calçado cresceram modestamente em volume (+1,2%), mas aumentaram 31,4% em valor, passando de 129,2 mil milhões para quase 170 mil milhões de dólares.

Os países asiáticos reforçaram a sua posição dominante no comércio global de calçado, com a quota conjunta a subir de 84,6% em 2023 para 85,1% em 2024. Em contrapartida, a quota da Europa caiu ligeiramente para 12,6%.

A China continua a ser o principal exportador, com 62,2% das exportações mundiais, embora com uma quota em queda (63,8% em 2023). O Vietname ocupa o segundo lugar, com 10,7%, seguido da Indonésia com 4,1%. Estes três países, juntos, representam mais de três quartos das exportações mundiais de calçado.

Na última década, o preço médio de exportação do calçado aumentou significativamente — de 8,83 dólares por par em 2015 até um pico de 11,98 dólares em 2023 —, o que representa um aumento de 36%. Esta tendência refletiu o aumento dos custos de produção, uma maior aposta em produtos de maior valor acrescentado e pressões inflacionistas nas cadeias de abastecimento globais. No entanto, em 2024, essa tendência registou a primeira quebra significativa, com o preço médio a cair para 11,47 dólares por par. Esta descida poderá indicar uma mudança no mix de produtos ou na estratégia de preços, após dois anos de forte crescimento em valor.





## WORLD FOOTWEAR

A APICCAPS publicou agora a 15.<sup>a</sup> edição do World Footwear Yearbook, lançado em 2011. Esta publicação analisa as principais tendências da indústria mundial de calçado. A disponibilização de dados relativos a 2024, tanto em quantidade como em valor, permite posicionar os principais players da indústria em termos de produção, consumo, exportações e importações. O relatório inclui também uma análise específica de 84 mercados diferentes, bem como a evolução dos principais intervenientes globais do setor.

## TARIFAS DE TRUMP

# penalizam maiores produtores de calçado

A União Europeia e os Estados Unidos já publicaram a declaração conjunta que estabelece o quadro para o comércio e investimento transatlânticos. Este texto baseia-se no acordo político alcançado pela presidente Ursula von der Leyen e pelo presidente Trump a 27 de julho. A declaração conjunta estabelece o compromisso mútuo de trabalharem no sentido de restabelecer a estabilidade e a previsibilidade do comércio e do investimento entre a UE e os EUA.

Esta declaração confirma o regime pautal dos EUA em relação à UE, com uma taxa pautal máxima clara e abrangente de 15 % para a grande maioria das exportações da UE, incluindo setores estratégicos e parte da secção 232 como os automóveis, os produtos farmacêuticos, os semicondutores e a madeira.

Para a generalidade do calçado, a União Europeia é a origem menos penalizada. Quase todos os países veem as suas exportações ser alvo de tarifas adicionais entre 10% e 30% que somam à tarifa normalmente aplicável. No entanto, a ordem executiva prevê uma exceção específica para a União Europeia em que a tarifa de 15% aplicada não acumula com as tarifas históricas.

- 8 Apenas os produtos com tarifas inferiores a 15% serão ajustados — aplicando-se apenas a diferença. “Para um produto da União Europeia com uma tarifa inferior a 15%, a soma da tarifa atual com a nova taxa ad valorem será de 15%. Para produtos com tarifa igual ou superior a 15%, não será aplicada qualquer tarifa adicional.”

Por exemplo: um sapato masculino em couro com origem em Portugal com tarifa histórica de 8,5% terá uma nova tarifa adicional de 6,5%, totalizando 15%. Por outro lado, um par de sapatilhas com taxa histórica de 20% continuará a pagar 20%, pois o valor excede os 15%.

Mas a aplicação das tarifas aos restantes mercados será diferente. De acordo com o Anexo I da ordem executiva, alguns dos principais países produtores de calçado como Vietname, Indonésia, Camboja, Paquistão, Bangladesh e Índia vão ver as suas exportações de calçado sujeitas a tarifas adicionais entre os 19% e os 25%. Ou seja, às tarifas históricas serão acumuladas as novas tarifas: Índia + 25%, Vietname e Bangladesh, + 20%, Indonésia, Camboja e Paquistão + 19%. Assim, para um par de sapatos exportado pelo Vietname, que tem uma tarifa histórica de 13,3%, terá uma tarifa adicional de 20% totalizando 33,3%.

O caso mais severo é o do Brasil, que enfrenta uma tarifa base de 10% à qual se junta uma penalização extra de 40% ao abrigo do IEEPA (International Emergency Economic Powers Act), totalizando uma taxa de 50% que ainda deve ser adicionada à tarifa histórica.

“Estas modificações aplicam-se a bens consumidos ou retirados do armazém a partir das 12h01 (EDT), sete dias após a data desta ordem, exceto bens já em trânsito antes dessa data e despachados até 5 de outubro de 2025.” Por outras palavras, produtos que saiam do porto nos sete dias seguintes à ordem e cheguem aos EUA até 5 de outubro de 2025, passando pela alfândega até essa data, não estarão sujeitos às novas tarifas recíprocas.

Neste contexto, o calçado da União Europeia será penalizado com uma tarifa adicional, mas de um ponto de vista relativo será, na generalidade dos casos, a origem menos penalizada.





## A IMPORTÂNCIA DO MERCADO

De acordo com o World Footwear Yearbook, os EUA são o maior mercado mundial de calçado. Anualmente, importam mais de 1.980 milhões de pares de calçado, em valores próximos dos 26 mil milhões de dólares. A China é tradicionalmente o maior fornecedor do mercado, com uma quota próxima dos 60% (o equivalente a 1200 milhões de pares), seguida do Vietname (quota de 23% referente a 461 milhões de pares) e da Indonésia (quota de 6% alusivos a 129 milhões de pares em 2023).

Para Portugal, os EUA são um mercado estratégico, perfilando-se atualmente como o 6º mercado de destino das suas exportações. Na última década, as vendas portuguesas de calçado para os “states” duplicaram, atingindo valores próximos dos 100 milhões de euros no final de 2024. “Ainda que já exportemos mais de 90% da produção para 170 países, consideramos o mercado norte-americano estratégico e a grande aposta da indústria portuguesa de calçado para a próxima década”, considera o Presidente da APICCAPS.

Atendendo à realidade do mercado, o setor de calçado, através de iniciativas da APICCAPS em parceria com a AICEP, e o apoio do Programa Compete 2030, tem em curso um plano de ações no mercado. Participação em certames profissionais, realização de missões de compradores, parceria com escolas de moda, presença na semana de Moda de Nova Iorque ou patrocínio a figuras públicas são algumas das iniciativas previstas na segunda metade do ano.

De acordo com Carlos Moura, Delegado da AICEP em Nova Iorque, “os Estados Unidos são um dos principais mercados para a oferta portuguesa, especialmente numa altura em que Portugal goza de grande popularidade entre os americanos”.

Para Carlos Moura “a grande estratégia para conquistar o mercado americano, sofisticado e dos mais competitivos do mundo, passa pela capacidade de investimento e resistência”. O Delegado da AICEP em Nova Iorque defende que, “mesmo em contexto de mudança, o mercado americano continua a ser uma prioridade, apresentando grandes oportunidades para as empresas portuguesas”.

“O mercado dos Estados Unidos tem-se afirmado como uma prioridade para as empresas portuguesas”, recorda Carlos Moura, que dá como exemplo o setor do calçado: “após vários anos de forte investimento, começa agora a colher os frutos desse esforço”.

RUI MOREIRA, CENTRO TECNOLÓGICO DO CALÇADO

## “A utilização de tecnologia é essencial na **TRANSFORMAÇÃO SUSTENTÁVEL DA INDÚSTRIA**”

RESPONSÁVEL PELO ROTEIRO DA DESCARBONIZAÇÃO DA INDÚSTRIA, PROJETO DESENVOLVIDO PELO CENTRO TECNOLÓGICO DO CALÇADO DE PORTUGAL (CTCP), RUI MOREIRA CONVERSOU COM O JORNAL DA APICCAPS SOBRE OS PRINCIPAIS DESAFIOS QUE O SETOR ENFRENTA E EXPLICOU DE QUE FORMA AS NOVAS TECNOLOGIAS PODERÃO DESEMPENHAR UM PAPEL DECISIVO NA TRANSFORMAÇÃO POSITIVA DA INDÚSTRIA.



Foto: Vânia Carneiro

### **Que leitura faz da evolução do setor nos últimos anos, em especial no que toca à sustentabilidade?**

Existe uma evolução muito significativa. Numa primeira fase, há 15 ou 20 anos, a palavra “sustentabilidade” era associada ao desempenho ambiental e as empresas responderam com a implementação de sistemas de gestão ambiental, constituindo-se um núcleo muito alargado de empresas da fileira com a certificação pela Norma ISO 14001. Este processo permitiu trazer para o interior das PME's a quantificação e melhoria contínua do desempenho ambiental. Com o decorrer do tempo, o conceito e as práticas de sustentabilidade foram sendo alargadas aos domínios da responsabilidade social, ética e governança. Neste sentido, PME's da fileira têm vindo a desenvolver ações no domínio ESG (Ambiental, Social, Governança) e a reportar as suas práticas através de Relatórios de Sustentabilidade. A certificação das empresas e produtos e o reporte de sustentabilidade são instrumentos relevantes para evidenciar de modo transparente e confiável, junto das partes interessadas (por exemplo, clientes e entidades financiadoras), a evolução das empresas no percurso da melhoria da sustentabilidade.

### **Já estão disponíveis os primeiros resultados do Compromisso Verde. Como avalia estes resultados?**

Os resultados alcançados demonstram a relevância da descarbonização para as empresas da fileira do calçado. Os resultados indicam que, entre os anos de 2015 a 2022, existiu uma redução de cerca de 29% das emissões de Gases de Efeito de Estufa (âmbito 1 + 2). A redução de emissões, principalmente no âmbito 2, decorre do investimento efetuado em UPAC (Unidades de Produção para Autoconsumo – sistemas solares fotovoltaicos) e na contratualização de energia de fontes renováveis. Numa amostra de 104 empresas da fileira, o número de empresas a usar UPAC aumentou de 1 (em 2015) para 61 (em 2022) o que é demonstrativo do investimento efetuado na autonomia energética e no caminho para o cumprimento de objetivos de descarbonização.

### **Qual o grau de adesão por parte das empresas e que tipo de metas estão definidas?**

A iniciativa Compromisso Verde alcançou 146 empresas, que assinaram e assumiram o compromisso com a iniciativa, tendo 104 empresas concluído o processo de cálculo das emissões de GEE para os anos de 2015 e 2022. De salientar que as empresas participantes representavam, em 2022, aproximadamente mil milhões de euros de volume de negócios e mais de dez mil postos de trabalho. As metas de descarbonização ao nível da União Europeia (UE) estão integradas num pacote legislativo “Fit for 55”, que operacionaliza o Pacto Ecológico Europeu e que define, como objetivos centrais da descarbonização, a redução das emissões de GEE em pelo menos 55% até 2030, face a 1990, e colocar a UE no caminho para alcançar neutralidade climática até 2050.

### **Quais são os grandes objetivos do Roteiro para a descarbonização?**

O Roteiro para a descarbonização é um projeto do PRR a concluir em dezembro de 2025 e que tem como principais propósitos promover a descarbonização no setor do calçado, incentivar o envolvimento de todos os stakeholders e entidades no cumprimento das metas climáticas, capacitar e apoiar as empresas na sua estratégia de descarbonização. Para atingir estes objetivos, o Roteiro para a Descarbonização desenvolve um conjunto de ações como a disponibilização de uma plataforma online de cálculo de emissões de GEE (âmbito 1 + 2), podcasts, vídeos e ações de capacitação focados na eficiência energética e na descarbonização e, por fim, a apresentação e disseminação de um roadmap com o desenho do percurso que empresas devem seguir para melhorar a eficiência energética e atingir as metas de redução de emissões de GEE.

### **Que papel têm as tecnologias emergentes (como digitalização, rastreabilidade, biomateriais) na transformação sustentável da indústria?**

A utilização destas tecnologias é essencial na transformação sustentável da indústria. A digitalização integra já múltiplos processos utilizados na indústria de calçado, na área de corte automático, na robótica, na prototipagem e na gestão e controlo de processos. Em relação à rastreabilidade, o desafio é chegar a toda a cadeia de fornecedores de modo fiável sendo, igualmente, neste caso, essencial a digitalização para gerir de modo eficaz e eficiente (com menor custo possível) o volume de informação a abranger. Os biomateriais são materiais alternativos já utilizados que permitem reduzir a dependência de fontes fósseis e, potencialmente, a pegada ecológica dos produtos. São tecnologias e processos em construção e integração que podem criar processos e produtos mais sustentáveis e competitivos.

### **A circularidade é uma palavra-chave. Há já exemplos concretos de boas práticas no setor?**

Podemos abordar a circularidade como um ciclo de reaproveitamento e renovação de materiais, a durabilidade, a reciclagem e a redução do desperdício. Empresas produtoras de calçado e componentes têm vindo a desenvolver processos para integração de materiais reciclados nos seus produtos. No caso da produção de solas para calçado, as empresas têm efetuado investimentos significativos para conseguir maiores taxas de recuperação de materiais do próprio processo, minimizando desperdícios. Na indústria de marroquinaria, a Belcinto, por exemplo, aposta numa estratégia de durabilidade concedendo garantia vitalícia aos seus produtos.

A circularidade, entendida como um sistema onde os materiais e produtos sejam reutilizados e reciclados, é um processo que enfrenta desafios no design, materiais que compõem o produto e na logística reversa. Com este enquadramento é de salientar a marca Lemon Jelly com o projeto “Closing the loop”. Estratégias de circularidade implicam sempre ações concertadas entre cliente (marca/distribuidor) e a empresa industrial, existindo, neste âmbito, outros projetos em curso.

### **A sustentabilidade pode ser uma vantagem competitiva para o calçado português nos mercados internacionais?**

Sem dúvida. A sustentabilidade, como conceito que abrange o produto e o processo produtivo em termos ambientais, sociais e de governança, é uma oportunidade que deve ser potenciada pelas empresas da fileira por duas razões principais:

a) O calçado produzido em Portugal, pelo seu preço médio de exportação destina-se, cada vez mais, a mercados informados, conscientes, com maior poder de aquisição e, no caso do mercado europeu, com regulamentação tendencialmente exigente no que se refere a requisitos associados à sustentabilidade;

b) Para além da proximidade geográfica ao mercado europeu, as empresas da fileira possuem condições para desenvolver produtos com baixa pegada de carbono e com um processo produtivo transparente e ambiental e socialmente responsável.

Como conclusão, podemos dizer que a sustentabilidade é um “must”. Tendencialmente, apenas as empresas com estratégias de sustentabilidade consistentes e transparentes estarão em condições para ser competitivas e alcançar mercados de maior valor acrescentado.

BIOSH0ES4ALL

# Feira de Milão recebe NOVA GERAÇÃO DE PRODUTOS

Sapatos com casca de maçã ou de ananás? Já era! Há uma nova geração de produtos ainda mais inovadora pronta para chegar ao mercado. Desde azeitonas, borra de café, casca de arroz ou de ovos, passando por extratos de oliveira, pinheiro, mexilhões ou repiso de tomate, uma nova linha de produtos, recentemente ultimada no âmbito do projeto BioShoes4All, será apresentada ao mercado já na próxima edição da MICAM, a decorrer em Milão, de 7 a 9 de setembro.

O BioShoes4All, que envolve 70 parceiros — entre os quais 20 entidades de investigação e desenvolvimento e 50 empresas — e pressupõe um investimento de 62 milhões de euros, no âmbito do PRR, entra agora numa fase decisiva. “Envolvemos empresas representativas de toda a cadeia”, destaca Maria José Ferreira, “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”. De acordo com a coordenadora do projeto, “o BioShoes4All é o maior projeto de sempre da indústria portuguesa de calçado 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”. Maria José considera que “pelo modo como foi organizado, o projeto apresenta um potencial relevante de transformação do cluster do calçado português, com impacto internacional”. Para já, são várias as novas soluções desenvolvidas e que devem chegar ao mercado já em 2025, sendo apresentadas a potenciais clientes da indústria na maior e mais relevante feira internacional de calçado.

Maria José Ferreira assume que “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”. Tratam-se, no essencial, “de 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 casca 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”.

Adicionalmente, “os novos produtos de calçado e de marroquinaria apresentam uma maior durabilidade, menor pegada ambiental medida seguindo o método europeu PEF”, podendo ainda ser “reparáveis ou recicláveis/circulares”. Acresce que “os processos de produção são redesenhados, humanizados e ecoeficientes, minimizando-se os produtos químicos utilizados, a energia e os efluentes e resíduos de produção”.





## NO REAPROVEITAR É QUE ESTÁ O GANHO

Uma das áreas de maior intervenção no projeto BioShoes4All passa pela reciclagem. “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”, recorda Maria José Ferreira. “O mote é sermos inovadores, inclusivos, eficientes e potenciarmos o “desperdício zero”. Por esse motivo, a nova geração de couros, palmilhas ou solas será “até 100%” biológicos, reciclados ou recicláveis e com funcionalidades superiores, flexíveis, resistentes ao desgaste ou escorregamento, entre outros”.

Adicionalmente, estão em curso investimento em tecnologias de ponta para produzir biocouros, bioplásticos ou bioborrachas e bio componentes. “O projeto contribui para a implementação na Europa dos primeiros sistemas para produção de componentes e calçado em materiais termoplásticos expandidos e recicláveis”, concluiu.

# CALÇADO PORTUGUÊS REFORÇA PRESENÇA na maior feira de calçado do mundo



14

Quarenta e duas empresas de calçado estão de partida para Milão, onde irão integrar a 100ª edição da MICAM, a maior e a mais relevante feira internacional de calçado.

No espaço de um mês, mais de 80 empresas portuguesas integrarão vários eventos em Milão, numa iniciativa da APICCAPS em parceria com a AICEP, e com o apoio do programa Compete 2030.

“Num contexto internacional marcado pela grande incerteza, continuamos fortemente empenhados em regressar paulatinamente aos mercados internacionais”, destaca Luís Onofre. Para o Presidente da APICCAPS, “o cluster português de calçado e artigos de pele exporta mais de 90% da sua produção, pelo que a presença em eventos internacionais no exterior se afigura como particularmente relevante”.

Para a APICCAPS, após dois anos de forte contenção, “2025 é um ano de consolidação do calçado nos mercados externos”. “O primeiro semestre foi positivo e tudo estamos a fazer para manter este registo até ao final do ano”, concluiu.

A comitiva portuguesa na MICAM e MIPEL contará com a participação de 42 empresas, enquanto na Lineapelle, entre empresas de componentes para calçado e curtumes, a delegação nacional será assegurada por 33 empresas. Já na SIMAC, o certame de referência de tecnologia de ponta, Portugal estará representado por 5 empresas.



## CELEBRAR O CENTENÁRIO

A 100.<sup>a</sup> edição da MICAM celebrará meio século de história assente no saber-fazer, na inovação do Made in Italy e numa visão internacional, que transformaram esta feira num evento de calçado reconhecido mundialmente.

O evento tornou-se uma referência para as pequenas e médias empresas italianas, mas também para marcas internacionais. A primeira edição foi realizada em 1931, em Vigevano, berço do calçado italiano. No entanto, foi em 1974 que o evento deu um salto estratégico, quando a ANCI (Associação Nacional dos Industriais do Calçado Italianos) assumiu a sua organização, consolidando-o e expandindo-o nos anos seguintes.

A partir dos anos 2000, Milão tornou-se a sua sede permanente, abrindo caminho a uma estratégia cada vez mais voltada para a internacionalização.

Atualmente, 1.000 marcas de todo o mundo expõem na MICAM, um evento que acolhe visitantes e compradores de mais de 150 países, com diversas culturas.

A 100.<sup>a</sup> edição da MICAM, presidida por Giovanna Ceolini, será inaugurada pelo Ministro italiano Adolfo Urso, e assinalará o lançamento de um selo comemorativo da série “Excelência no sistema produtivo Made in Italy”.

Um vasto programa de eventos, seminários e a exposição especial “100 passos para o futuro” proporcionarão uma oportunidade de aprofundar o conhecimento sobre o setor, a história da feira, da moda e do calçado ao longo dos últimos 50 anos.

O ano de 2025 é, igualmente, um ano especial para a Assocalzaturifici, já que a associação - que representa 500 empresas italianas do setor e as promove a nível global - celebra o seu 80.<sup>o</sup> aniversário.

15

## CALÇADO DIVERSIFICA INVESTIMENTOS

O cluster do calçado e artigos de pele prossegue a sua estratégia de diversificação de investimentos. Depois de mais 70 empresas terem integrado, no último ano, o projeto Valorização da Oferta, num investimento total próximo dos 3 milhões euros, é previsível que um número semelhante de empresas invista, este ano, na promoção das marcas nos mercados internacionais, nomeadamente nos domínios de Assessorias de Comunicação e Publicidade, Adesão a Plataformas Online, Marketing Digital ou Produção de conteúdos fotográficos e multimédia. Prosseguem ainda os investimentos no Registo de Marcas e Modelos e em Websites e lojas online.

# SHOE 5.0 na **SIMAC 2025!**

Visite-nos e descubra como a cooperação europeia está a **transformar a formação profissional** no setor do calçado com **foco nas pessoas, na tecnologia e no planeta** — rumo à **Indústria 5.0**

O projeto Erasmus+ SHOE 5.0 estará presente com stand próprio, na seguinte localização:

**Hall 10**  
**Stand K15**

**SIMAC Tanning Tech**  
23–25 Setembro.2025.Milão



**Curso online já disponível**

**15 unidades de formação**  
Relacionadas com a Indústria 5.0 aplicadas ao setor do calçado.

[shoe50.eu/course](https://shoe50.eu/course)

## CONSUMIDORES MUDARAM HÁBITOS DE COMPRA: 9 em cada 10 procuram soluções mais sustentáveis

Um inquérito conduzido pela APICCAPS, em parceria com a Universidade Católica Portuguesa, junto de 1.531 consumidores de mais de 50 países, revela uma mudança profunda nos padrões de consumo: 90,9% afirmam ter adotado hábitos mais sustentáveis nos últimos cinco anos, enquanto apenas 9,1% resistem a esta tendência global.

Os resultados demonstram que a sustentabilidade deixou de ser um nicho para se afirmar como critério dominante nas escolhas de consumo. A consciência ambiental é hoje um fator decisivo para a esmagadora maioria dos clientes, com impacto direto no setor da moda e do calçado.

Questionados sobre as suas prioridades, quase metade (48,1%) dos consumidores destacou a procura de calçado mais sustentável como principal preocupação. Seguem-se a redução do consumo (26,6%), a reparação de calçado (15,5%) e a doação de sapatos (9,8%), o que confirma uma mudança cultural em torno do valor, da longevidade e da circularidade dos produtos.

Para Luís Onofre, presidente da APICCAPS, “todos temos consciência de que há ainda um longo caminho a percorrer, marcado pelo consumo desenfreado de produtos de baixo valor e pela excessiva concentração da produção na Ásia, responsável por 88% da produção mundial”. Ainda assim, sublinha que estes “são resultados encorajadores, uma vez que os consumidores estão cada vez mais sensibilizados para as questões ambientais”.

O responsável acrescenta: “Portugal está no bom caminho. Temos um setor dinâmico, inovador e cada vez mais comprometido com a sustentabilidade. No último Plano Estratégico assumimos como prioridade tornar-nos uma referência internacional no desenvolvimento de soluções sustentáveis. Por isso, temos em curso o maior investimento de sempre nos domínios da automação, da robótica e, precisamente, da sustentabilidade”.

De acordo com Luís Onofre, “esta evolução demonstra que investir em soluções mais responsáveis não é apenas uma tendência, mas uma exigência incontornável do mercado internacional. A sustentabilidade será, cada vez mais, sinónimo de competitividade”. O inquérito foi desenvolvido no âmbito do projeto BioShoes4All, apoiado pelo PRR, e representa a maior iniciativa coletiva de inovação de sempre no setor do calçado português. O programa mobiliza empresas, centros tecnológicos e parceiros académicos com o objetivo de desenvolver novos materiais, processos e modelos de negócio que reforcem a liderança de Portugal no calçado sustentável.



Para Maria José Ferreira, diretora do Centro Tecnológico do Calçado de Portugal (CTCP), “o BioShoes4All é um projeto absolutamente transformador, porque atua em toda a cadeia de valor, desde o desenvolvimento de novos materiais de base biológica até à criação de processos de produção mais limpos e eficientes”.

Segundo a responsável, “o mérito do projeto está na sua dimensão colaborativa, uma vez que associa empresas, centros de investigação e universidades em torno de um objetivo comum: tornar Portugal uma referência mundial no calçado sustentável. Esta rede de cooperação permite acelerar a inovação e transferir conhecimento diretamente para a indústria”.

Maria José Ferreira destaca ainda que “o BioShoes4All está a lançar as bases para o desenvolvimento de uma verdadeira nova geração de produtos, combinando design, tecnologia e sustentabilidade. Trata-se de um investimento que não só responde às exigências ambientais, mas que também reforça a competitividade internacional da indústria portuguesa de calçado”.

17

## 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;



# MINDCAD

Solução de Design 3D para a Indústria do Calçado  
Da ideia à produção, tudo num único ambiente digital.

mind  
:: technology



Take the next step!  
**DESIGN IT. RENDER IT.**

## Transforme o seu processo de design com MindCAD

Menos protótipos, decisões mais rápidas

Os protótipos digitais reproduzem fielmente os produtos físicos, permitindo fluxos de trabalho mais eficientes na amostragem e na preparação para produção.

**Mind ShoeDesign**  
Esboço 3D e design conceptual.

**MindCAD Last**  
Importação, edição e criação de formas de modelos em 3D.

**MindCAD 3D**  
Representação fotorrealista de modelos 3D.

**MindCAD 3D Viewer**  
Edição e revisão de amostras virtuais.

**MindCAD Variant Builder**  
Criação de amostras 3D em diferentes variações e combinações de cores.

**MindCAD 2D**  
Desenho, engenharia e escalamento de moldes 2D.

**MindCAD Part Scan**  
Digitalizador de peças automático com deteção de características.



*Experimente grátis!*

*Descubra como acelerar a sua criatividade e reduzir custos com design digital inteligente.*

# Grupo Kyaia adquire ASPORTUGUESAS

A Amorim Cork Ventures, incubadora da Corticeira Amorim, em conjunto com o sócio fundador Pedro Abrantes, anunciaram a venda da participação na empresa Ecochic Portuguesas, dona da marca AsPortuguesas, de calçado, ao Grupo Kyaia, que detém a Fly London e Softinos no seu portfólio.

Num comunicado, divulgado, e no qual não é revelado o valor do negócio, lê-se que após esta venda, a Kyaia passa a deter 100% do capital da empresa.

Criada em 2015, a Ecochic Portuguesas nasceu da visão de Pedro Abrantes que, com o apoio da Amorim Cork Ventures, lançou no mercado a marca As Portuguesas”, indicam, apontando que esta se afirmou “como um símbolo da identidade portuguesa contemporânea, tendo a sola com cortiça como elemento diferenciador.

Em 2017, o Grupo Kyaia entrou na estrutura societária, o que “representou um novo impulso no processo de internacionalização da marca”, segundo o comunicado, tendo contribuído “de forma decisiva para a sua expansão”, com As Portuguesas a alcançar “mais de 60 mercados internacionais ao longo da última década”.

Assim, “ao fim de 10 anos de crescimento sustentado, e face à maturidade do projeto, a Amorim Cork Ventures e Pedro Abrantes consideraram estar reunidas as condições para encerrar o seu ciclo de participação, permitindo ao Grupo Kyaia liderar, de forma exclusiva, a próxima fase de desenvolvimento da marca”, indicaram.

“Foi um bom negócio, mas acima de tudo sinto orgulho por ver um projeto que nasceu na garagem da minha mãe ser reconhecido e valorizado,” afirmou Pedro Abrantes, citado na mesma nota.

Fortunato Frederico, presidente e fundador da Kyaia, destacou, por sua vez, que a empresa “está determinada a acelerar a presença global” da marca e “a reforçar o seu posicionamento como uma referência no calçado ecológico, tendo a sola com cortiça como elemento diferenciador”.



19

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

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



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



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



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



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

### SEDE

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

### FELGUEIRAS

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

### BENEDITA

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

# PORTUGUESE FOOTWEAR CLUSTER

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

PORTU  
GUESE  
SHOES  

---

APICCAPS

# Anatomia

## DE UMA INDÚSTRIA

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

### BOLFLEX

A Bolflex foi criada em 1991 e tem-se comprometido, ao longo dos anos, em criar relações de parceria, longas e duradouras. A empresa é especializada na produção e transformação de componentes para o calçado, maioritariamente produzindo solas em borracha.

“Crescemos com as mudanças, desafios e compromissos colocados pelos nossos parceiros, mas também evoluímos devido à vontade e determinação constante de inovar e estar um passo a frente dos demais. Sendo assim, é com alguma naturalidade que conseguimos estar hoje numa posição de destaque no segmento em que nos inserimos, sendo a Bolflex uma empresa de referência a nível europeu”.

Do Grupo Bolflex constam a Bolflex, casa mãe e responsável pela elaboração de produtos e componentes para a indústria do calçado, a Rubberlink, empresa do sector ambiental especializada em reciclagem e a marca de moda My Cute Pooch.

[HTTPS://BOLFLEX.PT/](https://bolflex.pt/)



### COMBOCAL

A Combocal é uma empresa de componentes para calçado, fundada em 1985 e sediada em Felgueiras.

Especializada em solas de borracha vulcanizada para o segmento de moda, assim como solas técnicas para calçado de segurança, assegura uma capacidade diária média de 6000 pares de solas em borracha vulcanizada (Borracha natural, SBR, NBR, etc.), em monocolor/bicolor por injeção/compressão.

Nos últimos anos, a empresa tem apostado no desenvolvimento de biomateriais, de forma a contribuir para a redução da pegada ecológica, tais como fibra de bananeira, borras e cascas de café, cascas de café, entre outros.

[HTTP://WWW.COMBOCAL.COM](http://www.combocal.com)



### JP SUPER SOLES

A JP Super Soles é uma empresa de produção de componentes para calçado com uma capacidade produtiva de 3 milhões de solas por ano. Com uma equipa constituída por mais de 150 profissionais altamente qualificados e especializados, a organização é capaz de produzir produtos de alta qualidade em várias técnicas e materiais, como TR, PVC, TPU, PU, SBR e EVA.

A empresa valoriza a satisfação do cliente e procura oferecer um serviço personalizado e focado no produto. Estabelece parcerias duradouras e colaborativas com os clientes para um futuro de sucesso. Concentra-se no desenvolvimento de metodologias eficientes para integrar as necessidades do cliente e fornecer soluções flexíveis e diferenciadoras.

Mais recentemente, a empresa lançou a marca Working Safe, que se dedica à produção e desenvolvimento de calçado profissional, mais concretamente socas hospitalares.

[HTTPS://JPSUPERSOLES.COM/](https://jpsupersoles.com/)



□  
LUSOCAL®  
□□



THE BEST COMPONENTS YOU WILL NEVER SEE

LUSOCAL.COM

# Geração 5.0:

## CARLOS TEIXEIRA, JOSELI

CARLOS TEIXEIRA É LICENCIADO EM DESIGN GRÁFICO, MAS O NEGÓCIO FAMILIAR FALOU MAIS ALTO NA HORA DE ESCOLHER O CAMINHO. É A SEGUNDA GERAÇÃO A ASSEGURAR O FUTURO DA EMPRESA JOSELI.



23

### Trabalhar na indústria de calçado foi uma escolha natural?

Sim, foi algo que me foi inculcado desde cedo. Os meus pais têm uma empresa de calçado, por isso cresci rodeado por esta realidade. Mesmo tendo interesse por outras áreas, como o Design Gráfico, onde me formei, sempre soube que, de uma forma ou de outra, acabaria por integrar o negócio da família. Foi uma transição natural.

A minha formação académica é em Design Gráfico, uma área pela qual sempre tive um grande interesse desde muito novo. Com o tempo, senti a necessidade de complementar essa base criativa com conhecimentos mais técnicos e específicos, e, por isso, frequentei um curso de modelação de calçado. Além disso, também fiz formação em línguas, algo que considero essencial para comunicar eficazmente no contexto internacional em que o setor do calçado opera.

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

Neste momento, o foco principal do projeto está direcionado para o mercado internacional. Apesar de termos as nossas marcas próprias, acredito que para trabalhar marcas próprias de forma consistente é necessário ter uma estrutura dedicada, com equipas focadas em áreas como desenvolvimento, marketing e comunicação o que, neste momento, não é o nosso objetivo, nem o nosso modelo de operação.

Acreditamos que o maior potencial está em colaborar com marcas internacionais, que já têm projetos incríveis e bem posicionados no mercado, e onde a nossa empresa pode realmente fazer a diferença. A nossa mais-valia está na capacidade de oferecer soluções de produção de qualidade, flexibilidade e um acompanhamento muito próximo do cliente, garantindo que conseguimos responder com precisão às exigências criativas e técnicas de cada projeto.

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

Sem dúvida o maior desafio foi a vertente comercial. Foi uma área para a qual não tive qualquer formação ou preparação prévia, e há alguns anos tive de aprender tudo por minha iniciativa.

Os meus pais sempre trabalharam com agentes e, de um momento para o outro, eu fiquei encarregue desta área sem qualquer preparação...a pressão foi alta.

Na altura, não existiam as ferramentas digitais que hoje facilitam imenso esse processo. Descobrir como abordar um cliente, como estabelecer um primeiro contacto e como apresentar um projeto de forma eficaz foi um percurso desafiante. Foi necessário muito esforço, tentativa e erro.

Felizmente, atualmente, com o acesso a plataformas especializadas e ferramentas como o LinkedIn ou bases de dados segmentadas, é possível obter rapidamente informações detalhadas sobre as empresas e os contactos certos — como, por exemplo, o responsável pelo departamento de desenvolvimento de calçado, o que torna esta parte do trabalho mais acessível e estratégica.

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

O principal conselho que daria é: rodeiem-se de pessoas com experiência na indústria. Muito do conhecimento que adquiri ao longo do tempo não veio apenas de livros ou formações, mas sim de conversas informais com profissionais que estão no setor há muitos anos. Essas partilhas foram fundamentais para me ajudar a ver as coisas de diferentes perspetivas e, acima de tudo, a evoluir. A indústria do calçado é exigente, mas é também muito rica em conhecimento partilhado, é essencial estar atento, perguntar e aprender com quem já percorreu esse caminho.

# 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

# Follow ME

Todos os dias, cruzamo-nos com histórias, espaços, lugares e pessoas que nos marcam. Uns parecem-nos familiares, outros despertam memórias ou chegam mesmo a emocionar-nos. As razões são inúmeras — algumas nem sequer conseguimos explicar. À medida que caminhamos, percebemos que milhares de pessoas trabalham diariamente em projetos que, apesar dos diferentes objetivos, têm algo em comum: promover Portugal.

## Sapataria do Carmo @sapatariadocarmo

Localizada no coração de Lisboa, a Sapataria do Carmo foi fundada em 1904 e é uma das lojas mais antigas e icónicas da capital. No início do século, foi o bairro do Carmo que inspirou o nome do projeto. O objetivo era claro: oferecer calçado português de elevada qualidade, feito à mão por mestres sapateiros.

O responsável foi Paulo da Cruz, “que transformou esta pequena loja num ícone no coração de Lisboa”, e a sua família deu continuidade ao projeto durante três décadas. Em 2012, quatro empreendedores da mesma família descobriram a loja e acabaram por abraçar esta casa — tudo começou com um bilhete. “Estamos interessados”, escreveram no papel que deixaram debaixo da porta da Sapataria do Carmo, já então a dar sinais de abandono, lê-se no site.

Poucos dias depois, fecharam o negócio. 121 anos mais tarde, a Sapataria do Carmo mantém-se fiel ao seu propósito: “destacar o melhor do calçado português, produzido com o saber-fazer dos artesãos portugueses que o fabricam no Norte do país”.



## LOT @thefeetingroom

Na Rua de José Falcão, 144, encontramos a Labels of Tomorrow (LOT). Este novo espaço, inaugurado no centro do Porto em junho de 2022 sob a marca The Feeting Room, promete criatividade e bom gosto. As marcas do futuro assumem o protagonismo.

“O LOT é um espaço que procura proporcionar uma experiência de compra excepcional”, afirmam os fundadores do projeto. A tradição e a modernidade cruzam-se neste espaço. A traça original do edifício histórico foi preservada, e os restantes 800 m<sup>2</sup>, distribuídos por dois pisos, apelam aos sentidos pela modernidade e design. Há áreas de retalho, um restaurante com esplanada e uma galeria de arte com acesso a um jardim perfeito para as tardes de verão.

A-Line, Algori e Cinco Store são algumas das marcas portuguesas que aqui se encontram, mas não só. O LOT reúne também outras marcas internacionais com potencial de crescimento.



## CRU @cru\_loja

A CRU destaca-se na Rua do Rosário, no Porto. É uma loja onde também se pode saborear um café de outro mundo e faz parte integrante do CRU Creative Hub, criado em 2012.

O espaço apresenta produtos de moda, joalheria, decoração, plantas e ilustração, entre outras. “Na nossa seleção, privilegiamos a elevada qualidade, a coerência e a originalidade no panorama do design português, bem como o compromisso da marca com a sustentabilidade e o comércio justo. Amamos e respeitamos as histórias por detrás dos produtos, das marcas e dos criadores, por isso o nosso objetivo é inspirar os clientes com todas as coisas belas e criativas feitas em Portugal”, lê-se no site da loja.



# A Parceria Ideal Para o Seu Negócio

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

## **SIGA - Sistema Integrado de Gestão e Administração** ®

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

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

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



**expandindústria**

O SABER AO SERVIÇO DA INICIATIVA

### **EBS - Executive Balanced Scorecard** ®

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

### **ESBI - Expandindústria Standard Business Intelligence** ®

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

### **GIIM - Gestão Integrada de Informação em Multimédia** ®

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

### Outras Soluções de Negócio:

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

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

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

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



## Nota de homenagem a **FERNANDO LIMA**



27

A APICCAPS manifesta o seu profundo pesar pelo falecimento de Fernando Lima, uma das figuras mais marcantes da fileira do calçado português nas últimas décadas.

Empresário de exceção e líder associativo incansável, Fernando Lima dedicou a sua vida ao desenvolvimento da indústria, sempre com uma visão clara, espírito colaborativo e um compromisso inabalável com o futuro do setor.

Enquanto responsável máximo da empresa Joia, com sede em Felgueiras, contribuiu decisivamente para afirmar o calçado português nos mercados internacionais.

Visionário, inovador e determinado, transformou uma empresa familiar num caso de sucesso, reconhecido tanto pela qualidade dos produtos como pela ética empresarial. O seu exemplo inspira as novas gerações de empreendedores.

Mas Fernando Lima foi mais do que um empresário. O seu contributo no plano associativo é notável. Foi vice-presidente da APICCAPS durante vários mandatos, deixando uma marca profunda na cultura de cooperação que hoje caracteriza o setor. Em momentos decisivos, teve sempre a capacidade de unir, propor e construir, colocando os interesses da indústria acima dos seus próprios.

Homem de valores firmes e convicções claras, soube sempre manter um diálogo franco e construtivo com todos os interlocutores. A sua ausência deixa um vazio imenso, mas também uma herança de trabalho, dedicação e amor à causa comum.

A APICCAPS presta homenagem a Fernando Lima com profundo respeito, admiração e gratidão. À família, amigos e colaboradores, endereçamos as mais sentidas condolências. O seu nome permanecerá como referência maior da nossa história coletiva.



# CATÓLICA

## CATÓLICA PORTO BUSINESS SCHOOL

PORTO

## 1, 2, 3... ASSIM SE COMEÇA A CONTAR

Aqui contamos números e histórias reais. De percursos, de líderes, de sucessos: a Católica Porto Business School faz parte de um grupo mundial de apenas 1% de business schools que acumulam a tripla acreditação **EQUIS, AMBA e AACSB**. Somos 1 de 4 faculdades em Portugal e a única no Porto. E isto é reconhecimento internacional da qualidade do nosso ensino, investigação e programas.

Fale connosco e saiba o que podemos fazer para criar equipas e líderes de sucesso.

EMPOWER YOUR  
FUTURE

SAIBA MAIS



catolicabs.porto.ucp.pt

