

DIGITAL

Transição Digital na
Fileira da Moda

ENTREVISTA

Ministro do Ambiente e da Ação
Climática na primeira pessoa

FEIRAS

Calçado português na
maior feira de calçado do mundo

GERAÇÃO 4.0

Conheça as fundadoras da
Noogmi

A sociedade atual enfrenta um dos maiores desafios do seu tempo, por via de um confinamento imposto por uma pandemia de escala internacional e com impactos ainda difíceis de prever. Todos os sinais apontam, agora, para uma recuperação lenta. O Fundo Monetário Internacional (FMI) atualizou suas previsões para a economia mundial, projetando agora uma recessão mais profunda em 2020 (quebra de 4,9%) e uma recuperação mais lenta para o próximo ano.

O momento atual impõe novas respostas e novas metodologias de trabalho. Em curso está uma verdadeira transição digital que importa ser potenciada pelas empresas a vários níveis da sua atividade. O que está a ser feito pelos diferentes setores para contrariar os efeitos da pandemia?

Esse foi o ponto de partida para a conferência que as três associações da fileira da moda, APICCAPS, AORP (Associação de Ourivesaria e Relojoaria de Portugal) e ANIVEC (Associação Nacional das Indústrias de Vestuário e Confecção) promoveram na Real Companhia Velha, em Vila Nova De Gaia e que contou com a presença do Secretário de Estado da Transição Digital.

Em representação do Governo, André de Aragão Azevedo garantiu estar “muito orgulhoso por três setores estarem articulados a pensar sobre o futuro da indústria, com uma capacidade de pensar à frente do seu tempo”. O responsável pela pasta da Transição Digital acredita que os setores apresentam já uma estratégia “de A a Z”, com uma maturidade difícil de encontrar noutros setores portugueses.

André de Aragão Azevedo acredita que em Portugal estão reunidas as condições para o sucesso. “Estamos à frente do nosso tempo e temos capacidade de liderar. Precisamos apenas de energia e de um plano certo”.

O diretor-geral da APICCAPS, João Maia, apresentou a estratégia do setor em matéria de transição digital, bem como as atividades que o setor tem desenvolvido no passado recente. Destaque para o lançamento do portal Portuguese Shoes e para os incentivos às empresas em matéria de valorização de oferta e transição digital.

Em paralelo, também as Associações de Vestuário e de Ourivesaria tem procurado implementar projetos nestas áreas. Marlene Oliveira, do CENIT, partilhou os projetos de apoio às empresas de vestuário “em 2020 apoiamos as empresas nacionais



em investidas internacionais, em ações de promoção coletiva, comunicação e intelligence”.

no entanto, tudo mudou com o avançar da pandemia. “As feiras tradicionais foram substituídas por novas formas de fazer negócio. Atualmente, o CENIT tem em curso o projeto 100% ModaPortugal que tem como objetivo apoiar a presença das empresas da fileira do vestuário em marketplaces digitais, criação de lojas online e campanhas de marketing digital”.

Além disso, e já a pensar em 2021, o CENIT vai apoiar as empresas através do projeto Transição Digital das PME’s que prevê, entre outras medidas, um inquérito dirigido às PME’s com grande maturidade digital, a formatação de um novo projeto conjunto e uma ação com a empresa Platforme.

Fátima Santos, da AORP, falou da dinâmica construtiva do futuro do setor da joalharia, um setor tradicional que se tem vindo a reinventar ao longo dos anos. Para a diretora-geral da AORP, o universo digital é um “admirável mundo novo para as joias portuguesas”. Só nos últimos três anos, o registo de marcas com licença para comércio online aumentou exponencialmente. Além disso, num universo de 4.000 empresas, esta fatia já representa mais de 15%.

No entanto, a responsável da AORP garante que este será um caminho de desafios para as empresas do setor, principalmente devido à legislação que é aplicada no e-commerce de joalharia em Portugal.

Para o futuro, o setor tem preparada a iniciativa Portuguese Jewerelly – Shaped with Love, uma montra digital “representativa da energia e diversidade criativa do setor”.

Gonçalo Cruz, da Platforme, (empresa participada por José Neves da Farfetch e Paula Amorim do Grupo Amorim), destacou as ações que está a desenvolver

para a fileira da moda (vestuário e calçado), nomeadamente em matéria de desenvolvimento digital e personalização dos produtos. “Somos especialistas em representar digitalmente um produto. No fundo, captamos a identidade visual e física dos materiais, bem como a sua construção para depois conjugar as duas vertentes e conseguir exportar um produto final, que não existe fisicamente, apenas em 3D”.

“Estamos na 4ª Revolução Industrial, e as empresas precisam de perceber isso. Dizer que uma empresa tem site é o mesmo que dizer que a empresa tem luz. A digitalização está aqui e é muito diferente da presença digital”. Para o responsável da Platforme, Portugal tem reunidas as condições para ser pioneiro ao nível tecnológico.

Na mesma linha de pensamento, Luís Russo apresentou a estratégia digital da Overcube, um projeto que nasceu em 2018 no seio do grupo Kyaia com o objetivo de potenciar a presença digital das marcas que representa. Estão reunidas cerca de 60 marcas que chegam diariamente a 30 países com mais de 6 milhões de visitas nos últimos dois anos. Com o lançamento da Overcube Digital, o projeto lançou uma série de serviços às empresas de calçado, com o objetivo de lhes passar o know how que a equipa já possui.

Ricardo Figueiredo apresentou a Ímpetus, uma das marcas de referência na indústria de vestuário. A transformação digital da empresa desenvolve-se em três áreas essenciais: comercial – através de loja online e presença em Marketplace –, desenvolvimento de produto – através de software de desenvolvimento e modelação 3D – e produção – através da automatização de processos e software de produção e planeamento.

Para o responsável da Ímpetus “Portugal deve apostar na digitalização dos setores. Isso vai trazer pessoas mais qualificadas aos setores dito tradicionais, com maior eficiência e com maior valor acrescentado”.

“UMA EMPRESA QUE NÃO ADOTE BOAS PRÁTICAS AMBIENTAIS ESTÁ CONDENADA AO INSUCESSO”

Numa altura em que as questões da sustentabilidade estão na ordem do dia, o ministro do Ambiente e da Ação Climática, João Pedro Matos Fernandes, considera que o setor do calçado está no caminho certo, devendo continuar “a dar enfoque à criação de produtos ambientalmente sustentáveis”. O governante defende, ainda, que a redução dos impactos ambientais deverá passar por toda a cadeia de valor e acredita que só empresas preocupadas com as questões da sustentabilidade irão acolher receptividade nos consumidores cada vez mais informados e acesso a financiamento.

Por Isabel Pinto

Há alguns anos, começaram a aparecer no mercado diversas ofertas sustentáveis ao nível do calçado, através de utilização de materiais inovadores, amigos do ambiente. Que análise é que faz do setor, nesta matéria?

Em Portugal, o cluster do calçado foi sempre um setor chave da economia nacional e, portanto, sujeito às dificuldades provocadas pelas crises económicas. Apesar disso, no que diz respeito à sustentabilidade, acredito que a evolução da indústria do calçado tem de continuar, de forma a manter-se o reconhecimento internacional deste importante sector nacional. Atualmente, a moda sustentável começou a conquistar cada vez mais adeptos, pelo que a indústria portuguesa do calçado deve continuar a dar enfoque à criação de produtos ambientalmente sustentáveis. Esta aposta tem de ser contínua, com novos e revolucionários modos de produção e materiais inovadores, uma vez que o nível de competitividade é constante e a sociedade está, cada vez mais, exigente e desperta para as questões ambientais. À semelhança de outros setores, o modelo de negócio do calçado deve continuar a evoluir no sentido de produtos ambientalmente sustentáveis, para o uso eficiente de recursos, apostando na circularidade e digitalização, contribuindo assim para a neutralidade carbónica e para o combate às alterações climáticas. Por outro lado, o caminho a seguir deve determinar o

afastamento das matérias-primas de origem fóssil, como o plástico, e a sua substituição por matérias-primas de base biológica e sustentável. A diversidade de oferta destes materiais é cada vez mais ampla e o seu potencial cada vez mais estudado. Vemos com elevada expectativa que o setor do calçado alargue as opções dos seus materiais-base a opções mais sustentáveis, esperando-se que Portugal, enquanto líder do setor, impulse as restantes indústrias internacionais. Aliás, um dos setores que está atualmente a ser aprofundado no âmbito do Plano de Ação da Bioeconomia Sustentável diz respeito exatamente ao calçado, esperando-se que exista um compromisso do setor na integração de matérias-primas de base biológica nos processos produtivos e um aumento da circularidade dos materiais.

O couro continua a ser uma das matérias-primas tradicionais e diferenciadora do calçado português. A garantia de “origem responsável” é capaz de convencer os consumidores e o ambiente?

Para maior sustentabilidade ambiental e valorização deste material por parte do consumidor, o setor deve evoluir para a obtenção e utilização de bioprodutos químicos e adotar novas tecnologias de transformação da pele em couro que valorizem subprodutos de outras indústrias,

nomeadamente da indústria agroalimentar (como os resíduos da produção do azeite) e do papel (como o licor negro, proveniente da produção da pasta do papel). A substituição de agentes químicos tradicionais, utilizados na transformação da pele animal, por agentes químicos de base biológica poderá também beneficiar o ciclo de vida do produto, trazendo outra perspetiva à utilização do material. Por outro lado, deve ser dada primazia à utilização de peles de animais criados em condições que promovem a saúde e bem-estar animal. Todas as iniciativas de boas práticas, a garantia de saúde e bem-estar animal e a sustentabilidade da cadeia de fornecimento de peles, são fundamentais para convencer os consumidores. Importa também desenvolver a digitalização do setor do calçado e promover a rastreabilidade dos materiais, conduzindo à transparência desta indústria para que o consumidor reconheça o valor acrescentado dos produtos.

A APICCAPS tem um Plano de Ação do Cluster do Calçado para a Sustentabilidade. Comparativamente com outros países, a indústria portuguesa do setor tem sido líder no desenvolvimento de soluções sustentáveis? Sem dúvida que o Plano de Ação do Cluster do Calçado para a Sustentabilidade, assente em três pilares cruciais – empresas, planeta e pessoas –, é determinante para a



“TODAS AS CADEIAS DE VALOR INDUSTRIAIS TERÃO DE SE ESFORÇAR PARA REDUZIR A SUA PRÓPRIA PEGADA DE CARBONO, MAS TAMBÉM DOS MATERIAIS, APERFEIÇOANDO OS PROCESSOS DE PRODUÇÃO, ATRAVÉS DE NOVAS PERSPETIVAS NA CONCEÇÃO DO PRODUTO E DE SOLUÇÕES DE TECNOLOGIAS LIMPAS”



mobilização destas empresas em relação a este tema. Atualmente, já conhecemos bons exemplos no desenvolvimento de soluções sustentáveis - a Zouri, que utiliza plástico recolhido nas praias no fabrico de calçado, ou a Berg que produz sapatilhas utilizando cortiça e burel. No portal eco.nomia.pt existem outros casos de sucesso que integram na sua génese vários dos princípios da economia circular e da bioeconomia, nomeadamente, design e eco-conceção, extensão do ciclo de vida: reutilização, remanufatura, acondicionamento e valorização de subprodutos e resíduos de outras indústrias. Esta mudança nas empresas vai ao encontro do Pacto Ecológico Europeu, a nova estratégia de crescimento da Europa, cujo compromisso é o de tornar-se no primeiro continente do mundo com impacto neutro no clima até 2050. Neste documento assume-se a nova estratégia industrial para a Europa: “A dupla transição, ecológica e digital, afetará todos os setores da nossa economia, sociedade e indústria”. Uma nova abordagem é apontada, com enfoque nos ecossistemas industriais, tendo em conta todos os intervenientes das cadeias de valor, indo ao encontro dos princípios da economia circular. O objetivo é dinamizar a competitividade sustentável a nível da União e tirar partido da sua localização, relocalizando as indústrias. É neste contexto que todas as cadeias de

valor industriais terão de se esforçar para reduzir a sua própria pegada de carbono, mas também dos materiais, aperfeiçoando os processos de produção, através de novas perspetivas na conceção do produto e de soluções de tecnologias limpas. A redução dos impactos ambientais tem de ser vista num largo espectro, abrangendo toda a cadeia de valor.

A economia circular é uma realidade a que os países não podem fugir, se quiserem cumprir as metas de redução de emissões e resíduos no combate às alterações climáticas. Qual é a margem de evolução na indústria do calçado nesta área?

A transição para uma economia circular é uma realidade a que nenhum país pode fugir, não apenas para cumprimento de metas de redução de emissões e resíduos no combate às alterações climáticas, mas também para garantir a sobrevivência das empresas. Existe margem de evolução na indústria do calçado, quer nos materiais a utilizar, em particular usando o design para maior eficiência material, seja nos próprios processos produtivos e modelos de negócio associados ao produto. O Plano de Ação para a Economia Circular para Portugal (PAEC) compreende um conjunto de orientações com vista a que os recursos (materiais, componentes, produtos, serviços) sejam geridos de

modo a preservar o seu valor e utilidade pelo maior período de tempo possível, aumentando a produtividade dos recursos, preservando-se o capital natural, o capital financeiro das empresas e sociedade civil. No âmbito do PAEC, foram identificados alguns setores chave para a aceleração da economia circular, tendo em consideração a intensidade no consumo de materiais, o cariz exportador e o impacto no consumidor. Foi com base naqueles critérios que o PAEC avançou com a necessidade de se construir uma agenda para o têxtil-calçado. Naturalmente que as indústrias do Calçado, Componentes, Artigos de Pele e seus Sucedâneos terão muito a ganhar com o estabelecimento de uma agenda para o setor que defina os objetivos e as atividades a desenvolver, bem como as entidades a envolver. Trabalhar a eficiência material ao longo da cadeia de valor será sempre um objetivo central na perspetiva do ambiente, mas também na perspetiva económica, já que a tendência das últimas décadas tem sido para o aumento dos preços das matérias-primas, num contexto de escassez de recursos. O potencial das simbioses industriais deverá ser explorado e a conceção ecológica dos produtos tenderá a ser uma exigência quer na perspetiva da produção, quer na do consumidor que valoriza o prolongamento da vida dos bens e a sua reparabilidade.

“A INDÚSTRIA TEM UM PAPEL FUNDAMENTAL NO QUE CONCERNE À SUBSTITUIÇÃO DE MATÉRIAS-PRIMAS PRIMÁRIAS POR SECUNDÁRIAS. PODE COMEÇAR A ATUAR AO NÍVEL DA PREVENÇÃO, ATRAVÉS DO DESENVOLVIMENTO DE PROCESSOS PRODUTIVOS COM O MÍNIMO DE DESPERDÍCIO”



Temos metas a cumprir até 2022 na área da reciclagem. Normalmente, pensamos no consumidor final, de que forma é que a indústria de calçado pode dar um exemplo nesta matéria?

É verdade que Portugal tem metas a cumprir na área da preparação para reutilização e reciclagem. No entanto, saliento que essas metas são para os resíduos urbanos e o ano de cumprimento é 2020. Importa ter presente que a nova diretiva dos resíduos, inserida no pacote de economia circular, prevê a possibilidade de a Comissão ponderar, até 31 de dezembro de 2024, vir a estabelecer metas de preparação para a reutilização e reciclagem para os resíduos industriais. A indústria tem um papel fundamental no que concerne à substituição de matérias-primas primárias por secundárias. Pode começar a atuar ao nível da prevenção, através do desenvolvimento de processos produtivos com o mínimo de desperdício. Pode também criar simbioses com outras indústrias para utilização de resíduos e subprodutos que noutra contexto teriam como destino a eliminação e que, assim, poderão ser reaproveitadas. Julga-se que a indústria poderá também desempenhar um papel fundamental nos resíduos pós-consumo (resultantes do consumidor final), desenvolvendo tecnologia que permita a reciclagem dos produtos no seu fim de vida, seja para reutilização através de parcerias de cariz social (por exemplo, calçado que com pequenas reparações poderá ser reutilizado), seja por reciclagem efetiva, em que os materiais integrantes do calçado poderão entrar no processo produtivo de um novo produto.

Sendo um setor composto, maioritariamente, por pequenas e médias empresas, a componente ambiental nestas empresas deve ser vista como uma dificuldade de investimento na área ou como uma oportunidade de gerar valor?

A componente ambiental deve ser vista como uma oportunidade para as empresas, enquanto aspeto diferenciador e principal ativo junto dos consumidores, cada vez mais informados e exigentes em relação à sustentabilidade do planeta. Acresce, ainda, o facto de a longevidade das empresas poder estar dependente do seu investimento ao nível ambiental, seja pela escolha e quantidade das matérias-primas, por processos mais eficientes e menos poluentes, seja pelo acesso ao financiamento, cujas condições começam a impor garantias de desempenho ambiental às empresas. A necessidade de mobilizar recursos para investimentos que promovam a melhoria da qualidade do ambiente é hoje reconhecida na União Europeia e é uma prioridade. Não há como não reconhecer que os investimentos das empresas que melhorem o seu desempenho ambiental são uma oportunidade de gerar valor: permitirão maior eficiência no consumo de recursos, reduzindo a sua pegada ecológica e potenciam o desenvolvimento de novos produtos e a diversificação da oferta. O reforço da capacitação para a transição para a Economia Circular e para a Bioeconomia Sustentável, aplicada a este setor, é da maior importância, quer através da formação de gestores e colaboradores, quer através do recurso a serviços especializados em matéria de sustentabilidade.

De que forma é que o Governo pode incentivar as empresas do setor do calçado a fazer essa aposta na sustentabilidade?

O Governo pode e pretende incentivar essa aposta e esse caminho, utilizando diferentes instrumentos. Um deles: o financiamento de apoio à reorientação das cadeias logísticas e de abastecimento, com vista a melhorar a eficiência material e a independência do exterior, promovendo o diagnóstico da eficiência material e das cadeias de fornecimento e identificar as simbioses industriais possíveis, promovendo a sua

concretização. A agenda da bioeconomia, coordenada pelo Ministério do Ambiente e da Ação Climática, reconhece várias oportunidades para este sector: o ecodesign em toda a cadeia de valor; o surgimento de biomateriais renováveis (matérias-primas que incorporam restos de rolhas de cortiça ou madeira nas solas, extratos de plantas e seus derivados para a obtenção de corantes naturais, material produzido a partir de fibras das folhas de ananás ou cânhamo ou microfibras de maçã); a criação de simbioses industriais, aumentando a eficiência na utilização de matérias-primas ou materiais de outras fileira. Também é crucial falar no apoio à digitalização que será um fator determinante para a concretização dos objetivos de sustentabilidade. A nível regulamentar, estamos a atuar na revisão do Regime Geral dos Resíduos, prevendo-se uma maior simplificação na desclassificação dos resíduos enquanto subproduto e a promoção das simbioses industriais. Por último, reconhecemos também o papel fundamental que a rotulagem destes produtos pode ter na sua diferenciação e valorização junto do consumidor final.

O Governo lançou, recentemente, um pacote de 4,5 milhões de euros para melhorar a eficiência energética das habitações. Para quando uma medida semelhante para as empresas?

Os incentivos à eficiência energética e à reabilitação de edifícios terão continuidade na próxima década, tirando partido dos instrumentos de financiamento Europeus disponíveis, nomeadamente o Plano de Recuperação Económica e o novo Quadro de Financiamento Plurianual. Ao nível destes dois instrumentos, serão disponibilizadas verbas muito significativas, acima dos 500 milhões de euros, para os próximos seis anos (já a partir de 2021) que visam apoiar ações de eficiência energética e reabilitação de edifícios nas várias vertentes, residencial e não-residencial, onde se incluem as



empresas. Esta área de intervenção será uma das que mais beneficiará dos fundos disponíveis para Portugal, dada a sua relevância e abrangência em termos de benefícios, económicos, ambientais e energéticos.

De que forma é que o Governo está a pensar diferenciar o tratamento entre empresas que, de facto, têm boas práticas ambientais e as que não se mostram preocupadas com a questão? Já existem alguns instrumentos que diferenciam as empresas que adotem boas práticas ambientais, como os instrumentos fiscais inseridos no âmbito da fiscalidade verde. Importa também referir o SIFIDE - Sistema de Incentivos Fiscais à I&D Empresarial que visa aumentar a competitividade das empresas, apoiando o seu esforço em Investigação e Desenvolvimento, através da dedução à coleta do IRC das respetivas despesas. Está

previsto que as despesas que digam respeito a atividades de investigação e desenvolvimento associadas a projetos de conceção ecológica de produtos, sejam consideradas em 110%. Não obstante, existe ainda margem para se evoluir nesta matéria por forma a diminuir as externalidades negativas que ainda existem para estes empreendedores, condicionando a sua competitividade face às empresas que não tem preocupações ambientais. Para concluir, gostava de reforçar esta ideia: uma empresa que não adote boas práticas ambientais está condenada ao insucesso, seja pelo facto dos consumidores não lhe reconhecerem valor, seja pelo condicionamento no acesso ao financiamento. E o país precisa, mais do que nunca, de casos de sucesso empresarial, com projeção e dimensão nacional e internacional, como é o caso da indústria portuguesa de calçado.

“AS INDÚSTRIAS DO CALÇADO, COMPONENTES, ARTIGOS DE PELE E SEUS SUCEDÂNEOS TERÃO MUITO A GANHAR COM O ESTABELECIMENTO DE UMA AGENDA PARA O SETOR QUE DEFINA OS OBJETIVOS E AS ATIVIDADES A DESENVOLVER”.

□
LUSOCAL®
□□



 **TECNOGI**

ECO-FRIENDLY FOOTWEAR MATERIALS

Semana da Marroquinaria



UMA SEMANA DEDICADA À MARROQUINARIA

Será um evento inédito e nunca antes realizado. O CTCP e a APICCAPS estão a promover, entre os dias 19 e 23 de outubro, uma semana dedicada ao setor de artigos de pele e marroquinaria. Esta Semana da Marroquinaria contará com um programa alargado de iniciativas online, que vão desde webinars, demonstração de tecnologias, apresentação de testemunhos de empresas e marcas portuguesas, criação e publicação de conteúdo técnico, entre outras iniciativas. Paralelamente, durante toda a semana, decorrerá uma oficina de produção manual de uma mala, no Shoe FabLab.

Além disso, será promovida uma reunião setorial coletiva, com os diferentes intervenientes do setor.

Esta semana tem como principal objetivo dar a conhecer e valorizar o saber-fazer deste setor com grande tradição, que abraçou as exigências da atualidade e apresenta um elevado potencial de crescimento.

O SETOR DE ARTIGOS DE PELE

O setor de artigos de pele sofreu uma verdadeira metamorfose. Desde 2010, as vendas ao exterior já aumentaram mais de 250%. Portugal exportou, em 2019, 197 milhões de euros de artigos de pele e marroquinaria. Segundo dados de 2019, o setor é composto por 118 empresas e responsável por 2.231 postos de trabalho. A tradição e o saber-fazer acumulado deste

setor começam a ser alvo de atenções além-fronteiras, e muitas são as marcas que escolhem Portugal para instalar a sua produção. Mas não é só. Também dentro de portas, muitas são as novas marcas que começam a chegar ao mercado. As atividades desenvolvidas no âmbito da Semana da Marroquinaria não têm custos, no entanto algumas das ações carecem de inscrição prévia obrigatória. Conheça aqui algumas das atividades:

- **Flash talk: Marroquinaria | 19-10-2020 | 17:00H**

Uma conversa que se espera animada entre dois dos principais protagonistas do setor de marroquinaria em Portugal (Ana Maria Vasconcelos e Orlando Soares), complementada com uma intervenção de apresentação de um novo projeto 'fora da caixa'. Mara Ferreira apresentará a My Cute Pooch.

- **Webinar: Novas abordagens no setor da marroquinaria | 20-10-2020 | 7:00H**

Conversa a quatro, coordenada pelo diretor-geral da APICCAPS, João Maia, com três protagonistas do setor da marroquinaria. De França, chega-nos o projeto Asphalte, que se cruzará com as histórias recentes, mas promissoras, de Maria Maleta e Manjerica.

- **Webinar: Tendências no setor da marroquinaria | 21-10-2020 | 19:30h**

Uma abordagem às principais propostas internacionais.

O que se anda a usar nas principais

passerelles? Que propostas nos chegam das grandes marcas? Como serão as próximas estações?

- **Webinar: Marroquinaria, Luxo e Sustentabilidade | 21-10-2020 | 17:00H**

Numa lógica de melhoria contínua e para melhor poder servir o mercado, pretende-se proporcionar às empresas um webinar sobre as tendências futuras no setor da marroquinaria de luxo e artigos em couro. Para o efeito, convidamos o especialista António Paraíso.

- **Webinar: Novas abordagens de formação no setor da Marroquinaria | 23-10-2020 | 17:00H**

Apresentação do Projeto de formação para o setor da marroquinaria -LEIA, demonstração dos produtos desenvolvidos na oficina e encerramento da Semana de Marroquinaria.

- **Oficina de Marroquinaria (19 a 23 de outubro)**

Numa semana, com um total de 35 horas, os participantes terão oportunidade de aprender e praticar o processo de fabrico manual de uma mala, passando pelas diferentes fases do processo design, modelação, corte, costura, montagem e acabamento.

Esta Oficina de Marroquinaria permitirá materializar 1 dos 3 seguintes modelos de malas clássicas, que vão estar disponíveis: Clutch, Shopper, Bolsa estilo balde.



19-23 outubro

Webinars Marcas
Talks Testemunhos
Tecnologias Oficina

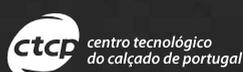
Programa completo disponível
em: www.ctcp.pt



Handbag: Leu Locati

Semana da Marroquinaria

Organizadores:



Financiador:



Cofinanciado pelo
Programa Erasmus+
da União Europeia

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, não podendo a Comissão ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

Nº do projeto: 2019-I-PT01-KA202-060823 • Duração do projeto: Outubro 2019 - Março 2022



ESTADO COBRA MAIS DE 4.300 TAXAS ÀS EMPRESAS

O Estado cobra mais de 4.300 taxas às empresas, muitas delas sem fundamento. As conclusões são do estudo da CIP que calculou a "carga fiscal efetiva" que é aplicada às empresas portuguesas. Muitas destas taxas e contribuições não têm justificação.

O estudo foi realizado pela EY e Sérvulo, para a CIP, e concluiu que o tecido empresarial português atingiu, em 2017, o 11º lugar do país mais sobrecarregado da Europa por impostos e contribuições. Em 2008 ocupava o 16º lugar.

A investigação - que olhou para a carga fiscal de uma forma inovadora: em vez de a comparar com o Produto Interno Bruto (PIB) de cada país, analisou o peso dos impostos e contribuições em função do volume de negócios obtido pelas empresas, de forma agregada - descobriu que acrescem às contribuições normais mais de 4.300 taxas e contribuições que, em muitos casos, nem o próprio Estado sabe explicar porque é que as cobra.

"Além da receita fiscal em percentagem do PIB, que configura o indicador de carga fiscal geralmente utilizado nas análises de carga fiscal, considerou-se, como medida alternativa, o peso da receita fiscal face ao volume de negócios nacional. Uma vez que o volume de negócios representa a

receita das empresas antes dos custos fixos, operacionais e administrativos, bem como financeiros e, naturalmente, aos encargos fiscais, considera-se importante o cálculo de um indicador que permita mensurar a carga fiscal das empresas enquanto esforço financeiro efetivo e não tanto como referencial macroeconómico", diz a CIP.

No período em análise - entre 2008 e 2017 - Portugal teve a 5ª maior subida da carga fiscal entre os países da União Europeia. Segundo os dados do estudo, em 2017 20% do volume de negócios das empresas seguia para os cofres do Estado.

A CIP defende que estes dados são um entrave ao crescimento económico do país, não só o peso dos impostos tradicionais, tais como IRC, IRS, IVA, IMI e IMT, mas sobretudo devido à aplicação de outras taxas e contribuições mais "invisíveis" que prejudicam a competitividade das empresas.

"No que às taxas concerne, e com o propósito de materializar a carga fiscal resultante dos restantes tributos, procedeu-se à recolha e identificação das principais taxas existentes no ordenamento jurídico português, tendo sido analisadas 24 entidades no âmbito da Administração Central do Estado (entre as quais 22 Direções-Gerais e duas Inspeções-Gerais), 11 Entidades Reguladoras, assim como a

Agência Portuguesa do Ambiente, I.P., a Autoridade da Mobilidade e dos Transportes, I. P., a Infarmed - Autoridade Nacional do Medicamento e Produtos de Saúde, I.P. e a Comissão Nacional de Proteção de Dados (tendo em consideração a sua relevância para o sector empresarial português)", pode ler-se no estudo.

"Dentro do universo de tais entidades, foi possível concluir pela cobrança total de mais de 4.300 taxas, das quais 2.900 se revelam da competência das entidades analisadas no âmbito da Administração Central do Estado e 600, unicamente, da competência da Agência Portuguesa do Ambiente, I.P., o que reflete a dimensão da realidade em causa".

As entidades que produziram o estudo revelaram, ainda, "diversas dificuldades, das quais destacamos por ora, a falta de transparência sobre as taxas cobradas, a dificuldade para identificação da base legal aplicável (não sendo, por vezes, possível a sua determinação), a falta de uniformização e consequente dispersão e incompletude da informação, a complexidade da estrutura de cobrança e alocação de receita das taxas, a competência cumulativa de diversas entidades sobre diferentes aspetos de uma mesma taxa, e, inclusivamente, tornou-se evidente o desconhecimento, por parte de algumas entidades, de parte das taxas cobradas por si próprias".

exporivaschuh

the fair that moves the world

&

gardabags

going into details



94th edition

16 → 19.01.2021

Riva del Garda - Italy



CALÇADO PORTUGUÊS NA MAIOR FEIRA DO CALÇADO DO MUNDO

Terminou em Milão a maior feira de calçado do mundo. De 19 a 23 de setembro, Portugal apresentou-se na Micam com um total de 33 empresas, neste que é o primeiro grande evento comercial pós-quarentena.

O Governo esteve, uma vez mais, ao lado das empresas portuguesas no certame. O Secretário de Estado Adjunto e da Economia João Neves e o Secretário de Estado da Internacionalização, Eurico Brilhante Dias visitaram a comitiva nacional na maior feira de calçado do mundo.

“A nossa presença aqui em Milão é um sinal de reconhecimento da capacidade de resistência das empresas portuguesas”, garante João Neves. “Estarem presentes 33 empresas nesta feira é um sinal de grande resiliência. Sabemos que quem vem a um evento deste género, vem para fazer negócio, e por isso temos esperança que seja uma feira positiva.”

João Neves garante que o Governo “vai continuar a apoiar as empresas portuguesas como tem vindo a fazer até agora. Essa é a nossa responsabilidade. Nas circunstâncias em que vivemos o estado tem de ter uma palavra forte de resposta às atividades económicas”.

Por seu turno, Eurico Brilhante Dias deixou uma mensagem de apoio “estamos ao lado das empresas portuguesas neste recomeço da promoção externa”. O Secretário de Estado da Internacionalização acredita que a presença na feira é uma “demonstração de coragem. Esta é uma feira mais europeia e quem a visita, terá mais atenção dos expositores qualificados. Apesar de esta edição ser ‘menos global’, importa lembrar que as exportações portuguesas de calçado também estão maioritariamente concentradas nos países europeus, mantendo-se assim como uma feira importante para as empresas de calçado”.

Questionado sobre os apoios públicos a seguros de créditos para exportação no mercado comunitário, Brilhante Dias garantiu que “o Governo português mantém uma avaliação do modelo que implementou e aquilo que consideramos é que, olhando hoje, em setembro de 2020, nos parece difícil que o sistema não seja extensível. A comunicação da Comissão Europeia permite a extensão, fazendo-se uma avaliação em dezembro de 2020, e nós não perspetivamos neste momento, dadas as circunstâncias em que está o mercado, que seja possível retirar os apoios públicos aos seguros de crédito à exportação”. De acordo com o Secretário de Estado da Internacionalização, o apoio público pode assim “ser estendido a

partir de dezembro, por acordo dos Estados membros, na sequência da recomendação da Comissão”, e “a perspetiva é que não se altere de forma radical, considerando que o mercado continua a funcionar de uma forma muito desequilibrada e precisa de intervenção pública para ter mais cobertura de risco no processo exportador”.

Com um quadro de incerteza global, o Secretário de Estado da Economia deixou garantias do apoio do Governo às empresas nacionais. “Aquilo que iremos fazer nos próximos instrumentos no novo quadro financeiro é dar mais força àquilo que são os apoios que se dirigem a produtos ambientalmente mais sustentáveis, maior inovação de processo e atividades formativas que permitam que os trabalhadores tenham as competências necessárias”.

A presença em certames internacionais insere-se na estratégia promocional definida pela APICCAPS e AICEP, com o apoio do Programa Compete 2020, e visa consolidar a posição relativa do calçado português nos mercados externos.

A promoção comercial externa é uma das grandes prioridades para a indústria portuguesa de calçado, que coloca no exterior mais de 95% da sua produção.

A próxima edição da Micam realiza-se de 21 a 24 de fevereiro de 2021.

EVENTOS CONJUNTOS EM MILÃO

Durante uma semana, a Fiera Milano recebeu vários eventos conjuntos, sobre o lema #strongertogether. No total, passaram pelos cinco eventos a decorrer Fiera Milano: MICAM, Mipel, Lineapelle (A New Point of View), Homi e TheOneMilano Special, cerca de 16 mil pessoas, de acordo com os dados disponibilizados pela organização da feira.

Dos compradores que visitaram as feiras, 25% vieram do exterior, mais concretamente dos países europeus vizinhos: Suíça, Alemanha e França.

Para Siro Badon, “esta edição da MICAM foi realizada num momento histórico e sem precedentes para toda a indústria, uma vez que representou um momento de relançamento dos negócios”. Para o presidente da MICAM “a pandemia criou problemas no setor; dificuldades que vivemos em primeira mão. No entanto, temos esperança no futuro, e estamos na linha da frente para criar oportunidades para as empresas”.

CALÇADO PORTUGUÊS CRIA MONTRA DIGITAL

SETOR FAZ MAIOR INVESTIMENTO DE SEMPRE NA ÁREA DIGITAL

Já está online o novo portal Portuguese Shoes. Trata-se do mais completo portefólio digital da fileira do calçado em Portugal, com 400 empresas associadas.

“É a maior montra de calçado português alguma vez criada, de forma a poder apresentar a oferta portuguesa de forma integrada. Não se trata de um plataforma de vendas, mas antes de uma ferramenta de cariz promocional”, assegura Luís Onofre. De acordo com o Presidente da APICCAPS, “vivemos um período de exceção das nossas vidas, com limitações sérias em matéria de viagens e mesmo da participação em

eventos promocionais no exterior. Por esse motivo, a APICCAPS trabalhou nos últimos meses para poder oferecer aos nossos clientes internacionais toda a informação sobre a oferta portuguesa nas áreas do calçado, componentes e artigos de pele”.

Tratando-se de um portal de cariz profissional, para além de informação síntese sobre as empresas, será possível aceder aos showrooms das empresas, com milhares de produtos, informação técnica especializada, e outros dados relevantes relacionados com as empresas e as marcas. Nos próximos meses, acesso a showroom virtuais e fotos

em 3D serão disponibilizados em grande escala.

O mesmo portal disponibiliza informação sobre todas as marcas portuguesas de calçado que já estão à venda online, promovendo dessa forma uma ligação mais efetiva e sistematizada entre as marcas e os consumidores finais.

O lançamento deste Portal Portuguese Shoes está enquadrado na estratégia do setor, no âmbito do Plano FOOTure 4.0, que tem como objetivo tornar Portugal “a referência internacional da indústria de

NOVOS APOIOS ÀS EMPRESAS

A APICCAPS tem em curso projetos que pretendem apoiar os investimentos das empresas do cluster português do calçado e moda. Alguns desses apoios enquadram-se numa estratégia global que pretende promover e estimular o crescimento do setor nos mercados internacionais.

No âmbito do projeto “Valorização da Oferta 2019/2020”, é possível às empresas realizarem os seus investimentos em marketing e promoção internacional das suas marcas. Nos últimos anos, dezenas de empresas recorreram a estes apoios, com o objetivo de reforçar a aposta no processo de internacionalização. Os apoios serão agora reforçados para estimular a transição digital na fileira do calçado.

No âmbito deste projecto, destaque para a possibilidade de as empresas disporem de apoios para promover Campanhas de marketing Digital (Social Media, Email marketing, Ad Words, etc), para a produção de conteúdos fotográficos e multimédia (produções fotográficas e vídeo para diversos suportes), conceção e impressão de catálogos, ou a contratação Assessoria de Comunicação e de Publicidade em França, Alemanha, Holanda, Espanha, Reino Unido, Itália e EUA.



calçado, pela sofisticação e pela criatividade, reforçando as exportações portuguesas alicerçadas numa base produtiva nacional, sustentável e altamente competitiva, fundada no conhecimento e na inovação”.

Até final de 2021, o setor investirá três milhões de euros no universo digital, no âmbito do projeto “Valorização da Oferta na Fileira do Calçado”, apoiado pelo Compete 2020. Desde o início deste ano, mais de 80 empresas já investiram no universo digital, seja através da associação a plataformas internacionais de prestígio, a criação de lojas online ou campanhas de marketing digital.

A RADIOGRAFIA DO SETOR DE CALÇADO ONLINE

Cerca de três quartos das empresas portuguesas que integram o cluster português do calçado e artigos de pele tem presença online. No âmbito do estudo “O cluster português de calçado na Internet” da autoria Centro de Estudos de Gestão e Economia Aplicada para a APICCAPS foram inquiridas 328 empresas e 362 marcas. O cluster português do calçado e artigos de pele está no trilho correto, mas há, na ótica da APICCAPS, “ainda muito trabalho para fazer”.

No segmento de calçado, 75% das empresas têm presença online, consubstanciada com um site. Números que sobem para os 78% no caso das empresas de componentes para calçado e de artigos de pele e marroquinaria

Duas notas adicionais merecem ser consideradas: “a percentagem de empresas com site é ligeiramente crescente com a dimensão” e, nota de preocupação, 4% dos sites “consiste numa página a dizer apenas site em construção”.

Em termos de língua, o inglês é a mais comum, sendo utilizado em 90% dos sites, enquanto que o português surge em apenas 75%, um dado que parece fazer sentido para uma fileira altamente exportadora como a do calçado. Quase 71% apresentam um catálogo de produtos. Cerca de 27% permite ao “consumidor comprar online os produtos da empresa”. Apenas 9% das empresas permite a personalização dos seus produtos.

Também a presença nas redes sociais começa a ser importante para as empresas do cluster. Quase 60% das empresas tem presença no Facebook, 37% no Instagram e 21% no LinkedIn. Acresce que a presença nas redes sociais não tem relação com a dimensão das empresas. As empresas do cluster mais ativas são as de marroquinaria.

Apenas 27% das empresas têm loja online. Dessas, 66% aceitam encomendas de todo o mundo, 14% vendem os seus produtos apenas no mercado europeu e 9% exportam para alguns destinos fora da UE, ainda que não para todo o mundo. Cerca de 2% das empresas vendem em Espanha e Portugal, 9% vendem apenas em território nacional.

A presença em plataformas online é, de acordo, com o Centro de Estudos de Gestão e Economia Aplicada da Universidade Católica do Porto, “escassa”. Com efeito, apenas 6,7% das empresas analisadas integra a Amazon, 5,8% a Overcube, 5,2% a Dot. Destaque, ainda, para a presença na Zalando. A Zappos, vocacionada para o comércio do calçado, é a que regista menor presença de empresas portuguesas (menos de 2%). A presença em lojas online é mais frequente em empresas com mais de 250 colaboradores.

É com base nesta radiografia “do cluster português de calçado na Internet” que a APICCAPS pretende atuar, criando novas dinâmicas de intervenção, para que o setor cheguem com maior eficiência e acrescido impacto aos profissionais do setor.

Recorde-se que a indústria portuguesa de calçado exporta anualmente 80 milhões de pares de calçado para 163 países, nos cinco continentes, num valor próximo dos 2 .000 milhões de euros.



INFORMAÇÃO DE EMPRESAS

Encontre a informação mais relevante para o seu negócio

Apoiar a tomada de decisões atempada dos nossos clientes é o objetivo da atualização permanente e imediata da nossa Base de Dados, além da aposta contínua na inovação dos produtos e serviços que nela se baseiam.

PRODUTOS E SERVIÇOS



Relatórios e monitorização de empresas



Softwares e soluções de integração de dados



Licenciamento de dados



Setores e tecido empresarial

SOBRE A INFORMA D&B

A Informa D&B é especialista no conhecimento do tecido empresarial. Através de análises inovadoras, disponibiliza o acesso a informação atualizada e relevante sobre a atividade de empresas e gestores, fundamental para a condução dos negócios dos seus clientes. A Informa D&B está integrada na maior rede mundial de informação empresarial, a D&B Worldwide Network, com acesso aos dados de mais de 315 milhões de agentes económicos em todo o mundo.

A base de dados empresariais da Informa D&B é a mais utilizada em Portugal, servindo mais de 650 mil utilizadores através das duas marcas: INFORMA e eInforma. 95% das entidades bancárias, 45% das grandes empresas e 21% das PME portuguesas são clientes ativos da Informa D&B, e consultam, anualmente, mais de três milhões de relatórios sobre empresas.

SERVIÇO DE APOIO AO CLIENTE
☎ 213 500 389
✉ vipclientes@informadb.pt

INFORMA D&B (SERVIÇOS DE GESTÃO DE EMPRESAS) SOCIEDADE UNIPessoal, LDA
Edifício Atrium Saldanha, Praça Duque de Saldanha, 1 - 3A, 1050-094 Lisboa
www.informadb.pt

VAPESOL AVANÇA COM RECICLAGEM EVA



A Vapesol é uma das primeiras empresas a conseguir reverter o processo de expansão de EVA, através de um processo de reciclagem. Assim, nesta primeira fase, a empresa consegue reutilizar até 15% de EVA reciclado, mas o objetivo é chegar aos 50%.

A Vapesol já produz este tipo de material há cerca de dois anos, depois de um investimento de meio milhão de euros. No entanto, há muito que a empresa tem dificuldades em dar destino aos “desperdícios da produção”. Para o responsável pela Vapesol “em causa está uma borracha que detém características específicas com mais-valias reconhecidas ao nível da leveza e do conforto. É o material mais leve que existe no mercado para produzir solas para calçado”. No entanto, continua Décio Pereira, “depois de sofrer um processo de expansão, normalmente de 40%, enfrenta a dificuldade de vir a ser reciclado [e por isso reutilizado na produção de solas]”. O estudo foi feito em parceria com o PIEP (Pólo de Inovação em Engenharia de Polímeros da Universidade do Minho).

A empresa, que anteriormente vendia o material a preço reduzido, encontrou agora uma forma de lhe dar uma segunda

vida. “Em meados de 2019, lançamos o desafio ao PIEP, no sentido de se poder fazer algo que permitisse reintroduzir os desperdícios do material EVA de novo no processo produtivo”, explica Décio Pereira em entrevista à Rádio Vizela.

As primeiras conclusões já apareceram: já é possível reutilizar os desperdícios em 15%. “O que já é uma grande vitória, porque estamos a falar de algo que nunca foi feito. Acreditamos que até ao final do ano vamos conseguir chegar ao objetivo a que nos propusemos, ou seja, atingir uma reincorporação até 50%”.

Mas não é so o ambiente que fica a ganhar. Também em termos financeiros, esta descoberta traz muitos benefícios para a empresa de Felgueiras. Em termos económicos representa muito. Estamos a falar de cerca de 30 a 40 toneladas por ano de EVA que até agora teríamos de dar ou vender a um preço baixo. Ou seja, [a possibilidade de reciclagem] representará para a Vapesol uma grande vantagem competitiva em termos económicos.

As primeiras solas com reincorporação de EVA Reciclado já foram apresentadas em Milão, na Lineapelle.

TENTOES: A NOVA MARCA ‘MADE IN NATURE’

Nasceu no coração da Carité, o grupo de calçado Felgueiras que detém a marca J.Reinaldo. Mas esta é uma aposta muito especial e com fortes preocupações ambientais.

Com o mote “Made in Nature”, a Carité relançou a marca TENTOES. “Este novo produto foi pensado com uma grande preocupação ambiental. A ideia foi fazer uma linha de calçado em que utilizamos materiais vindos da Natureza. Na gáspea, por exemplo, usamos algodão orgânico, borracha natural na sola e pele. Em relação à palmilha usamos fibras naturais que absorvem a transpiração.”, diz Pedro Ramos.

O responsável pela marca salienta que “no caso da pele, usamos uma com uma biodegradabilidade quatro vezes superior ao normal” e que por isso motivo os sapatos, estando em contacto com a terra, é biodegradável. No entanto, é importante que “os consumidores percebam que ao comprar um sapato biodegradável, ele não se auto destrói, apenas quando é colocado na terra para se poder juntar – de novo - ao planeta”.

A marca apresentou-se na última edição da Micam, em Milão. Com cores fortes e design atual, Pedro Ramos acredita que o produto é ideal para responder às novas exigências dos consumidores, porque “usamos as matérias-primas ideais para que o sapato seja mais amigo da natureza”.





SPEDYCARGO

TRANSITÁRIOS

330 PARCEIROS
Rede global de logística.

400 AEROPORTOS
Serviço direto.
Espaço garantido.
Serviço porta-a-porta.

350 FEIRAS
Especialistas em:
- Feiras.
- Eventos.



200 PAÍSES
Cobertura global.

300 PORTOS MARÍTIMOS
FCL (Contentor Completo).
LCL (Grupagem).
Serviços adicionais.

3000 DESPACHOS
Mais de 3000 despachos
emitidos no último ano.



Aéreo



Marítimo



Rodoviário



Aduaneiro



Especial

SOLUTIONS THAT WORK!

Spedy Express

Spedy Regular

Spedy Economy

SPEDYCARGO, TRANSITÁRIOS, S.A.

Head Office

Via Central de Milheirós, 726
Milheirós
4475-330 Maia

Telf.: + 351 229 993 650 **Fax.:** + 351 229 964 962

Lisbon Office

Edifício 134 - Piso 2 - Gab. 2119/2120
Aeroporto da Portela
1750-364 Lisboa

Telf.: + 351 218 480 369 **Fax.:** + 351 218 480 370

www.spedycargo.pt

MAIS DE 1 MILHÃO DE PESSOAS JÁ DESCARREGARAM O STAYAWAY COVID

A aplicação Stayaway COVID-19 já ultrapassou a barreira de 1 milhão de downloads. De acordo com Rui Oliveira, a aplicação já contabiliza um total de 1.030.824 'descargas' nos sistemas operativos iOS e Android. "Estamos muito satisfeitos, ainda que não esteja propriamente surpreendido. A aplicação é uma ajuda à população portuguesa, mas ainda faltam os restantes cinco milhões de portugueses [que têm 'smartphones']", afirmou o administrador do INESC TEC em declarações à Lusa.

COMO FUNCIONA?

A aplicação foi lançada oficialmente no dia 1 de setembro e permite rastrear, de forma rápida, anónima e através da proximidade física entre 'smartphones', as redes de contágio por COVID-19.

Depois de instalada, a aplicação "emite identificadores aleatórios utilizando Bluetooth e, como um radar, recolhe os identificadores que são emitidos por telemóveis próximos. Na posse destes identificadores, é simples para a aplicação verificar mais tarde se o utilizador esteve perigosamente próximo de um



determinado telemóvel em que a aplicação se encontre ativa e cujo utilizador tenha sido diagnosticado com a COVID-19.

Estar perigosamente próximo significa que o contacto ocorreu a menos de 2 metros e durante mais de 15 minutos. Caso lhe seja fornecido e reconheça um dos identificadores emitidos por um telemóvel associado a uma fonte de contágio, a aplicação alertará o utilizador para a ocorrência passada de uma exposição de

elevado risco à doença, aconselhando o contacto imediato com a Linha SNS 24".

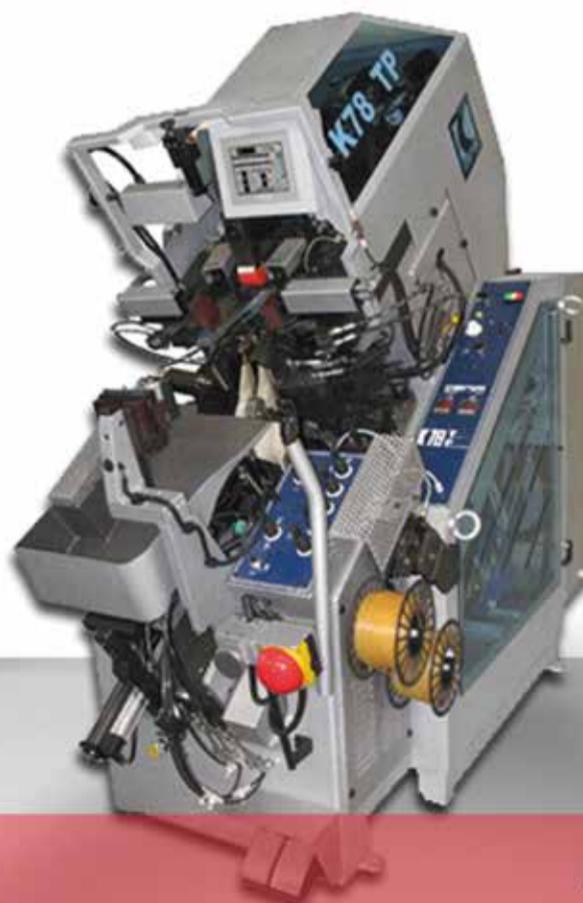
De acordo com o INESC TEC, a aplicação já recebeu códigos de médicos e continua a rastrear o vírus. Além disso, o presidente dos Serviços Partilhados do Ministério da Saúde avançou que a linha Saúde 24 já recebeu contactos de pessoas que foram informadas, através da aplicação, de um contacto com alguém infetado.



NOVA CERIM K78 TP sem necessidade de injectores

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

A TRADIÇÃO ENCONTRA A ALTA TECNOLOGIA



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

www.tecmacal.pt

COVID

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





FEIRA DE GARDA VOLTA ÀS DATAS ORIGINAIS

Regresso ao passado. A Expo Riva anunciou, ontem, em comunicado uma nova mudança de datas. A próxima edição da feira de Garda ocorrerá, assim, em janeiro, voltando às datas originais, em vez de dezembro, como anteriormente anunciado.

A 94ª edição da feira (e a 5ª edição da Gardabags) terá lugar de 16 a 19 de janeiro de 2021, no Centro de Exposições Riva del Garda.

“Após um diálogo com todos os envolvidos - expositores, visitantes e partes interessadas internacionais e

locais - a organização Riva del Garda Fierecongressi decidiu antecipar os eventos para dezembro 2020. O objetivo era salvaguardar os mercados relevantes relacionados com os dois eventos e dar um impulso positivo às empresas, através de um reativamento precoce da cadeia de abastecimento”. No entanto, continua a organização da feira em comunicado, “a mudança da situação internacional obrigou as empresas multinacionais a suspenderem as viagens de negócios até 31 de dezembro o que causou limitações significativas à emissão de vistos. Isso obrigou-nos a voltar à posição tradicional dentro do

calendário internacional de feiras”.

A próxima edição da feira terá uma componente “phygital”, com o objetivo de reduzir a distância e “encontrar soluções alternativas para a estreitar a rede de relações e trocas que geralmente fazem parte de todas as feiras”.

A 94ª edição da Expo Riva Schuh e a 5ª edição dos Gardabags, agendadas para os dias 16 a 19 de janeiro de 2021, decorrerão com o devido respeito pelas normas sanitárias em vigor para salvaguardar a saúde de todos os envolvidos.

SLATEL[®]
COMPONENTES PARA A INDÚSTRIA DE CALÇADO, LDA.

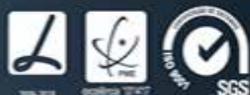


Apartado 158 - Rua da Madeira, 471 - Zona Industrial N.º 1
3700-176 SÃO JOÃO DA MADEIRA

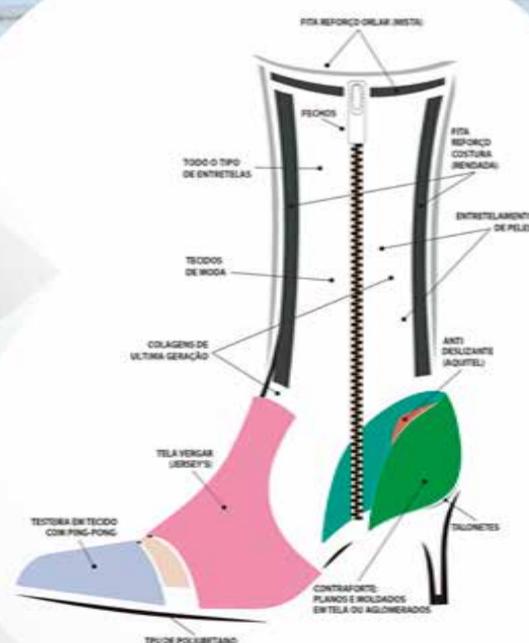
Tels. 256 822 627 / 256 823 042 / 256 833 410
Fax 256 827 374 / Fax-on-line 213 516 768

geral@slatel.mail.pt
comercial@slatel.mail.pt
modelacao@slatel.mail.pt

**CAMINHE COM QUALIDADE
COM OS NOSSOS PRODUTOS**



SLATEL[®]
COMPONENTES PARA A INDÚSTRIA DE CALÇADO, LDA.



www.slatel.com

CATÓLICA PORTO BUSINESS SCHOOL

EMPOWER
YOUR
FUTURE

LICENCIATURAS
MESTRADOS
FORMAÇÃO EXECUTIVA
MBAs



CATÓLICA
CATÓLICA PORTO BUSINESS SCHOOL

PORTO

www.catolicabs.porto.ucp.pt



SAVANA LANÇA NOVA MARCA

Para a Savana, a proteção do meio-ambiente é tão importante como a criação de um bom par de sapatos. Tendo por meta um futuro cada vez mais sustentável, a empresa de calçado de Felgueiras acaba de lançar uma nova marca: Contagious.

A primeira coleção da Contagious, “COMPROMISSO” aposta em materiais 100% recicláveis. Esta é a primeira coleção cápsula 100% portuguesa e representa a visão da Savana para com o futuro, com o planeta e com a indústria da moda.

“Por isso, quando criámos esta nova coleção escolhemos materiais de baixo impacto para o meio ambiente. O nosso calçado tem solas de borracha latex com cortiça, palmilhas de strobil reciclada, espumas recicladas, atacadores com juta e algodão orgânico. O exterior do calçado é composto por cortiça, malha reciclada e todo o forro é composto por algodão 100% orgânico”, diz a marca em comunicado.



YFF ESTREIA-SE EM MILÃO

Na comitiva nacional na maior feira de calçado do mundo houve uma estreia. A YFF – Young Fashion Footwear – apresentou-se pela primeira vez ao mundo em Milão.

“Não poderíamos ficar ausentes, se nos queremos posicionar no mercado. Ao decidirmos vir cá estamos a posicionar-nos”, diz José Leite. O responsável de comunicação da marca salienta que “cruzar os braços não era opção”.

“Esta marca nasce de uma palavra que gosto muito: coragem. Em plena pandemia, numa situação de quebra de encomendas criamos uma nova marca”. A YFF nasceu, assim, em maio, “para abraçar um

novo nicho de mercado e para dar continuidade à sequência de produção da fábrica-mãe, a DeShoes”.

Com sede em S. João da Madeira, a empresa emprega atualmente 200 trabalhadores. Nesta primeira coleção, de primavera-verão, os produtos são muito diferenciados “como forma de mostrar o potencial do calçado nacional”. A marca procura afirmar-se pela qualidade, pelo design e pela comunicação e quer calçar mulheres jovens e ousadas.

“Acreditamos que a YFF pode dar um impulso à DeShoes”. Com uma linha temporal de cinco anos, o objetivo da empresa é que a nova marca possa contribuir com 2,5 milhões de euros de faturação.



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;



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

Cumprir 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

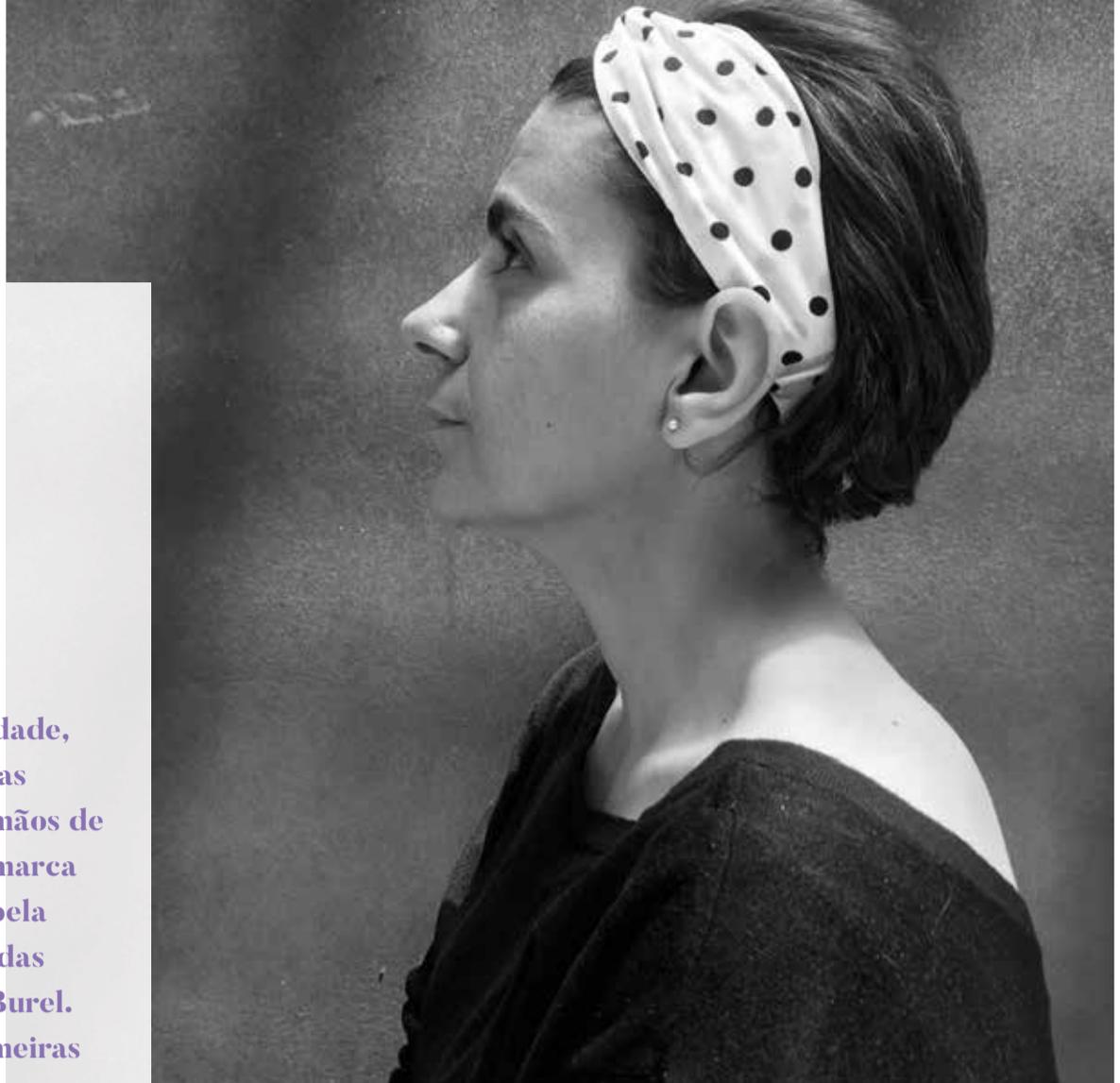
Parque da Ciência e
Tecnologia do Alentejo

GERAÇÃO 4.0

Alexandra e Susana, Noogmi

A ideia nasceu de uma necessidade, mas rapidamente as encomendas começaram a aumentar. Pelas mãos de Susana nascia a Noogmi, uma marca de sapatos de bebê pensadas pela própria para o filho e trabalhadas num material bem nacional: o Burel. Rapidamente chegaram as primeiras encomendas e, pelo caminho, Alexandra juntou-se ao projeto. Hoje em dia a Noogmi já dá passos adultos no mercado global. Conheça Susana e Alexandra.

www.noogmi.com



Como é que nasceu este projeto?

Este projeto nasceu de uma necessidade de encontrar / inovar o uso de meias em bebés e substituir por um calçado que transmitisse a ideia de conforto e liberdade como se o bebé estivesse descalço.

O setor do calçado foi uma escolha natural?

Desde o primeiro minuto. Quanto mais tempo passei a estudar o objeto e a desenvolvê-lo, mais sentido fazia. A obra nasceu, já anda e continua a fazer sentido. A matéria prima já o sabíamos... tinha de ser nacional.

Quais os maiores desafios?

Foi o "descobrir" uma produção de acordo com as nossas premissas: nacional, manual e evitar a produção em massa.

De que forma é que a Noogmi se distingue no mercado?

A Noogmi tem produtos de design únicos no seu segmento. A começar pelo desenho, bem com a conjugação das matérias primas usadas: burel e cortiça. Tudo foi pensado ao rigor. Demoramos a partilhar, mas sabemos que cada peça tem a aliança entre o design e o conforto, caráter e muita tradição nacional.

Quais são os planos para o futuro da marca? O que podemos esperar?

Neste momento estamos em pleno lançamento do nosso novo modelo de rua (que arrecadou muitos elogios na Playtime Paris) Mookie Out. E claro, estamos focadas no crescimento e internacionalização da marca.

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

Se acredita, não desista. Basta perceber o erro, corrigi-lo e retomar caminho. E claro, ouvir sempre o que o consumidor tem a dizer. É o nosso melhor guia.





ACADEMIA
DESIGN E CALÇADO
CFPIC

FORMAÇÃO QUE FAZ DIFERENÇA



Formação à Medida da sua Empresa

Corte, costura, montagem e acabamento de calçado com conteúdos e horários ajustados às suas necessidades

Cursos de Formação à Distância

Destinatários: Ativos empregados ou desempregados com idade igual ou superior a 18 anos, com o 6º ano ou superior (cursos de Nível II) e 9º ano ou superior (cursos de Nível IV)

Cursos Nível II

- Ambiente, Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho - Conceitos Básicos
- Armazém - Processos e Atividades
- Língua Inglesa - Técnicas de Escrita
- Noções e Normas de Qualidade

Cursos Nível IV

- Gestão da Prevenção de Riscos Profissionais - Planeamento e Organização
- Conceito Lean (Lean Production)
- Contabilidade
- Legislação Laboral
- Metodologia Six Sigma
- Técnicas Comerciais e de Marketing

Estamos à Distância de um Clique

A nossa Missão

Desenvolver competências e conhecimentos dos recursos humanos, no setor da indústria de calçado, promovendo a qualificação profissional e escolar.

Sede S. J. Madeira

Rua Visconde, nº 990
3700-265 S. J. Madeira
tel: +351 256 815 060
e-mail: comunicacao@cfpic.pt

Pólo de Felgueiras

Cachada - Margaride
4610-250 Felgueiras
tel: +351 255 318 220
email: comunicacao@cfpic.pt



Criado ao abrigo do protocolo celebrado entre:



FOLLOW ME

Com as feiras internacionais em constantes mudanças, conheça três páginas onde pode encontrar toda a informação que precisa sobre os certames internacionais de promoção comercial externa.

PITTI UOMO

@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. No entanto, com a pandemia, a próxima edição acontecerá apenas em janeiro, de 12 a 14, na Fortezza da Basso.

Durante o ano, a organização partilha tendências, novidades e entrevistas com figuras relevantes da indústria.



EXPO RIVA SCHUH

@exporivaschuh/

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

É, já, uma feira de referência para as empresas de calçado e acessórios, uma vez que reúne importantes players da indústria. Com as alterações mais recentes, o calendário da Expo Riva fixou-se agora nas datas originais, de 16 a 19 de janeiro.

MICAM

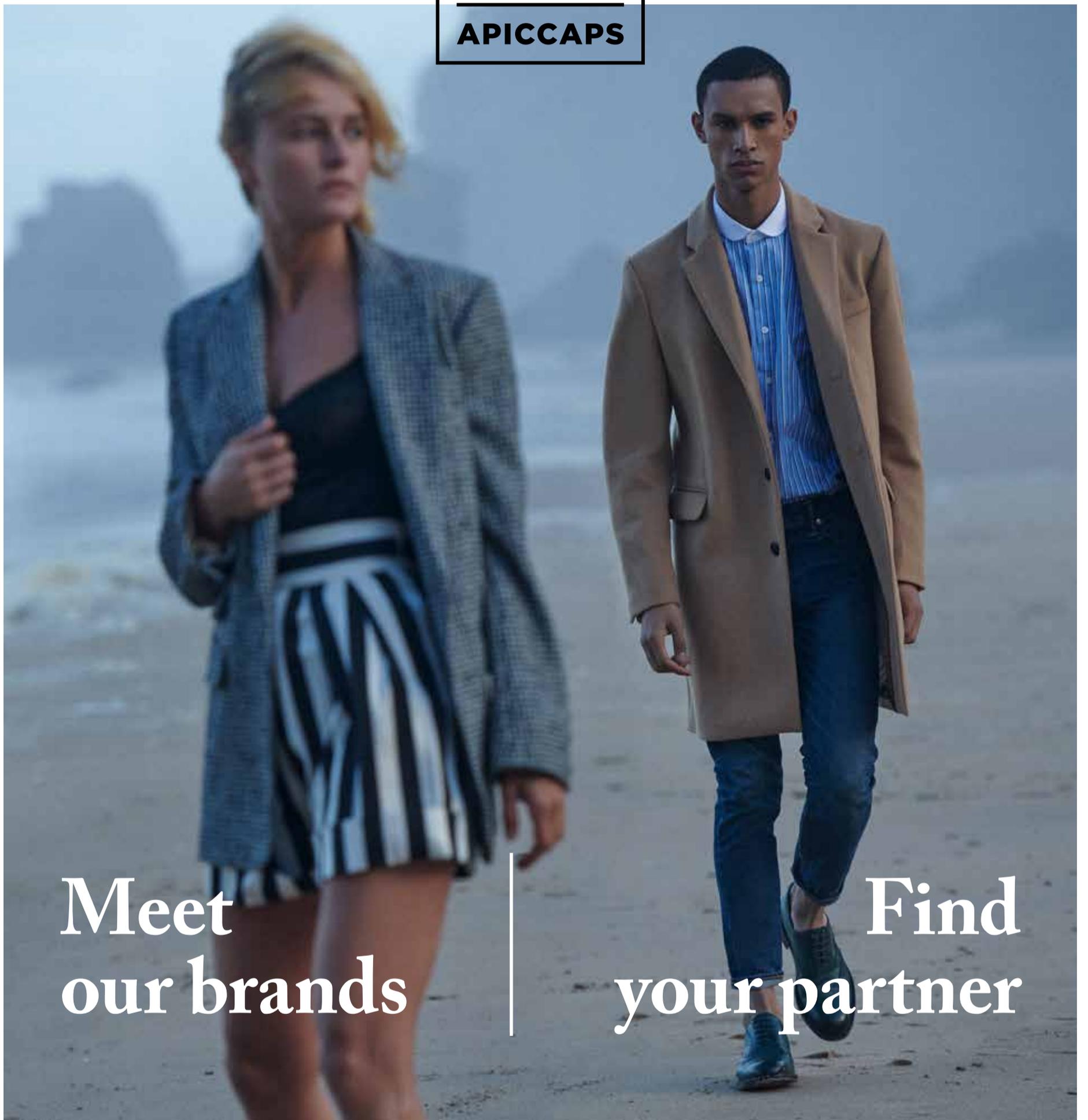
@micam.milano

É reconhecida como a maior feira de calçado do mundo e reúne, de seis em seis meses, os maiores players da indústria. A última edição – em setembro – decorreu nas datas previstas e a próxima edição está, já, marcada para fevereiro de 2021.

Durante todo o ano, pode acompanhar nas redes sociais da feira tudo o que precisa de saber sobre a indústria: o melhor de cada edição, imagens de sapatos, marcas, notícias e tendências.



P O R T U
G U E S E
S H O E S
APICCAPS



Meet
our brands

Find
your partner

Atualize o seu perfil
www.portugueseshoes.pt
