

EUROPA

Indústria Europeia reclama por igualdade de oportunidades

ENTREVISTA

Diretora-Geral do CFPIIC na primeira pessoa

CONSUMO

Indústria de calçado recua

INDÚSTRIA

Guia para sobreviver à pandemia com calçado português

FICHA TÉCNICA

Propriedade

APICCAPS - Associação dos Industriais de Calçado, Componentes, Artigos de Pele e Seus Sucedâneos

Rua Alves Redol, 372 | 4050-042 Porto

Tel: 225 074 150 | geral@apiccaps.pt | www.apiccaps.pt

Diretor

Presidente da APICCAPS

Edição

Gabinete de Comunicação da APICCAPS

claudiapinto@apiccaps.pt

Foto de capa

Frederico Martins

Conceção Gráfica e Execução

Manifesto e Laborpress

Distribuição

Gratuita aos Associados

Tiragem

2.000 exemplares

N.º DL: 366612/13

***esta edição do Jornal da APICCAPS foi fechada no dia 1 de dezembro de 2020**

INDÚSTRIA EUROPEIA RECLAMA POR IGUALDADE DE OPORTUNIDADES

Pela defesa de um comércio livre, justo e equilibrado. Esta foi a nota geral da missiva que Luís Onofre, Presidente da Confederação Europeia, enviou a diversos organismos internacionais. Origem dos produtos e Sistema de Preferências Generalizado são duas das prioridades para a indústria europeia e que deverão ser implementadas na defesa de 300 mil postos de trabalho.

De acordo com o World Footwear, a Ásia assegura mais de 80% da produção Mundial. No entanto, a Europa tem em vigor um Sistema de Preferências Generalizado (SPG) que permite que países em vias de desenvolvimento tenham acesso vantajoso ao mercado da União Europeia, com uma redução ou eliminação total dos direitos aduaneiros.

Para Luís Onofre, “apesar de o SGP ter sido muito útil ao contribuir para o desenvolvimento sustentável de algumas destas economias, não podemos esquecer que permite a entrada no mercado da UE de produtos com condições favoráveis extremamente competitivos em termos de preço. Em alguns casos este sistema compromete a segurança e a saúde dos consumidores europeus e põe em causa empregos na Europa”.

Acresce que, se considerarmos que dos vinte maiores produtores mundiais de calçado, dez são beneficiários diretos do SPG, pelo que “não faz sentido conceder benefícios aos grandes competidores mundiais”. Para o Presidente da APICCAPS e da Confederação Europeia da Indústria de Calçado “se o objetivo do sistema é ajudar estes países a desenvolverem as suas indústrias, e se esses mesmos países são já competitivos num dado produto, há que mover esses benefícios para outros produtos em que eles não são competitivos, mas possam desenvolver”.

A CEC reconhece os méritos do Sistema de Preferências Generalizado, mas solicitou à Comissão Europeia que “reconheça a necessidade urgente de alterar os critérios

para o acesso de países extremamente competitivos num dado produto, que seja “implementado um processo de monitorização mais rigoroso e que se “associe a concessão dos benefícios ao cumprimento de regras que são impostas aos produtores europeus nas áreas social e ambiental”. Só desta forma “será possível assegurar um normal cumprimento da concorrência a nível internacional”.

Recorde-se que a União Europeia tem em curso uma revisão do SPG para aplicar a partir de 2023. Para a CEC importa que este tema seja prioritário já a partir de janeiro, quando se iniciar a Presidência Portuguesa da União Europeia.

“MADE-IN” OBRIGATÓRIO

Há um outro dossier particularmente relevante para as empresas europeias de calçado. Para Luís Onofre só há uma forma de aumentar a segurança dos produtos no mercado único. “Entende a CEC que deve ser implementado um sistema de rotulagem obrigatória de origem dos produtos Made-In”.

Em traços gerais, os consumidores devem saber onde foram produzidos os produtos que estão a consumir. É assim em todas as grandes economias mundiais (nos EUA, no Japão, na Austrália, na China, entre outros). “Porque é que só a Europa não tem uma regra deste tipo?”, questiona a Confederação Europeia de Calçado.

Para a CEC “só com um eficaz sistema de rastreabilidade será possível remover os produtos perigosos do mercado da União Europeia, em particular os vendidos online (produtos que contêm produtos químicos perigosos ou apresentam outros riscos para a segurança)”. Importa, assim, desenvolver medidas capazes de reforçar a proteção do consumidor e aumento da segurança dos produtos.



EMPRESAS HISTÓRICAS RESISTEM A MAIS UMA CRISE

As crises não são desconhecidas para a esmagadora maioria dos empresários e trabalhadores do setor do calçado. Muitas empresas, algumas quase seculares, atravessaram guerras, revoluções, crises económicas... Ao longo dos tempos conseguiram superar (quase) tudo. São históricas. Em 2020, numa crise sem precedentes a nível mundial, são vários os empresários que continuam a ser um exemplo de resiliência.

Por Isabel Pinto

A indústria portuguesa de calçado está a viver um dos períodos mais difíceis de que há memória. Com a chegada da pandemia da COVID-19, o setor enfrenta acentuadas quebras de vendas, quer no mercado nacional, quer no mercado internacional. E é exatamente o facto de estarmos perante uma crise global que tudo muda e a torna diferente de outros períodos, igualmente difíceis, na história do calçado nacional.

Algumas das empresas de referência no panorama português já atravessaram guerras, revoluções e crises económicas profundas. Modernizaram-se, assumiram o seu lugar através da qualidade e diferenciação dos seus produtos e mantiveram-se como uma referência internacional. Mas, e agora? Estarão preparadas para ultrapassar esta pandemia?

A história da Centenário inicia-se em plena II Guerra Mundial. Apesar da neutralidade assumida por Portugal, os impactos económicos e a recessão a nível mundial eram inevitáveis, mas foi a juventude de Camilo Martins Ferreira que ditou o atrevimento. “A vontade de se afirmar como empreendedor superou todos os receios e preocupações. Tinha apenas 17 anos, já com um filho, quando iniciou a sua atividade como empresário”, conta Domingos Ferreira, atual responsável pela empresa. Estávamos em 1941. Quase na mesma altura, apenas quatro anos depois, ainda a Europa se via a braços com a guerra, Manuel de Almeida Jorge decide abrir uma pequena oficina para produzir sapatos, em São João da Madeira. Eram tempos difíceis: “Os empregados só trabalhavam quando havia encomendas e foi a alcunha da família - “Os Marianos” - que serviu para batizar os sapatos que produzia”, recorda Fátima Oliveira, atual diretora executiva da All Around Shoes, que detém atualmente a marca.

A Centenário, localizada em Oliveira de Azeméis, e a Mariano Shoes são duas das marcas mais antigas em Portugal e a par com várias outras, como a Calçado Lisete, a Armando Silva e a Profession Bottier, têm conseguido vencer as adversidades históricas, políticas, económicas e financeiras ao longo dos tempos.

O início da história de cada uma destas empresas é em tudo semelhante. Todas são originárias da mesma região, tendo arrancado graças à perseverança de homens humildes que, em pequenas oficinas e com sistemas de produção artesanal, criaram marcas portuguesas de referência nos nossos dias.

A Ferreira Avelar, hoje conhecida como Profession Bottier, por exemplo, nasce em Santa Maria da Feira, em 1947, pelas mãos de Manuel e António. A comercialização de sapatos era feita, apenas, por encomenda, e só no início dos anos 70 do século passado é que inicia a era da produção em série. Até 1994, altura em que a Ferreira Avelar dá origem à Profession Bottier, pelas mãos da segunda geração da família e com o intuito da internacionalização, a empresa atravessou a Guerra do Ultramar e o 25 de Abril. E se para algumas empresas a passagem da Ditadura para a Democracia foi feita com tranquilidade, para outras a transição foi mais complicada. Numa altura em que “os empresários eram considerados fascistas”, o fundador da Centenário, Camilo Martins Ferreira, foi um dos que



“sofreu represálias”. Um momento, recorda Domingos Ferreira, “que o entristeceu bastante, dado que sempre se pautou pela seriedade e dignidade. Era muito humano”.

Em 1974 a Mariano já se tinha assumido como uma marca de referência nacional. “Até ao início dos anos 80, vendia exclusivamente para o mercado nacional e, muitas vezes, tinha dificuldade em responder à procura”, alude Fátima Oliveira.

Com o 25 de Abril, a marca, que já era de referência nacional, observou um crescimento e, até ao início dos anos 80, a Mariano vendia exclusivamente para o mercado nacional, pelo que encontrava muitas vezes dificuldades de responder à procura. Em 1975, um ano após a Revolução dos Cravos, e depois de uma ascensão que em 1968 já permitia à empresa trabalhar com máquinas modernas e com um número de trabalhadores na ordem dos 30, a Armando Silva, localizada em São João da Madeira e criada em 1946, produtora de sapatos para homem, transformou-se numa sociedade por quotas, com a entrada de mais um sócio.

Exatamente a partir de meados dos anos 80 e até ao final dos anos 90, muitas são as empresas que iniciam os processos de internacionalização. A Abílio P. Carneiro & Filhos S.A., conhecida como Calçado Lisete, uma das mais antigas, se não a mais antiga do país, sediada em Santa Maria da Feira, foi criada em 1927, tendo sabido adaptar-se às transformações do setor ao longo dos tempos.



Assumindo-se, hoje, como uma empresa de cariz mundial, exporta, desde a década de 80, quase a totalidade da sua produção, depois de se especializar na produção de calçado técnico e calçado outdoor.

MODERNIZAÇÃO E INOVAÇÃO

A crise económica que afetou Portugal, especialmente a partir de 2008, dando origem à entrada da Troika no nosso país, também implicou mudanças profundas no setor do calçado. Para sobreviver, muitas empresas tiveram de se reinventar, não só em termos de modernização dos sistemas produtivos, mas também na área da inovação e diferenciação do produto, tornando-se numa das principais indústrias exportadoras nacionais e, muitas vezes, apontada como um modelo de competitividade.

Na Centenário as adversidades foram sendo ultrapassadas “com resiliência e empenho de toda a equipa, desde a administração, a todos os colaboradores”, defende Domingos Ferreira, valorizando o espírito de equipa: “Vestindo a camisola, sempre procuramos remar para o mesmo lado e, desta forma, mais facilmente se foram conseguindo atingir os objetivos, superar os obstáculos e melhor preparar o futuro”.

Agora, com a pandemia da COVID-19, a superação dos empresários está, novamente, a ser posta à prova. “Estamos perante uma crise bem diferente de todas as anteriores, pela sua globalidade mundial”,

justifica Domingos Ferreira, realçando que as consequências estão a ser “muito graves para todos os setores” e adivinhando “falências e desemprego”. Na Centenário têm sido adotadas todas as medidas preventivas para evitar o aparecimento de casos de COVID-19, ainda que não se tenha conseguido fugir ao layoff. “As novas encomendas para a próxima época foram atrasadas pelos efeitos da pandemia, o que veio atrasar as encomendas das matérias-primas para podermos laborar normalmente”, explica.

Na Mariano Shoes, também se fala numa “crise mundial profunda”. E, refere Fátima Oliveira, “se há dois meses achávamos que podíamos retomar alguma normalidade, neste momento estamos expectantes com o que o futuro nos reserva nos próximos meses”.

Para contornar as dificuldades, a Mariano Shoes tem tentado encontrar novas soluções que “passaram pelo lançamento de novas segmentações de produto, o reforço da presença e visibilidade online quer através da nossa loja própria quer de marketplaces”. “Estamos já a planear e a preparar o início de 2021, com a execução da coleção de AW e a organização da nossa presença em eventos internacionais”, revela Fátima Oliveira.

“Esperamos que seja debelada a pandemia o mais rápido possível para que o mundo recupere a confiança, a economia cresça e voltemos de novo a poder laborar com normalidade”, deseja Domingos Ferreira.

FORMAÇÃO \ CONSULTORIA
Planeada . Adaptada . Financiada

Sustentabilidade e Responsabilidade Ambiental

Incorporar princípios de ecoeficiência
Desenvolver uma cultura de responsabilidade ambiental

Indústria 4.0

Processos produtivos mais flexíveis, eficientes e interconectados
Incrementar a utilização de soluções integradas
Incorporar soluções digitais

Programa Formação PME (2019 - 2022) no Setor do Calçado, promovido pelo CTCP

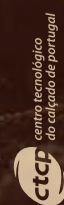
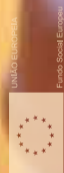
**INSCRIÇÕES
A DECORRER**

DESTINATÁRIOS

Micro, Pequenas e Médias empresas até 250 trabalhadores
Localizadas nas regiões Norte e Centro • Com Certificação PME

CONTACTOS

rui.moreira@ctcp.pt e/ou rita.souto@ctcp.pt
Centro Tecnológico Calçado de Portugal





CONSUMO DE CALÇADO RECUPERA...MAS POUCO

Ainda que esperadas, não são, obviamente, boas notícias: em todo o mundo, este ano, prevê-se uma queda no consumo de calçado de 22,2%. Na Ásia, com recuo estimado de 18%, as expectativas são melhores do que para o resto do mundo.

Este valor está em linha, ainda que se revele ligeiramente melhor, com a previsão anterior do World Footwear Business Conditions Survey, revelada em abril último, e que apontava para um recuo de 22,5%. Desde esse momento começaram a efetivar-se alguns sinais de recuperação (contrariados nas últimas semanas, por via da emergência de uma segunda vaga da pandemia), mas a evolução do cenário macroeconômico global ainda é bastante incerta.

Em termos práticos, deixarão de ser comercializados, em 2020, 795 milhões de pares de calçado na Europa e EUA (quebra de 24%) e 2.200 milhões no continente asiático (menos 18%).

A maioria dos membros do painel de 122 especialistas inquiridos, 58% dos quais europeus, 25% asiáticos, 17% americanos e os restantes provenientes de outros continentes, acredita que no próximo semestre a quantidade de calçado comercializado recuará, enquanto que os preços manter-se-ão estáveis,

uma evolução otimista em relação às perspectivas manifestadas há apenas seis meses.

A reduzida procura, tanto no plano doméstico como nos mercados internacionais, continua a revelar-se como o principal constrangimento para os especialistas do setor. Adicionalmente, a existência de dificuldades financeiras surge como alerta-maximo no setor, sendo mencionada por quase metade dos entrevistados. A finalizar, na presente edição deste inquérito, as preocupações com a concorrência nacional e internacional voltaram aos primeiros lugares da lista das dificuldades do negócio do calçado.

SNEAKERS RESISTEM

Se é verdade que as perspectivas quanto à evolução da quota de mercado dos diferentes tipos de calçado não mudou drasticamente no passado, continuam a acentuar-se as diferenças. Assim, as perspectivas para a comercialização, nos três próximos anos, de calçado de couro clássico, principalmente no segmento masculino, são agora mais sombrias: mais de metade dos entrevistados acredita que a sua participação no mercado vai continuar a diminuir. O mesmo, 45%, acontece relativamente ao calçado

feminino em couro. No plano oposto, a comercialização de sneakers ou calçado desportivo continuará a conquistar relevância e poderá aumentar mesmo 70% até 2022. Trata-se da consequência lógica das mudanças em curso nos hábitos de trabalho, com a emergência do teletrabalho em detrimento do trabalho regular em ambiente de escritório.

VENDAS ONLINE DISPARAM

As expectativas gerais relativamente à evolução dos canais de venda online revelaram-se extremamente promissoras desde a primeira edição do World Footwear Business Conditions Survey, em detrimento, por exemplo, da evolução das lojas físicas tradicionais de retalho.

A pandemia COVID-19 parece ter contribuído para acentuar esse fenómeno. Com efeito, mais de três em cada quatro membros do painel de especialistas acredita que o comércio de calçado online, seja em plataformas específicas ou generalistas, aumentará de forma expressiva (cerca de 80%). Adicionalmente, mais de 70% prevê uma evolução muito relevante ao nível das lojas online de marca própria. Pelo contrário, quase metade dos entrevistados espera que as lojas físicas percam participação de mercado.

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



“O NOSSO PRINCIPAL OBJETIVO É A APROXIMAÇÃO AO TECIDO EMPRESARIAL PORTUGUÊS”



Assumi há um ano o cargo de Presidente do Centro de Formação Profissional da Indústria de Calçado (Academia de Design e Calçado), mas recentemente foi nomeada na qualidade de Diretora-Geral. Um Centro de Formação Profissional que se apresenta de cara lavada e cuja prioridade passa pela formação à medida das empresas.

Entrou pela primeira vez na Academia há cerca de um ano, primeiro na qualidade de Presidente, depois como Diretora-Geral. Já pode dizer que conhece bem a casa? Que avaliação faz deste primeiro ano? O sentido de responsabilidade com que assumi as funções de Presidente de Administração do Centro de Formação Profissional da Indústria do Calçado durante um ano é o mesmo com que assumo, desde setembro, as funções de Diretora do CFPIC.

O atual momento é um momento crucial para a indústria do calçado, que para além dos inúmeros desafios com que já se debatia, viu-se agora a braços com uma situação de crise grave, com uma incerteza constrangedora. O CFPIC tem tido um papel determinante no apoio à mitigação dessa situação de crise, através do desenvolvimento de formação profissional

nas empresas que viram a sua atividade reduzida em grande escala.

Assumir funções de direção de uma instituição com 55 anos ao serviço da indústria do calçado, cuja história é, por si só, uma referência no setor, que muito nos orgulha, é, pois, uma tarefa de compromisso com as necessidades desta indústria, num momento particularmente complexo.

O balanço deste ano é muito positivo mas ainda estou a conhecer a casa.

Tem sido feito um trabalho de ajustamento da oferta formativa do Centro às necessidades do momento; numa primeira fase, em virtude da obrigatoriedade de suspensão da atividade formativa, foi iniciada a formação em regime de e-learning, que veio para ficar; depois

houve a emergência da resposta em matéria de formação profissional às empresas que recorreram às medidas de apoio extraordinário que o governo disponibilizou; por outro lado, temos procurado um relançamento da imagem do Centro que se apresenta renovado, quer dentro das instalações, quer para o exterior. Essa projeção da imagem do Centro será uma constante deste mandato, junto de todos os nossos parceiros: empresas, escolas, instituições de ensino superior, associações, municípios, centros tecnológicos e junto dos nossos utentes, nos dois concelhos onde temos instalações - S. João da Madeira e Felgueiras.

Sabemos que prefere a designação Centro de Formação Profissional da Indústria de Calçado a Academia de Design e Calçado. Porquê?

O CFPIC é um Centro de Formação Profissional da rede de Centros do IEFP, IP. Como tal, tem por missão e atribuições as mesmas que, em matéria de formação profissional, estão incumbidas ao próprio IEFP, IP.

Num setor tão relevante para a economia do país, como é o calçado, em que a falta de mão-de-obra qualificada é uma realidade sentida por todos os empresários e, sendo a principal função do Centro a de formar profissionais competentes face aos desafios com que se confrontam hoje em dia todas as empresas, em matéria de inovação tecnológica, qualidade do produto, inovação e sustentabilidade, não encontro melhor designação para o Centro do que o seu próprio nome, que nunca deixou de ser Centro de Formação Profissional da Indústria do Calçado.

Que projetos tem para a Academia ou Centro de Formação, se preferir?

O principal projeto é a aproximação ao tecido empresarial, respondendo às necessidades de formação profissional que, em cada momento surjam, por diversos motivos, como o resultado de alterações tecnológicas, de implementação de novos métodos de trabalho, de aquisição de novos recursos humanos, de resposta a situações de crise como a que atualmente vivemos, quer seja em resposta às necessidades de formação contínua dos ativos empregados do setor, em áreas técnicas específicas das várias etapas do processo industrial (corte, costura, montagem e acabamento de calçado e também de marroquinaria) quer seja em áreas mais transversais, como a higiene e segurança, logística, competências digitais e outras.

Esta formação profissional deve ser também direcionada para os empresários, numa perspetiva de aperfeiçoamento contínuo das suas competências de liderança e comunicação, boas práticas em matéria de higiene e segurança, sustentabilidade dos processos e produtos, entre outras.



A atração dos jovens é outro dos nossos objetivos. O CFPIC tem uma longa experiência em cursos de Especialização Tecnológica, de onde têm surgido jovens muito talentosos nas diversas áreas de formação que desenvolvemos. Temos uma forte aposta no relançamento dos Cursos de Aprendizagem que são cursos criados pelo IEFP, que promovem uma formação profissional em regime de alternância com as empresas, durante os 3 anos (ou períodos) em que decorre, possibilitando a aquisição de competências adaptadas à realidade do posto de trabalho, logo desde os primeiros meses de formação, o que é muito vantajoso, quer para o formando, que convive com a realidade empresarial durante todo o percurso formativo, quer para as empresas que podem “moldar” o formando às suas práticas.

A internacionalização é outro dos nossos objetivos. Possibilitar aos nossos formandos a realização de estágios no estrangeiro, promover a formação dos nossos formadores em mercados com forte implantação da indústria do calçado e marroquinaria, receber no Centro de Formação formandos oriundos de países estrangeiros que pretendam vir aprender ou aperfeiçoar as suas técnicas de trabalho no setor.

E como Centro de Formação Profissional do IEFP, constituirá sempre nossa missão a implementação das políticas públicas em matéria de formação profissional, dando

resposta às necessidades de qualificação dos desempregados, às necessidades de reconversão/atualização/aperfeiçoamento dos ativos empregados, em qualquer área profissional, com predominância para a do setor do calçado.

É comum ouvir-se os empresários dizerem que a formação está desadequada das suas necessidades. Porque é que isso acontece? Possivelmente por desconhecimento de alguns empresários de que o Centro de Formação pode disponibilizar formação profissional à medida das necessidades de cada empresa.

Entre 2011 e 2013, com o elevado aumento do desemprego, foi preciso ocupar um grande número de pessoas em ações de formação profissional, muitas vezes avulsa e sem grande correlação com os diagnósticos de antecipação das necessidades de formação para um mercado de trabalho que, nessa altura, também não oferecia muitas possibilidades.

Criou-se, talvez, a ideia errada de que a formação profissional tinha o objetivo de “entreter” as pessoas sem que da sua frequência adviesse qualquer benefício quer para o formando, quer para o país. Não é essa a realidade de hoje. A formação profissional que hoje se pode disponibilizar é muito variada, quer em termos de modalidades, quer em termos de conteúdos e duração. É verdadeiramente uma formação



à feição de cada solicitação. Realizada na própria empresa ou no Centro de Formação, em horário laboral ou pós-laboral, em regime presencial ou à distância, de cariz mais técnico ou mais transversal. Quase todas as soluções são passíveis de serem realizadas no atual quadro de regulamentação da formação profissional.

Em que moldes poderá uma empresa requerer ao CFPIC formação à medida ou em ambiente de trabalho?

As empresas devem contactar o CFPIC pelos meios convencionais: web site, redes sociais, contacto telefónico ou e-mail e é, imediatamente agendada uma reunião com o empresário para identificação das necessidades de formação e apresentação, sempre em comum acordo com a empresa, de um plano de formação a implementar.

É intenção desta direcção visitar todas as empresas do setor, quer em São João da Madeira, quer em Felgueiras. Posso adiantar que, nestes dois meses de funções de direcção, tive oportunidade de visitar nove empresas e já estamos a fazer formação em todas elas.

É importante que as empresas reconheçam que o CFPIC, pela sua natureza marcadamente setorial, é a estrutura melhor preparada para responder às necessidades de formação profissional das empresas da indústria do calçado. E é importante lembrar

que a formação profissional pode ser toda ela realizada com recurso a cofinanciamento nacional e comunitário, sem quaisquer custos para a empresa ou para os trabalhadores.

Os setores industriais, o calçado incluído, têm tido muita dificuldade de atrair novos colaboradores. Na sua opinião, porque é que isso acontece?

Existe ainda um estigma, difícil de combater, nas gerações mais jovens de que trabalhar na indústria, seja ela qual for, não é prestigiante, é um trabalho árduo e mal remunerado. Creio que esta perceção tem vindo a ser invertida, ainda que do ponto de vista da remuneração, haja ainda um longo caminho a percorrer.

A indústria do calçado tem vindo a evoluir e a modernizar-se e é preciso fazer passar essa nova imagem à camada mais jovem. O Centro de Formação tem também aqui um papel fundamental na implementação de processos formativos de qualidade, que possam, por um lado, motivar e incentivar os jovens a desenvolver uma carreira profissional neste setor, por outro lado, dotá-los das competências necessárias à sua plena integração no mercado de trabalho.

De que forma será possível assegurar uma nova geração de talento para a nossa indústria?

O Centro de Formação Profissional da Indústria do Calçado orgulha-se de ter no

panorama nacional de talentos, vários seus ex-formandos. Luís Onofre será, porventura, o principal embaixador do CFPIC nesta matéria, mas há outros nomes igualmente sonantes. Todos os anos nos orgulhamos de ter vários jovens em competições nacionais e internacionais, muitas vezes premiados. Isso é o resultado do trabalho da nossa equipa de profissionais qualificados, de elevada experiência na indústria do calçado, que nos permite promover as competências técnicas necessárias nas diversas fases do processo de fabricação, desde o design, modelação, corte, costura, montagem e acabamento de calçado, e também de marroquinaria, e da existência de condições ótimas, nos dois polos de formação do centro, para a aprendizagem destes saberes, o que muito orgulha o CFPIC.

Mas temos que continuar a apostar em novos percursos de formação, em inovação e criatividade dos processos, em internacionalização, em inspiração em outros mercados, em cooperação com todos os parceiros com relevância para o Cluster do Calçado, em articulação permanente com as Associações Empresariais e, em particular, com a APICCAPS que representa as empresas do setor, pois só de forma concertada é possível atrair recursos humanos de valor para a nossa indústria.

Qual entende que deverá ser o papel do CFPIC no futuro sustentado do cluster do calçado em Portugal?

O CFPIC estará, inquestionavelmente, implicado no desenvolvimento de processos formativos que promovam a aquisição de competências nos quatro domínios do Saber – o saber, o saber fazer, ou seja, o conjunto das competências técnicas, teorias e práticas inerentes à área do calçado, o saber estar e o saber evoluir, ou seja, o conjunto das competências comportamentais que complementam as anteriores: responsabilidade, iniciativa, trabalho em equipa, capacidade de resolver problemas, capacidade de reagir a situações imprevistas, capacidade de se adaptar às mudanças.

Como já referi, este trabalho só é totalmente eficaz se for o resultado de uma concertação permanente com a indústria, na identificação das necessidades de formação, no desenvolvimento dos planos de formação, na implementação de planos de Formação-Ação, na realização de uma formação profissional alinhada com a garantia de sustentabilidade ambiental dos processos.

A indústria do calçado tem dado provas de uma indústria resiliente, com empresários muito dedicados e o momento atual é disso um bom exemplo.

É com confiança no futuro que devemos responder aos desafios do presente. E o CFPIC – Academia de Design e Calçado está na primeira linha para apoiar a indústria do calçado na resposta a esses desafios.

ARA: 46 ANOS AO SERVIÇO DA INDÚSTRIA

Em dezembro, a ara Shoes Portuguesa celebra 46 anos! Constituída em 1974, de origem alemã, a ara foi uma das primeiras multinacionais do setor do calçado a investir em Portugal.

A implementação da empresa em Portugal aconteceu sete meses depois do 25 de Abril em Portugal, e num período em que a situação política era ainda bastante instável. “Hoje, 46 anos depois, comprova-se que foi uma aposta ganha: a ara é, atualmente, uma das principais empregadoras, produtoras e exportadoras do setor”, diz a empresa em comunicado.

Atualmente, a empresa está ativa com a fábrica de Seia, desde 1991, e emprega cerca de 700 pessoas.

A ara está presente em cerca de 70 países e conjuga design,

tecnologia e know-how na produção de calçado de excepcional qualidade e conforto.

MODA E FUNCIONALIDADE

O posicionamento da marca baseia-se numa estratégia de "Moda e Funcionalidade", aliado ao conforto. Essas funcionalidades são exatamente os valores essenciais que caracterizaram a marca desde 1949. Os sapatos são concebidos para um grupo alvo cujos pés estão sujeitos a grandes esforços e têm, por isso, necessidades de conforto especiais.

Para o futuro, a ara prossegue com a sua estratégia "Fashion & Function" e, com uma mensagem clara e uma forte inovação, dirige-se às mulheres exigentes em matéria de conforto e de moda.

BY THE BOOK: NOVA MOCHILA FEITA COM GARRAFAS DE PLÁSTICO

Nova marca nasceu em tempos de pandemia no coração do Porto

Uma ideia que se materializou numa peça. Um objetivo: fazer a diferença, dando significado a um objeto. Assim nasceu a By the Book, a nova marca de acessórios portuguesa que promete fazer a diferença no mercado, pelo menos com um impacto altamente positivo. A marca reaproveita, por mochila, o correspondente a 12 garrafas de plástico do lixo.

A ideia nasceu no coração do Porto. Mário Teixeira sonhou com uma mochila que pudesse ser tudo, uma pequena casa que se transporta às costas e onde se criam memórias. Depois do desenho... a obra nasceu.

“Ganhar as pessoas para uma abordagem de comprar apenas aquilo de que necessitam, de fazer as coisas durar, de as consertar em vez de as por de lado, de as vender numa comunidade de peças em segunda mão para lhes dar uma nova vida, se for caso disso. A nossa identidade deve ter a simplicidade que esta ideia transporta consigo”, diz Mário Teixeira, designer e fundador da marca.

Cada mochila é produzida com o NewlifeTM, um produto que oferece um fio de polyester reciclado de excelente qualidade e alta performance. Feito a partir de garrafas de plástico recolhidas do lixo, o processo de produção das mochilas tem lugar numa unidade industrial de ponta, em Portugal, e é 100% rastreável.

A intemporalidade é outra das palavras-chave da marca: um produto que podia ter sido usado há 10 anos e que pode ser usado daqui a uma década. “O objetivo é que o produto final seja tão bom quanto as suas partes e é por isso que gastamos um tempo considerável a pesquisar os materiais e processos que entram nos itens que fabricamos. A nossa equipa cria as peças, analisando clássicos que resistem ao tempo”.

Mas a escolha do nome não é acaso do destino. Esta é, também, uma marca para quem gosta de ler e com uma ligação real ao mundo dos livros. As peças serão acompanhadas por um livro, que dará o nome a cada mochila. “A peça e um clássico da Penguin são



um todo que constitui uma companhia que se pode tocar, cheirar e ver além de ler e que cria um “attachment” adicional, humaniza a relação com os clientes e cria cumplicidade com a marca”, diz Mário Teixeira.

O projeto já viu a luz do dia na plataforma de crowdfunding Kick Starter, onde a marca do Porto deu o grande pontapé de saída.

MARCA PORTUGUESA PROMOVE A ECONOMIA CIRCULAR

“Vende uma peça do teu guarda-roupa e ganha um vale para descontares na compra da tua Maria Maleta.” É este o mote da nova campanha da Maria Maleta. A marca de design de malas e acessórios, junta-se à White Stamp (plataforma Portuguesa de revenda como serviço que conecta marcas e consumidores no combate ao desperdício têxtil) por uma causa maior, a Economia Circular, Sell 1, Buy 1. Este projeto visa a troca de artigos usados por vales que podem ser descontados nas marcas favoritas dos portugueses, onde o objetivo é alertar para um consumo mais consciente e sustentável.

“Consideramos a White Stamp o parceiro ideal no Sell 1, Buy 1 ao receber o valor da peça, pode descontá-lo na compra de uma nova Maria Maleta. Estamos a incentivar o consumidor a vender e ao mesmo tempo contribuir no apoio às marcas nacionais” afirma Daniela Marques, cofundadora da Maria Maleta.

Continuando a defender a missão de Economia Circular. A marca sabe que este é um ano diferente para os Portugueses, e dessa forma, com o programa Sell 1, Buy 1, não quer apelar ao consumo em massa, mas sim a uma atitude consciente que permita dar vida a produtos que já não são usados e, mesmo assim, incentivar a compra de marcas nacionais como a Maria Maleta.

Criada em 2013, a Maria Maleta tem vindo a defender o conceito de sustentabilidade através da criação de malas e mochilas capazes de durar uma vida, dando, assim, uma garantia vitalícia a todos os seus produtos em pele e adoptando o programa “reuse”.

Fundada por Ana Neto e Daniela Marques, a marca que produz exclusivamente em Portugal, desenvolve mochilas, carteiras e bolsas que podem ser utilizadas de várias formas pensadas para “todas as mulheres que têm dois lados personificados. Também as nossas Malas são produtos versáteis que permitem, de forma divertida, serem usados de várias formas para que o cliente nunca se canse da sua Maria e tenha um gosto extra em cuidar dela,” reforça Daniela Marques.



JOVAN RECEBE DUPLA CERTIFICAÇÃO

A empresa de calçado JOVAN acaba de ser duplamente certificada pelo sistema de Gestão da Qualidade e Ambiente SGQA (ISO 9001 e ISO 14001). A Qualidade e o Ambiente ficam a ganhar nesta empresa, que se dedica à produção de calçado para adultos e crianças.

A Jovan viu nesta certificação uma oportunidade para melhorar a estrutura interna da empresa e reorganizar os serviços. Segundo Cristiano Lopes, sócio gerente da empresa, este foi um passo decisivo. “Sentimos que, em conjunto com o CTCP, éramos capazes de obter esta dupla certificação da qualidade e ambiente, e o resultado vem reforçar a nossa confiança na capacidade de resposta

da Jovan às exigências do mercado competitivo atual”.

Para Cristiano Lopes “este título reforça o sentido de responsabilidade por manter, diariamente e de forma ativa, os elevados padrões de qualidade em todos os processos organizacionais”.

A implementação dos sistemas de gestão “permitiu, acima de tudo, “limpar” os processos organizacionais, eliminando alguns ruídos que traziam implicações para a eficiência. Traduziu-se na otimização dos processos e na possibilidade de os transferir entre colaboradores/as”.

“A participação do CTCP em todo este

processo foi fundamental e imprescindível. O conhecimento profundo dos parâmetros de exigência necessários à certificação permitiu-nos aperfeiçoar e evoluir diariamente, através dos contributos valiosos e apreciações construtivas que as técnicas foram emitindo, sempre numa atitude de grande paciência e profissionalismo” conclui o responsável pela Jovan.

A EMPRESA

A Jovan foi criada em 2003 e dedica-se à produção de calçado para adultos e crianças. A empresa é responsável, desde 2014, pela WOLF&SON: uma marca que cria calçado igual para pais e filhos.

GUIA PARA SOBREVIVER À PANDEMIA

A APICCAPS enviou para um universo de 16 mil potenciais clientes da indústria um guia para sobreviver à pandemia com calçado português.

Conheça os principais argumentos competitivos para convencer os clientes internacionais a contactarem as empresas nacionais.

FLEXIBILIDADE E RESPOSTA RÁPIDA

Em plena pandemia, com a incerteza nos negócios a revelar-se o pior dos inimigos para a gestão empresarial corrente, a capacidade de responder de forma flexível às solicitações do mercado será sempre determinante.

Resposta rápida, nomeadamente a pequenas encomendas, é um cartão de visita importante que as empresas portuguesas de calçado têm para oferecer.

COMPROMISSO

Palavra. Palavra de honra. As empresas portuguesas de calçado são conhecidas internacionalmente pela sua capacidade de resposta.

Respeitar os compromissos é um dos grandes compromissos do nosso país.

SEGURANÇA NOS NEGÓCIOS

A indústria portuguesa de calçado exporta mais de 95% da sua produção para 163 países nos cinco continentes. A segurança nos negócios é decisiva para a manutenção da atividade empresarial.

PRODUÇÃO LOCAL

Numa altura em que o tema da sustentabilidade está na agenda internacional, as empresas portuguesas são capazes de assegurar uma resposta integrada, baseada numa produção local de excelência. Em Portugal existem mais de 1 300 empresas de calçado responsáveis por quase 40 000 colaboradores.

Portugal é não só um parceiro fiável, como cumpridor de todos os normativos internacionais.

CLUSTER

Em Portugal existe um verdadeiro cluster, sedado essencialmente a Norte do país, num raio de 50 km do Porto, a segunda maior cidade do país.

Se as empresas de calçado e artigos de pele são muito capazes para se afirmarem internacionalmente, o mesmo se poderá



dizer de todos os restantes subsectores da fileira. Dos componentes aos curtumes, há em Portugal empresas de excelência capazes de assegurar uma resposta integrada, permitindo fazer de Portugal um player de eleição nos mercados externos.

RECURSOS HUMANOS

Em tempo de exceção, difícil é não pensar nas consequências da pandemia para a vida de milhares de trabalhadores e as suas famílias.

Em Portugal, a prioridade passa por assegurar todos os cuidados de higiene e segurança no interior das empresas. Só dessa forma é possível motivar os trabalhadores e encontrar as melhores soluções para o normal exercício da atividade.

VIVEIRO DE CRIATIVIDADE

Na última década foram criadas mais de 200 marcas de calçado em Portugal. E milhares de marcas escolheram Portugal para o desenvolvimento das suas coleções. O nosso país é um verdadeiro viveiro de criatividade.

Acolher novos projetos internacionais e criar condições para a emergência de novos produtos tem-se revelado uma solução de futuro.

POSIÇÃO GEOGRÁFICA PRIVILEGIADA

Portugal tem uma posição geográfica privilegiada.

Com acessos aéreos, terrestres e marítimos rápidos o nosso calçado chega ao centro da Europa em poucas horas.

PROMOÇÃO AJUSTÁVEL

Em circunstâncias normais, este ano, mais de 180 empresas de calçado participariam em cinco dezenas de certames internacionais.

A promoção externa é uma prioridade para as empresas portuguesas que exportam o essencial da sua produção. Participar em certames internacionais permite, desde logo, testar as coleções, conhecer os mercados ou contactar com potenciais novos clientes. Mas empresas têm outros instrumentos à sua disposição.

PORTUGUESE SHOES GOES ONLINE

Já conhece o portal Portuguese Shoes (www.PortugueseShoes.pt)? Nele poderá encontrar informações sobre centenas de empresas e dos seus produtos. Aqui poderá encontrar o seu novo parceiro de negócios.

BASE DE APOIO

Na fileira do calçado e artigos de pele em Portugal, existem várias instituições de apoios às empresas.

Para além da associação, a APICCAPS (www.apiccaps.pt), a indústria portuguesa beneficia de um moderno instituto de investigação e desenvolvimento, o Centro Tecnológico do Calçado de Portugal (www.ctcp.pt), e um Centro de Formação Profissional da Indústria de Calçado (www.cfpic.pt). Em conjunto, asseguram os instrumentos necessários capazes de garantir todo o acompanhamento técnico indispensável a uma empresa do século XXI.



CTCP *inova20*

Equipamentos e metodologias para testar e desenvolver materiais,
tecnologias, calçado inovador e novos modelos de negócio

Equipamentos

MAIS AVANÇADOS • MELHOR DESEMPENHO
RESPOSTA MAIS ÁGIL E FIÁVEL

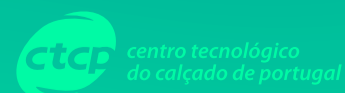
Ensaaios Laboratoriais

QUÍMICOS • FÍSICO-MECÂNICOS • CONFORTO
MICROBIOLÓGICOS • BIODEGRADIBILIDADE
APLICAÇÕES AVANÇADAS E DE SEGURANÇA

WWW.CTCP.PT/LABORATORIO

email: laboratorio@ctcp.pt

Cofinanciado por:





MICAM AVANÇA COM NOVAS DATAS

A maior feira do mundo já não se vai realizar em fevereiro. A organização da feira anunciou o adiamento da próxima edição, que será realizada de 21 a 23 de março de 2021. O objetivo é continuar a parceria #strongertogether com as feiras MICAM Milano, MIPEL, Homi (feira de joias e acessórios), Lineapelle e TheOne Milano a decorrerem nas mesmas datas e no mesmo local: Fieramilano Rho.

A MICAM Milano, MIPEL e TheONE começam no domingo, 21 de março, e terminam a 23, um dia menos do que nas edições anteriores. A Lineapelle começará, por sua vez, dia 23 e terminará a 24 de março.

À semelhança do que aconteceu no mês de setembro, os eventos vão decorrer em total segurança e em conformidade com a legislação em vigor, graças a uma requalificação do recinto que, não só adotou todas as medidas necessárias para garantir a segurança nos eventos que acolhe, mas também alterou as diretrizes da gestão de fluxos de visitantes.

As organizações dos cinco eventos concordam, unanimemente, que as feiras desempenham um papel fundamental no apoio às empresas e à indústria.

EXPO RIVA ANUNCIA EDIÇÃO DIGITAL

A próxima edição da Expo Riva Schuh e Gardabags, de 16 a 19 de janeiro de 2021, será online. O objetivo é dar continuidade ao evento, adaptando-o à nova realidade imposta pela pandemia. “A Expo Riva Schuh e Gardabags assumem os desafios impostos por este momento difícil e, não podendo garantir um evento físico, estaremos de volta em janeiro com uma Home Edition, focada no digital e pensada para fortalecer relações e negócios”, afirmou Roberto Pellegrini, presidente da Riva del Garda Fierecongressi, em comunicado.

“Sempre estive nos nossos planos oferecer uma plataforma global onde a indústria se pudesse encontrar virtualmente. Aproveitando o know-how que acumulamos ao longo dos anos, nesta edição vamos explorar novas formas de fazer negócio, superando os limites físicos de tempo e espaço. Será uma oportunidade única de estreitar as relações entre compradores e expositores e fornecer-lhes ferramentas valiosas”.

Esta edição especial marca, assim, o início de um longo percurso de evolução, que visa dotar todos os profissionais da indústria de novas formas de networking, formação e partilha de conteúdo. Entre as ferramentas que foram desenvolvidas para melhorar o contato entre empresas e compradores, a feira vai oferecer um catálogo de expositores aprimorado e uma aplicação prática e intuitiva que poderá ser utilizada em todos os dispositivos móveis.

Além disso, a Área Reservada para Expositores será ampliada e a Área Reservada para visitantes irá facilitar o diálogo direto e oferecer formas personalizadas de tornar a comunicação e troca de informações mais eficazes.

De 16 a 19 de janeiro a organização da feira vai promover, ainda, um evento em live streaming intitulado “Expo Riva Show - A conexão do calçado” que contará com uma ampla seleção de talk shows, apresentações e depoimentos.



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

RETALHO NO REINO UNIDO SEM LUZ AO FUNDO DO TÚNEL

O verão trouxe uma luz ao fundo do túnel para o retalho no Reino Unido, mas o sol foi – literalmente – de pouca dura. Após o colapso causado na primeira vaga da pandemia, as vendas no retalho de têxtil, vestuário e calçado no Reino Unido começaram a melhorar entre abril e setembro. No entanto, a segunda vaga de outubro levou as vendas a caírem, fechando agora com 18 pontos percentuais negativos.

O Harrods é um exemplo perfeito deste cenário, com uma queda de 45% nas vendas anuais, uma vez que os visitantes caíram 95% para menos de 4.500 por dia”. Antes da pandemia, a Harrods recebia, em média, 80.000 compradores diários.

Na área do calçado, muitos são os importadores que já alertaram para o cenário complexo que se está a criar. Neil Clifford, CEO da Kurt Geiger, explicou que “embora as lojas tenham agora reaberto e estejam a recuperar lentamente, a segunda vaga de COVID-19 ainda se manifesta e, combinando as novas medidas de bloqueio no país, os negócios britânicos vão viver consequências da pandemia durante anos”.

A Shoe Zone, um retalhista de baixo preço, “registou uma queda de 24% para 122,6 milhões de libras nas últimas 52 semanas (até 5 de outubro), e anunciou que “espera fechar mais 90 lojas nos próximos meses.

Outro exemplo deste cenário é a Marks & Spencer, que já anunciou que 7.000 empregos podem estar em risco.

Este cenário já tinha sido antecipado pelo British Retail Consortium, que apelidou estes meses de “pesadelo antes do

Natal”. Caso ocorra um Brexit sem acordo, as consequências para o retalho podem ser ainda piores.

Outro caso a destacar é o anúncio de falência da Arcadia, detentora da Topshop, que anunciou falência esta semana. O grupo detém lojas como Dorothy Perkins, Burton e Miss Selfridge, mas há muito que o domínio do grupo tem caído, com dezenas de fechos de lojas nos últimos meses. O encerramento desta cadeia de lojas pode por causa 13 mil postos de trabalho.

E-COMMERCE

Durante a primeira vaga de COVID-19, as vendas online de calçado aumentaram de 20% para cerca de 50%, superando o índice geral de retalho online, logo houve um aumento exponencial que foi, naturalmente, alimentado pela pandemia.

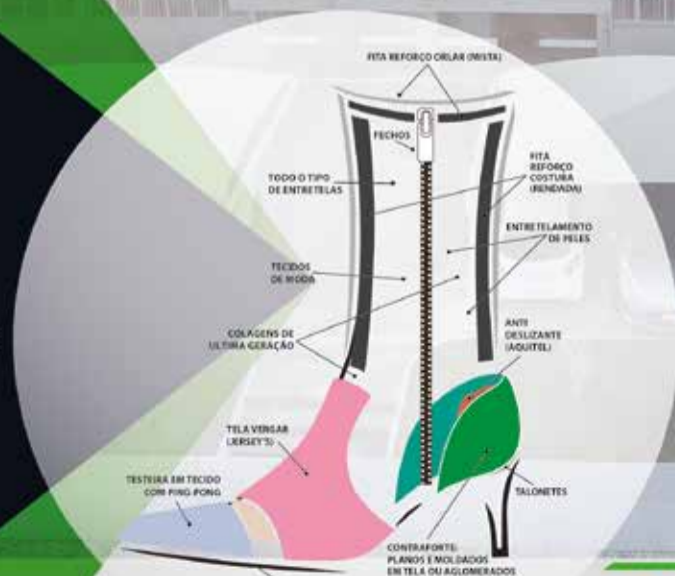
Mas, uma vez que a COVID-19 suavizou durante os meses de verão, o retalho online sofreu uma ligeira descida. Como já advertia a Shoe Zone “desde a sua reabertura em junho, as lojas registaram uma quebra nas vendas de cerca de 20%, enquanto as vendas online duplicaram, mas não conseguiram compensar a queda nas lojas físicas”.

Além disso, um grande aumento no comércio eletrónico poderá trazer alguns problemas difíceis de resolver no curto prazo, como o tempo de entrega e a capacidade de armazenagem de stock para todos os pedidos.

A retalhista de moda online Asos confirmou que tinha “menos stock do que o normal devido à escassez mundial de produtos”.

SLATEL

COMPONENTES PARA A INDÚSTRIA DE CALÇADO, LDA.



www.slatel.com

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

□
LUSOCAL®
□□



 **TECNOGI**

ECO-FRIENDLY FOOTWEAR MATERIALS

EMPREENDEDORISMO E EMPREGABILIDADE

O CTCP a convite da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira integra o novo projeto Direitos & Desafios Inova+ (CLDS), que foi apresentado à comunidade no passado dia 19 de novembro, via plataforma Zoom.

A parceria foi assim renovada para mais 3 anos, no desenvolvimento deste projeto que tem como objetivo a promoção do desenvolvimento comunitário, desafiando, inovando e criando redes de sinergia entre as entidades empregadoras e os candidatos a emprego e envolvendo ainda outros parceiros da rede social do concelho feirense.

Requalificar pessoas para o setor do calçado e marroquinaria, pessoas em situação de desemprego, em especial de longa e muito longa duração, atrair jovens para o sector, criar emprego cada vez mais qualificado, fazer parcerias com empresas e incentivar a criação do próprio emprego são os principais contributos esperados do CTCP ao integrar esta iniciativa que visa promover o empreendedorismo e a empregabilidade no concelho de Santa Maria da Feira.

COMO?

O CTCP já iniciou algumas atividades no âmbito deste projeto. A primeira ação foi a Experiência de Verão que decorreu em julho 2020, foi uma experiência que combinou workshops e flash talks com formação intensiva prática para em desenvolvimento e prototipagem de calçado no Shoe FabLab. Teve a duração de 2 semanas e participação

de 10 jovens. Ver vídeo: <https://youtu.be/nPV6z-oTUgo>.

Outra atividade foi a oficina de calçado personalizado - por impressão digital, que decorreu em novembro e cujo objetivo foi desenvolver um par de sapatos utilizando diferentes técnicas de impressão digital. Esta tecnologia permite personalizar com imagens ou textos originais em vários materiais e nos diferentes componentes do calçado, tornando-o único. Esta oficina contou o apoio da empresa Vancal - Impressão Digital, sediada em Santa Maria da Feira e especialista nesta tecnologia. Para além destas oficinas de ideias - a que chamamos "dar forma às ideias" vamos realizar formação customizada para o desenvolvimento de competências à medida das necessidades de ofertas de emprego específicas das empresas (com o objetivo direto e imediato de inserção no mercado de trabalho). Ainda no âmbito deste projeto estão previstos também "open days" no CTCP e empresas do setor. Os Cursos de Verão serão para manter nos próximos anos, uma iniciativa que visa a experimentação, do contacto com os materiais e com os processos esperamos "colocar" a semente, despertar a paixão pelo setor e atrair em especial jovens (de idade, de ideias, de vontade de criar as suas próprias oportunidades, de mudar, de se valorizar).

"Assumimos o compromisso de colocarmos as nossas valências em favor do projeto e dos seus resultados, numa lógica de agir local e pensar global - sendo o nosso setor

99% exportador, exportamos para mais de 150 países diferentes, só conseguimos pensar assim - e fazemos também parcerias com empresas do setor, todos motivados em criar experiências recompensadoras para todos os envolvidos, em especial para os participantes, tanto durante as atividades do projeto como futuramente na alteração significativa das suas vidas, para melhor" conclui Carla Aguiar do CTCP.

PARCERIA COM EMPRESAS

As empresas que pretendam contratar novos talentos e/o reforçar competências e precisem de candidatos com formação específica e não encontram no mercado, podem solicitar apoio ao CTCP. No âmbito deste projeto, podemos proporcionar formação à medida das necessidades específicas das empresas, com vista à empregabilidade.

O PROJETO

O projeto Direitos & Desafios Inova + é promovido pelo Município de Santa Maria da Feira e coordenado pela Casa dos Choupos, em parceria com o Centro Tecnológico do Calçado de Portugal. É financiado pelo programa de Contratos Locais de Desenvolvimento Social - 4.ª Geração e operacionalizado, de forma articulada, através da Agência Local em Prol do Emprego (ALPE).

Vídeo de promoção do projeto: <https://www.youtube.com/watch?v=ab2AvOJO4zE>



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

Promover o empreendedorismo e empregabilidade no setor do calçado

Objetivos

- Atrair jovens
- Apoiar a criação de novos negócios
- Criar emprego mais qualificado
- Fomentar a criatividade e inovação
- Requalificar pessoas

Atividades

- Oficinas de ideias / Fablab
- Formação à medida
- Dias abertos nas empresas
- Cursos de Verão
- Parcerias com empresas



INFORMAÇÕES

qualifica@ctcp.pt | qualifica.ctcp.pt

CTCP INOVA2020: APOSTA CONSTANTE EM INOVAÇÃO NO CONTROLO DA QUALIDADE

O CTCP está em constante atualização para fazer face às necessidades do setor e dar a resposta adequada à ambição do Cluster de se manter na linha da frente da investigação e inovação, do mercado de produtos de qualidade elevada e de valor acrescentado.

O Laboratório de ensaios do CTCP quer ser a referência no controlo de qualidade do calçado a nível mundial, e por isso investe constantemente em tecnologias que permitem dar a resposta adequada às solicitações de mercado.

Com um reforço e investimentos recentes, no âmbito do projeto CTCP INOVA2020, em novos equipamentos e materiais e em investigação e inovação, os laboratórios em São João da Madeira e Felgueiras, muito próximos das empresas, permitem dar uma resposta ágil, económica e fiável.

O objetivo é apoiar as empresas no controlo e monitorização das suas matérias-primas, componentes, produtos acabados e processos industriais.

O CTCP reforçou também as suas tecnologias

num conjunto alargado de áreas, nomeadamente em novas tecnologias e sistemas de avaliação que visem a gestão sustentável do cluster do calçado, permitindo que as empresas adequem os seus produtos com as exigências internacionais, relativas à presença de substâncias que possam causar danos à saúde do consumidor e ao meio ambiente, nomeadamente com o Regulamento (CE) nº 1907/2006 relativo ao registo, avaliação, autorização e restrição de substâncias químicas (REACH).

A área de novos materiais e calçado funcional está também a ser reforçada com tecnologias que permitem ao laboratório de ensaios Físico-Mecânicos oferecer às empresas um conjunto alargado de ensaios para caracterização dos materiais, com o objetivo de avaliar a qualidade, desempenho, conforto e segurança de forma a garantir que os materiais são seguros e fiáveis.

E por último o conforto do calçado e a aposta em novas ferramentas e conceitos para a saúde e o bem-estar é também uma das áreas de desenvolvimento deste projeto, com o reforço de equipamentos de última geração.

CTCP ABRE NOVAS VAGAS PARA PROGRAMA FORMAÇÃO PME

Formação e consultoria planeada, adaptada, financiada à medida das empresas. Esta é a proposta do CTCP com o Programa Formação PME. Sustentabilidade e Responsabilidade Ambiental e Indústria 4.0 são os domínios de intervenção do CTCP nas empresas que aderirem a esta edição do programa, cujo calendário de execução termina em dezembro de 2022. E, além de tudo isso, está previsto um incentivo a fundo perdido de 90%.

A intervenção do CTCP está suportada em ações de consultoria e de formação

ajustadas a micro, pequenas e médias empresas, que oferecem uma solução à medida das necessidades das empresas, de forma a que desenvolvam competências para “saber fazer”, uma vertente assumidamente orientada para a obtenção de resultados.

O principal objetivo é intensificar a formação dos empresários e gestores para a reorganização e melhoria das capacidades de gestão, assim como dos trabalhadores das empresas, apoiada em temáticas associadas à inovação e mudança. Trata-se, assim, de uma metodologia que implica a mobilização em alternância das vertentes de formação (em sala) e de consultoria (on the job) permitindo atuar a dois níveis. Por um lado, ao nível dos formandos, colaboradores da empresa: desenvolver competências nas áreas de

gestão prioritárias, dando resposta às necessidades de formação existentes. Por outro, ao nível das empresas: aumentar a produtividade, a capacidade competitiva e a introdução de processos de mudança / inovação.

Esta formação tem como destinatárias as micro, pequenas e médias empresas da fileira do calçado com uma dimensão até 250 trabalhadores, localizadas nas regiões Norte e Centro, certificação PME atualizada e que evidenciem cumprimento das condições de acesso mencionadas. As áreas de formação e consultoria serão divididas em dois grandes módulos Sustentabilidade e Responsabilidade Ambiental e Indústria 4.0.

Para mais informações pode aceder a <https://formacaopme.ctcp.pt/> ou contactar através de rui.moreira@ctcp.pt

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

Dina e Sandra
The Boot Institute

Duas amigas, uma ida a praia. Assim nasceu um projeto. Sandra, com background em Marketing, e Dina, com uma experiência de 12 anos no setor. Nasceu assim a marca The Boot Institute.

<https://thebootinstitute.com/collections/all>



Como é que nasceu este projeto?

Sandra: Este projeto nasceu numa ida à praia. Eu já estava a preparar toda a parte estratégica da marca, e sabia que a Dina trabalhava com calçado há mais de 12 anos e perguntei-lhe quais as melhores fábricas para produção de calçado. Após várias horas à conversa ela perguntou-me se eu não estaria interessada em ter uma sócia. Eu tinha todo o conhecimento de gestão e marketing, mas faltava-me know-how da parte da produção e após 2 dias (apenas 2 dias) de reflexão aceitei a proposta da Dina. Assim começou a aventura de duas mulheres com o mesmo sonho.

O setor do calçado foi uma escolha natural?

Dina: No meu caso foi mais do que natural uma vez que trabalho no setor do calçado há vários anos. Sempre tive vontade de ter uma marca própria, mas nunca era o momento ideal para o fazer, não tinha conhecimentos de logística, gestão e marketing digital...Eram estas as componentes que me faltavam para dar o passo, até conhecer a Sandra.

Sandra: Os meus pais vivem em São João da Madeira e desde pequena que tenho contacto com a indústria do calçado, quer seja através de familiares que trabalhavam em fábricas, designers de calçado e fornecedores de peles. Sempre achei fascinante. Para além disso, sou uma apaixonada por moda. Um dia a minha mãe

disse-me: “Devias lançar uma marca de calçado”. Fiquei com esta frase na cabeça. Um dia comecei a idealizar uma marca e foi assim que tudo começou.

Quais os maiores desafios?

Sandra: Lançar uma marca é sempre um grande desafio. Ninguém nos conhece, não existe histórico nem uma base onde o consumidor se pode apoiar no momento da compra. Assim sendo, para mim, o maior desafio é criar uma marca onde o produto é percebido pela sua qualidade, preço e serviço. Estamos em constante comunicação com os nossos clientes e potenciais clientes. A venda online ainda é um novo mercado onde existe o estigma que não há um rosto atrás do computador/marca/produto... o nosso maior desafio é, então, humanizar a marca. Acrescido a isso, julgo que estamos na altura mais desafiante de qualquer negócio devido à situação atual da pandemia.

De que forma é que o The Boot Institute se distingue no mercado?

Dina: Para a The Boot Institute aliar beleza e conforto é, sem dúvida, a nossa maior diferenciação. Todos os nossos modelos são super trendy. Utilizamos sempre materiais de alta qualidade. O que sentimos é que muitas vezes o calçado bonito não tem conforto nem qualidade. Assim sendo,

a The Boot Institute faz “test drives” em todos os sapatos antes de os lançar, para garantir máximo conforto. O feedback mais recorrente que recebemos dos nossos clientes é: “As botas são tão bonitas e são um conforto”.

Sandra: Para além disso, o nosso modelo de negócio assenta na produção em pequena escala para tornar cada modelo único. Permite-nos fazer novos lançamentos mensalmente e oferecer aos nossos clientes uma vasta gama sem, no entanto, massificar, tornando os nossos modelos quase exclusivos.

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

Dina: A marca tem, de momento, pouco mais de 1 mês de vida, assim sendo o plano é conseguir chegar ao máximo de pessoas, lançar novos modelos e internacionalizar a marca.

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

Sandra: Sejam persistentes, produzam em Portugal uma vez que temos uma indústria muito forte e de grande qualidade. Aliem-se a outras marcas, que seja na área do calçado e/ou moda. Estamos numa época mais complexa, no entanto não existe nunca a altura ideal para iniciar um novo projeto. Arrisquem, acreditem nos vossos sonhos.

CATÓLICA PORTO BUSINESS SCHOOL

EMPOWER
YOUR
FUTURE

LICENCIATURAS
MESTRADOS
FORMAÇÃO EXECUTIVA
MBAs



CATÓLICA
CATÓLICA PORTO BUSINESS SCHOOL

PORTO

www.catolicabs.porto.ucp.pt



FOLLOW ME

Em época de encerramento do ano, o destaque vai para projetos que viram recentemente a luz do dia.

NOOGMI

@noogmi

Sapatos que não têm literalmente número. Parece estranho à primeira vista, mas estes produtos foram pensados para bebés que ainda não caminham. O objetivo é calçar todas as crianças, independentemente da idade e, por isso, o Burel foi a matéria-prima escolhida.

Mas o sucesso da marca também chegou aos pais. A marca lançou recentemente modelos que para adultos que podem, inclusive, ser utilizados na rua. Este sonho que junta duas amigas começa, agora, a caminhar rumo à internacionalização.



KINDA SOCKS

@kindasocks

Não são sapatos, mas são imprescindíveis para os calçar. Não é uma adivinha, é apenas a apresentação da Kinda Socks, uma marca bem portuguesa que nasceu do sonho de duas irmãs gêmeas.

Desenhadas e produzidas em Portugal, a marca aposta no design de diferenciação para clientes que apreciam a irreverência. Mas não é só. A marca também tem preocupações ambientais e sociais e defende a criação “de um impacto social positivo, trazendo felicidade a quem nos rodeia”.

AUPRÈS

@aupres

Ângela Monteiro é o cérebro da auprès, a nova marca que acaba de chegar ao mercado. Distingue-se pela produção local, fabrico artesanal, coleções limitadas e sem temporadas, associados a um design intemporal com materiais de qualidade.

Mas não é só. A ecologia é uma das grandes preocupações da marca que acaba de lançar “dois modelos que utilizam pele com certificação sustentável, e forro isento de crómio, que ainda não se vê muito no mercado”.





CFPIC

CENTRO DE
FORMAÇÃO PROFISSIONAL
DA INDÚSTRIA DO CALÇADO

ACADEMIA DESIGN E CALÇADO



55 ANOS AO SERVIÇO DA INDÚSTRIA DO CALÇADO



O SEU PARCEIRO DE FORMAÇÃO

FORMAÇÃO À MEDIDA DA SUA EMPRESA

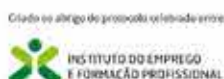
Composta por uma equipa de formadores qualificados e com uma elevada experiência na indústria de calçado, o CFPIC promove as competências técnicas necessárias nas diversas fases do processo de fabricação (design, modelação, corte, costura, montagem, acabamento de calçado e marroquinaria), criando um plano de formação com conteúdos e horários ajustados às necessidades da sua empresa.

- Apoio na elaboração de candidaturas às MEDIDAS DE APOIO EXTRAORDINÁRIO À RETOMA PROGRESSIVA DE ATIVIDADE EM EMPRESAS EM SITUAÇÃO DE CRISE EMPRESARIAL (LAY-OFF) e desenvolvimento da formação profissional.
- Planos de formação específicos inerentes ao fabrico de calçado e marroquinaria.

FORMAÇÃO 100% FINANCIADA



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Social Europeu



INS TITUTO DO EMPREGO
E FORMAÇÃO PROFISSIONAL



Sede S. J. Madeira

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

Pólo de Felgueiras

Rua Dr. Francisco Augusto Costa
Leite, nº 169 – Margaride
4610-250 Felgueiras
tel: +351 255 318 220
e-mail: comunicacao@cfpic.pt