

Notí- cias

MUNDO

Economia mundial
cresce 3,2% no próximo ano

INDÚSTRIA

APICCAPS reúne
Conselho Consultivo

FEIRAS

Lineapelle: o mundo mágico
dos componentes

GERAÇÃO 5.0

Conheça Artur Cardoso,
da Wagwan



FICHA TÉCNICA	DIRETOR	EDIÇÃO	CONCEÇÃO GRÁFICA	DISTRIBUIÇÃO
PROPRIEDADE APICCAPS - Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado, Componentes, Artigos de Pele e seus Sucedâneos	Presidente da APICCAPS FOTO DE CAPA Pedro Afonso	Gabinete de Comunicação da APICCAPS claudiapinto @apiccaps.pt	Manifesto Works EXECUÇÃO Laborpress	Gratuita aos associados TIRAGEM 2.000 exemplares

N.º DL: 366612/13

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



ECONOMIA MUNDIAL cresce 3,2% no próximo ano

3

O Fundo Monetário Internacional (FMI) prevê um crescimento da economia mundial de 3,2%, e um desempenho semelhante em 2025. Já a Zona Euro evoluirá 0,8% este ano e 1,2% no próximo. Para Portugal as perspetivas são de um crescimento de 1,9% e de 2,3% em 2024 e 2025, respetivamente.

Entre as economias classificadas como avançadas, e para 2024, o FMI projeta um crescimento para os Estados Unidos de 2,8%, para a Alemanha (0%), França (1,1%), Itália (0,7%), Espanha (2,9%), Japão (0,3%), Reino Unido (1,1%) e Canadá (1,3%).

Para 2025, a projeção do FMI é de um crescimento da economia dos Estados Unidos em 2,2%, da Alemanha (0,8%), França (1,1%), Itália (0,8%), Espanha (2,1%), Japão (1,1%), Reino Unido (1,5%) e Canadá (2,4%).

Em termos de outras economias avançadas, a perspetiva é de crescimento de 2,1% em 2024 e de 2,2% em 2025.

Para as economias de mercados emergentes e economias em desenvolvimento, a projeção é de crescimento de 4,2% em 2024 e 2025.

No seu “outlook económico” o FMI diz ainda que espera que o crescimento em termos mundiais “se mantenha estável”, contudo alerta que as perspetivas são “desanimadoras”.

Apesar disso a organização salienta que existem “revisões notáveis”, face a abril, como a melhoria nas previsões para os Estados Unidos que “compensaram” as descidas noutras economias avançadas, em particular, as economias dos maiores países europeus.

“Da mesma forma, nos mercados emergentes e nas economias em desenvolvimento, as perturbações na produção e no transporte de mercadorias, especialmente o petróleo, os conflitos, a agitação civil e os eventos climáticos extremos levaram a revisões em baixa das perspetivas para o Médio Oriente, a Ásia Central e para a região da África Subsariana”, salienta o FMI.

Mas estas perspetivas acabaram por ser “compensadas” pelas melhorias nas previsões para a Ásia emergente, adianta o FMI, onde a “crescente procura de semicondutores e de eletrónica, impulsionada por investimentos significativos em inteligência artificial, impulsionou o crescimento, uma tendência apoiada por substanciais investimentos públicos na China e na Índia”.

O FMI projeta que daqui a cinco anos o crescimento global fique em 3,1%, o que no entender da organização é um “desempenho medíocre” face à média em altura de pré-pandemia da Covid-19.

“À medida que a desinflação global continua, a inflação dos preços dos serviços continua elevada em muitas regiões, apontando para a importância de compreender as dinâmicas sectoriais e de calibrar a política monetária”, considera o FMI.

O FMI alerta que com o “desaparecimento dos desequilíbrios cíclicos” na economia global as prioridades políticas a curto prazo devem ser “cuidadosamente calibradas” para garantir uma “aterragem suave”.

A organização deixa ainda outro alerta que vai no sentido de serem “necessárias reformas estruturais” para melhorar as perspetivas de crescimento a médio prazo, “ao mesmo tempo que se deve manter o apoio” aos mais vulneráveis.

DEPOIS DA TEMPESTADE, espera-se pela anunciada bonança

Mais de 40 empresários da fileira do calçado e artigos de pele participaram numa reunião alargada entre os Órgãos Sociais e o Conselho Consultivo da APICCAPS. Um encontro que se repete todos os anos e que acolhe empresários de todas as regiões de forte concentração da indústria do calçado.

Neste debate profundo, onde se procurou “apalpar o pulso” ao setor, Luís Onofre recordou que “o atual contexto internacional, marcado por tensões geopolíticas e pelas consequências do combate à inflação nas principais economias mundiais, tem colocado desafios significativos ao setor”. O presidente da APICCAPS destacou que “o abrandamento económico na Europa, nomeadamente na Alemanha e em França, os nossos principais mercados, refletiu-se num desempenho setorial aquém do desejado”. No entanto, “é precisamente nestes momentos mais desafiantes que a experiência e visão estratégica dos empresários se tornam mais valiosas. Acreditamos que 2025 será um ano de mudança”, concluiu o presidente da APICCAPS.



O DIAGNÓSTICO

Numa análise aprofundada à realidade internacional, Vasco Rodrigues, do Centro de Estudos de Gestão e Economia Aplicada da Universidade Católica do Porto (CEGEA), destacou o contexto internacional difícil, acentuado pelas guerras: Ucrânia e Médio Oriente, pelo fraco desempenho da economia dos nossos principais mercados internacionais, pelo abrandamento da economia portuguesa e pelo aumento dos custos salariais. No entanto, alguns sinais positivos parecem estar já no horizonte: surto inflacionista parece superado; o BCE tem baixado sucessivamente as taxas de juro e, apesar de todos os problemas passados, como a pandemia, a inflação e a guerra, o crescimento económico mundial permanece sólido.

No caso específico da indústria portuguesa do calçado, a confiança dos empresários parece estar a melhorar. A avaliação do estado dos negócios no Inquérito de Conjuntura da APICCAPS caiu a pique entre o 4º trimestre de 2022 e o 3º de 2023. No entanto, desde o 4º trimestre de 2023 que está a recuperar.

Vasco Rodrigues destacou o bom desempenho do setor de artigos que deve ser olhado como um estudo no caso dentro do cluster. Desde o primeiro semestre de 2019 até ao primeiro semestre de 2024 cresceu mais 120%, exportando atualmente 200 milhões de euros. Este subsetor do cluster tem registado uma performance muito positiva, com a quota nas exportações do cluster a duplicar nos últimos cinco anos (passou de 9% em 2019 para 19% em 2024).

No contexto internacional, o especialista da Universidade Católica destaca a alteração profunda na origem das importações da UE 27. Polónia (+1,7 p.p.), Alemanha (+2,1 p.p.) e Países Baixos (+3,2 p.p.) reforçaram muito as suas quotas, enquanto a China foi quem mais caiu (-4,4 p.p.).



ENTENDER O CONTEXTO

Alberto de Castro é professor na Universidade Católica do Porto. Acompanha de perto o setor do calçado há praticamente 30 anos e foi o responsável pela maioria dos diagnósticos do setor efetuados nesse período. Na reunião-magna da APICCAPS, desafiou os empresários a analisarem a envolvente atual, dando como exemplos grandes empresas internacionais que não se adaptaram à mudança, como a Weston Union ou a BlackBerry. “A certa altura é preciso perceber que o contexto está a mudar para entender se é preciso mudar o modelo de negócio”. O professor da Universidade Católica explica, no entanto, que “não estamos nesse momento, mas esta reflexão é importante para cada empresa fazer individualmente”. Alberto de Castro explica que é necessário “analisar em que medida – é uma lição que se leva daqui – cada uma das empresas percebe se o modelo de negócio que está a usar precisa de ajustamentos ou de rutura porque, efetivamente, o mundo está a mudar muito”.

Há aproximadamente duas décadas, aquilo que designávamos de “países emergentes passaram a pesar mais na economia mundial do que os países desenvolvidos”, recordou. Para Alberto de Castro isso significa que é precisamente nesses países que “a procura poderá crescer. Quando olhamos para a Europa, vemos uma estagnação demográfica total (envelhecimento da população). Não podemos esperar uma procura igual à que existia anteriormente”.

5

A esse propósito, importa recordar o diagnóstico do Plano Estratégico. De acordo com a Universidade Católica, “mercados em crescimento oferecem melhores perspetivas de sucesso comercial”. Feitas as contas, “as perspetivas de evolução da população e do PIB per capita de cada país sugerem que, na próxima década, será sobretudo na Ásia e em África que o consumo de calçado mais aumentará”. Já entre as economias avançadas, “os EUA são o país que oferece melhores perspetivas, nomeadamente quando se considera adicionalmente a dimensão do mercado”. A Católica admite que “o mercado potencial do calçado português é constituído pelos consumidores que têm um rendimento igual ou superior à média do PIB per capita dos países da OCDE em 2020, ou seja, cerca de 38.500 dólares”.

Com base na informação disponível, estima-se que haja no mundo 145 cidades que albergam mais de 500 mil clientes potenciais, para o calçado português. Cerca de 2/3 dos investimentos do setor deverá centrar-se na Europa ou EUA, mas também há oportunidades identificadas na Coreia do Sul e no Japão. São, aliás, já esses os mercados que motivarão uma abordagem profissional do calçado português já a partir de julho, primeiro em Seul, depois em Atlanta, e Tóquio no início do próximo ano.

Documento estratégico avalia setor

E APONTA SOLUÇÕES PARA O FUTURO

O setor de calçado enfrenta, há já dois anos, um momento de particular complexidade a nível internacional, com praticamente todos os players a revelarem um desempenho modesto.

No mais recente Plano Estratégico do Cluster do Calçado 2030, recorda-se que o “património reunido permite invocar um conjunto de forças que nos posicionam favoravelmente face à concorrência internacional”, nomeadamente “ao contrário do que acontece, ou tem acontecido, em diversos países europeus, Portugal mantém uma base industrial sólida, bem equipada, com reconhecidas competências manufatureiras, e preparada para responder com rapidez e flexibilidade às necessidades dos clientes”. Acresce que “o cluster português do calçado evoluiu muito, na última década, quanto à sua capacidade de desenvolvimento do produto de acordo com os mais elevados padrões de qualidade, design e sustentabilidade”. Refletindo características culturais portuguesas, “os empresários e gestores portugueses têm facilidade no relacionamento com os clientes internacionais e são, geralmente, considerados parceiros de negócio confiáveis”, recorda a APICCAPS no documento.

- 6 O cluster “beneficia de trabalhadores dedicados, com competências fabris assinaláveis, e de uma baixa conflitualidade laboral”, enquanto “a marca institucional Portuguese Shoes é hoje reconhecida no mercado profissional internacional como uma garantia de qualidade e sofisticação”. É justo igualmente reconhecer que “existe uma cultura coletiva partilhada por empresas e instituições setoriais que lhes permite manter coerência de atuação e desenvolver projetos de interesse comum, nomeadamente nos domínios tecnológico e comercial”.

Importa, no entanto, estar conscientes de um conjunto de debilidades que limitam a capacidade de atuação do setor. Desde logo, “as nossas marcas têm escasso reconhecimento pelo consumidor final, o que limita a sua capacidade de afirmação no comércio online, estando a maioria da produção nacional subordinada à marca do cliente”. Portugal apresenta igualmente “custos de produção demasiado altos para competir nos segmentos mais massificados do mercado, mas tem escassa presença nos segmentos de verdadeiro luxo”. Adicionalmente “tendo-se desenvolvido centrado no couro, o cluster português de calçado é pouco denso no que respeita à oferta de materiais alternativos e de soluções para os trabalhar”. Em termos práticos, “tendo uma origem predominantemente fabril, as empresas portuguesas têm competências limitadas no marketing, na gestão de marcas, nos processos digitais e no controlo de cadeias de valor deslocalizadas”. Por outro lado, “embora a dimensão média das empresas portuguesas de calçado não se compare desfavoravelmente com as de outros países europeus, o cluster português dispõe de poucas empresas com escala suficiente para uma atuação autónoma nos mercados internacionais”. A fidelizar, “as empresas e as instituições setoriais têm debilidades no que respeita à codificação, preservação e transmissão de saberes e competências”.

AS AMEAÇAS

“O contexto que enfrentamos coloca-nos perante ameaças que não podemos ignorar”, recorda o Plano Estratégico do Cluster do Calçado 2030, nomeadamente “a afirmação de novos concorrentes com padrões de qualidade próximos do português, beneficiando de custos de produção mais baixos e da desvalorização das suas moedas face ao euro”. Adicionalmente, “a subida dos custos de produção em Portugal, até agora impulsionada, sobretudo, pela regulamentação do mercado do trabalho, mas, no futuro, também pela tendência para a escassez de mão-de-obra que já se vinha a fazer sentir e que a pandemia de COVID-19 exponenciou”. A outro nível, importa relevar “a persistência de tendências desfavoráveis ao calçado clássico de couro, seja devido às preferências dos consumidores por calçado confortável, seja devido à perceção do mercado quanto aos seus supostos impactos ambientais” ou mesmo “a potencial subida das taxas de juro e consequente aumento do custo do endividamento, para as empresas e para o Estado”.

OPORTUNIDADES NO HORIZONTE

Não obstante 88% da produção de calçado a nível mundial ser, atualmente, assegurada por players asiáticos, continuam a verificar-se oportunidades para as empresas portuguesas. A APICCAPS, no seu documento estratégico, recorda “a tendência para a manutenção de uma maior fração da produção industrial na Europa, como proteção contra as fragilidades das cadeias globais de produção que a pandemia revelou”. De igual modo, persiste “potencial de mercados em que a penetração do calçado português ainda é reduzida, não só fora da Europa, mas também no centro e leste europeu, onde a quota do calçado português é muito inferior à alcançada nos grandes mercados da União Europeia”. Também deve ser considerada, “a disponibilidade de meios financeiros”, no âmbito 2030, para financiar novos projetos”.

Já a ascensão do comércio online ou a crescente importância da sustentabilidade, podem tanto ser ameaças como oportunidades, desde que “saibamos responder às novas exigências regulamentares e de mercado”.



Candidaturas Sistemas de Incentivos

CTCP apoia o Seu projeto



Apoiamos na preparação de candidaturas aos Sistemas de Incentivos atualmente disponíveis, ajudando a fortalecer e expandir os seus negócios.

Aproveite esta oportunidade para aceder a fundos essenciais para o crescimento e inovação da sua empresa!



SICE - Internacionalização das PME

Incentivo a ações de internacionalização: presença em feiras, marketing internacional, e-commerce, criação de marcas e certificações para mercados externos.

Investimento mínimo: 200.000€

Taxa de financiamento: 40%

Prazo: até 30/12/2024

SICE - Incentivos à Inovação Produtiva

Apoio à inovação nas capacidades produtivas: criação de novos estabelecimentos, aumento de capacidade, diversificação de produtos e melhoria de processos de produção.

Investimento mínimo: 300.000€

Taxa de financiamento: até 40%

Prazo: até 30/12/2024

SICE - Qualificação das PME

Fomento à digitalização e qualificação: gestão, logística, transformação digital, sustentabilidade e proteção de propriedade industrial.

Investimento mínimo: 200.000€

Taxa de financiamento: 50%

Prazo: até 30/01/2025

Sistema de Incentivos de Base Territorial

Incentivo à expansão e modernização de micro e pequenas empresas: aquisição de equipamentos, participação em feiras, marketing, consultoria especializada e certificação de produtos.

Investimento mínimo: 25.000€ | máximo: 300.000€

Taxa de financiamento: 50%

Prazo: até 30/12/2024

Não perca esta
oportunidade de
investimento!

Para mais informações e
apoio na candidatura, entre
em contacto connosco.



Centro Tecnológico do Calçado de Portugal

Maria José Teixeira - mjose.teixeira@ctcp.pt

Rui Moreira - rui.moreira@ctcp.pt

Indústria aplaude “puxão de orelhas” de Draghi ÀS POLÍTICAS EUROPEIAS

A indústria portuguesa, através da CIP — Confederação Empresarial de Portugal, congratulou-se com as propostas e conclusões apresentadas no relatório «The Future of European Competitiveness», coordenado por Mario Draghi. Trata-se, no entender da confederação, de um importante instrumento para uma nova e ambiciosa estratégia de desenvolvimento da Europa, centrada na competitividade.

Para a CIP, o “relatório Draghi” consubstancia uma mudança clara no pensamento europeu, justamente porque volta a colocar a competitividade no centro de políticas promotoras de prosperidade, sustentabilidade, bem-estar, democracia e coesão social na Europa. Neste sentido, o documento estratégico apresentado em Bruxelas pelo ex-primeiro-ministro italiano vai ao encontro do modelo de crescimento e desenvolvimento que a CIP preconiza para Portugal e para a União Europeia (UE), designadamente no seu Pacto Social.

“O relatório lança uma nova visão sobre temas fundamentais para o futuro da UE. Desde logo a competitividade, mas também a reindustrialização, a produtividade, a inovação e a sustentabilidade. Apresenta orientações concretas sobre as grandes apostas que a Europa deve fazer para se adaptar ao novo contexto geopolítico e para dar resposta aos grandes desafios do mundo contemporâneo e do próprio projeto europeu”, considera o diretor-geral da CIP, Rafael Alves da Rocha.

De resto, a CIP tem vindo a alertar insistentemente para a perda de competitividade europeia ao longo das últimas décadas, com um claro agravamento em anos recentes. De tal forma que a UE regista, hoje, um preocupante gap face a outras grandes potências económicas mundiais, fruto de um insuficiente investimento em I&D+i, de uma crescente dependência externa de matérias-primas, da escassez de talento com competências digitais e da morosidade na descarbonização da economia, entre outros fatores.

Por tudo isto, a necessidade de recentrar a ação europeia em iniciativas que reforcem a economia dos 27 é agora largamente aceite. Este é, pois, um momento oportuno para colocar em marcha ações tendentes a reverter a perda de competitividade europeia e a permitir que as empresas europeias explorem todo o seu potencial. De outro modo, a UE não logrará assumir uma posição de liderança na transição digital e energética, na economia verde, no combate às alterações climáticas, nas transformações laborais, na industrialização 4.0, na indústria farmacêutica e nos avanços biomédicos, por exemplo.

Mario Draghi sublinha a necessidade de a UE investir uma grande quantidade de dinheiro num período relativamente curto, de modo a dar resposta às sérias necessidades de financiamento em áreas críticas como a sustentabilidade, a inovação, as tecnologias digitais ou os grandes projetos infraestruturais.

Este reforço do investimento implica emissão de dívida conjunta e financiamento público pelos países da UE, mas deverá envolver também muito dinheiro privado. Para tanto, a CIP defende incentivos orçamentais para desbloquear o investimento do setor privado. O estímulo necessário para esse investimento terá algum impacto nas finanças públicas dos estados-membros, mas os ganhos de produtividade podem mitigar os custos orçamentais.

O fraco investimento europeu das últimas décadas explica ainda o importante gap de produtividade da UE face aos EUA. Gap que se deve, em boa medida, aos custos em que as empresas europeias incorrem para cumprir os imensos requisitos legais e administrativos impostos pelo aquis comunitário, aos quais acrescem pesadas cargas fiscais em muitos países. E Portugal faz, infelizmente, parte do grupo de países europeus fiscalmente pouco competitivos, circunstância que penaliza a capacidade de investimento das nossas empresas.

Para o diretor-geral da CIP, “são necessárias decisões urgentes para que a UE se reafirme como um grande player mundial e relance a sua atratividade económica. É fundamental que as empresas se instalem e invistam na Europa.





CATÓLICA

CATÓLICA PORTO BUSINESS SCHOOL

PORTO

1, 2, 3... ASSIM SE COMEÇA A CONTAR

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

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

EMPOWER YOUR
FUTURE

SAIBA MAIS



catolicabs.porto.ucp.pt



Sapatos portugueses sobem à passerelle da **MODALISBOA**



O Pátio do Galé voltou a ser o epicentro da moda portuguesa. De 11 a 13 de outubro, a ModaLisboa apresentou ao mundo as tendências para a próxima estação quente.

SINGULAR deu o mote para uma edição carregada de criatividade. “A 63ª edição da Lisboa Fashion Week foi desenhada para celebrar a relação entre a capital e a Semana da Moda, produto de uma cidade efervescente, transformada e transformadora, brilhante e intercultural. Foi desenhada para ser SINGULAR. Para ter na sua passerelle o melhor do design e o melhor da produção ética e responsável”, explica a organização.

O calçado português voltou a associar-se a este evento, porque em cada sapato de couro vive uma história singular, moldada por mãos que carregam o saber de gerações. Não há pressa, nem soluções massificadas. Cada par nasce com a promessa de durar uma vida, resultado de um cuidado que transcende o tempo. Em Portugal, há uma essência que rejeita o comum e valoriza o exclusivo, onde o design não é apenas forma, mas identidade. Aqui, a qualidade é mais do que uma exigência: é a alma que confere a cada peça o seu carácter único. É nessa atenção ao detalhe que reside a verdadeira diferença, onde a singularidade se torna a regra, e não a exceção.

A apresentação Portuguese Soul - da responsabilidade da APICCAPS em parceria com a ModaLisboa, e que conta com o apoio do PRR, no âmbito do projeto BioShoes4all - decorreu no espaços HAVAS e contou com uma performance única do pianista Máximo Francisco (autor de MALHA, a banda sonora da campanha MODALISBOA SINGULAR).

Nesta apresentação, quem brilhou foram as marcas Ambitious Carlos Santos, Leather Goods by Belcinto, Miguel Vieira, Sanjo, Penha, Valuni e Tatuaggi.

Esta edição da ModaLisboa também foi de estreias: Luís Onofre apresentou pela primeira vez na Semana da Moda de Lisboa. Com Desire, o designer apresentou um infinitude de cores e silhuetas que elevam o desejo ao seu esplendor máximo. Com tonalidades e designs contrastantes os sentidos são despertados. “Os modelos de Desire são sapatos sexys criados para alcançar uma expressão ainda maior quando calçados. São visualmente muito apelativos”, descreve o designer sobre o que o inspirou. Esta estação, Luís Onofre reforça a sua admiração pela mulher e cria uma coleção que é um apelo às emoções fortes.

PARCERIAS CRIATIVAS

O calçado português subiu, nas últimas semanas, às principais passerelles da moda internacionais. Depois de Londres, Paris. Nova Iorque... Agora foi a vez de Lisboa.

“No âmbito do projeto Bioshoes4all, marcas de calçado têm-se associado a designers internacionais de referência, desenvolvendo parcerias criativas que se esperam duradouras”, revelou Paulo Gonçalves. “Em termos práticos, se a indústria portuguesa de calçado tem a experiência acumulada e a capacidade instalada para responder aos mercados internacionais, os jovens designers revelam uma visão fresca e renovada do mercado”, razão pela qual “este tipo de trabalho tende a beneficiar todos os intervenientes”.

Agora, foi a vez do calçado nacional se associar a designers com a assinatura made in Portugal, promovendo uma ligação direta entre design e indústria.

Duarte Hajime subiu à passerelle com a marca 8000 kicks. Também Luís Carvalho apresentou pela primeira vez com a Calçado Penha, marca que se repete na passerelle da ModaLisboa com uma renovação da parceria com Joana Duarte, da Bèhen. Dino Alves voltou a apresentar calçado desenvolvido em parceria com a Reve de Flo.

LINEAPELLE:

Bem-vindo ao mundo mágico dos componentes. Entrar na Lineapelle é aceder ao universo das soluções das matérias-primas e dos componentes de todo o mundo. Durante três dias, centenas de empresários trabalham à frente da linha do tempo para garantir inovações para as próximas coleções de calçado e marroquinaria.

Na edição de setembro, pelos corredores da Lineapelle, passaram 23.800 profissionais da indústria, com destaque para os 17.573 compradores (57% italianos, 43% internacionais, representando 112 países).

12

A comitiva portuguesa na feira contou com 30 empresas que mostraram o melhor do made in Portugal. Com a sustentabilidade e as alterações climáticas como imperativos mundiais, a indústria do calçado pede soluções criativas, onde tudo pode ser transformado e onde as inovações são transversais em cada detalhe.

“Temos sentido uma maior procura por processos cada vez mais eficientes e cada vez mais ecológicos - e aqui faço uma ligação às universidades - procurar processos produtivos mais sustentáveis, mais eficazes, com novas soluções”, explica Rodolfo Andrade. O responsável da Multicouro defende que “a indústria do couro tem conseguido dar saltos muito interessantes”.

No universo dos componentes, a Combocal apresentou solas produzidas com borracha natural e com fibras de bananeira. “A par da borracha, outros constituintes, aditivos e cargas de força têm origem natural, por exemplo a sílica é proveniente de cascas de arroz”, explica Ricardo Pinto. “Outro material que tem tido muito sucesso nesta feira são os materiais com tonalidades translúcidas, o ice rubber, que já estamos já a comercializar. A par destes materiais, temos materiais com fibras de bananeira, por exemplo”, diz o responsável comercial da empresa de componentes



o mundo mágico dos componentes



As alterações climáticas e a sustentabilidade são imperativas mundiais e pedem soluções criativas. Nesta indústria tudo pode ser transformado, incluindo pneus de carros em solas. “O pneu quando é produzido tem um excedente de fibras – o poliéster cord. Para dar uma nova vida a este resíduo, decidimos misturar com um composto de borracha e obtivemos um conceito de sola bastante diferente”, explica Ricardo Pinto.

De Portugal vieram soluções que cruzam o saber das universidades e a união de esforços de várias empresas nacionais, fruto do trabalho desenvolvido no projeto BioShoes4All. É o caso da Atlanta, que apresentou solas inspiradas na anatomia dos animais.

13

“Adaptar inspirações da natureza a soluções para solas. Temos solas inspiradas na rémora, no polvo, na cabra-montês. Cientistas adaptaram a sola para ter mais conforto, maior dissipação de energia, tendo como inspiração o que encontramos na natureza”, refere João Carvalho da Atlanta.

A natureza serve, assim, de inspiração para criar materiais alinhados com a sustentabilidade e com a pegada ecológica que cada marca portuguesa quer deixar no mundo.

“Agora damos um contributo ímpar para a sustentabilidade e para a circularidade”, explica Maria José Ferreira. A coordenadora do BioShoes4All explica que “o projeto está a apostar em tecnologias inovadoras à escala nacional e europeia que nos permitem, por exemplo, fazer calçado e componentes ultraleves em material termoplástico. Até à data, este tipo de materiais muito leves não eram termoplásticos, não são recicláveis”, concluiu.

PORTUGAL QUER DUPLICAR

exportações de calçado técnico

A indústria portuguesa do calçado está empenhada em duplicar as exportações de calçado técnico para 100 milhões de euros até final da década. Decisivo para esse contributo será o projeto mobilizador FAIST, que junta 45 parceiros e pretende desenvolver uma nova geração de tecnologia de ponta.

Para Florbela Silva, coordenadora do projeto FAIST, “importa que a reindustrialização e uso de processos de elevada produtividade permitam às empresas fabricar pequenas, médias e grandes encomendas a preços competitivos, conseguindo entrar nas grandes cadeias de distribuição, nomeadamente nos segmentos mais técnicos”. Para a responsável do projeto mobilizador, o “FAIST irá mesmo reposicionar a indústria de calçado em Portugal no plano internacional”.

14 A indústria portuguesa tem vindo a investir na produção de calçado técnico de alto valor acrescentado fornecendo inclusivamente as principais forças de segurança a nível internacional, mas igualmente hospitais, centros de saúde ou mesmo companhias aéreas. Uma realidade que será reforçada com os investimentos em curso. “Temos o conhecimento, a capacidade instalada e estamos a preparados para alargar a nossa oferta”, destacou Reinaldo Teixeira. Para o presidente do Centro Tecnológico do Calçado de Portugal “temos todas as condições para nos afirmarmos como uma referência no desenvolvimento de calçado técnico”.

“Nos últimos 20 anos, o segmento de calçado profissional em Portugal evoluiu de forma significativa, acompanhando as mudanças na economia global, nas exigências regulamentares e nas necessidades dos clientes”, defende Albano Fernandes. O CEO da AMF recorda que, no início, “o mercado era bastante focado em atender às normas básicas de segurança e funcionalidade. As empresas estavam mais preocupadas com a produção em massa, oferecendo calçado robusto e acessível, principalmente para setores como a construção e a indústria pesada”. No entanto, considera Albano Fernandes, “à medida que as exigências dos trabalhadores e das empresas evoluíram, assistimos a uma transformação importante no setor. As regulamentações de segurança tornaram-se mais rigorosas, impulsionando a inovação nos materiais e na tecnologia aplicada ao calçado. Hoje em dia, há uma procura crescente por produtos que combinem proteção com conforto, design e até preocupações ambientais. O mercado não se limita mais a apenas cumprir requisitos legais, há uma pressão crescente por desenvolver calçado profissional ergonómico, leve e esteticamente apelativo”.

Acresce que, “o advento da digitalização e a globalização dos mercados também nos permitiram expandir o alcance internacional das nossas empresas. Hoje, conseguimos competir em nichos de alto valor acrescentado, exportando para mercados que antes eram praticamente inacessíveis”. Temos, continuou Albano Fernandes, “de continuar a inovar e a adaptar-nos às tendências globais, como a sustentabilidade, a personalização e o uso de tecnologia inteligente nos produtos, para garantir que Portugal mantém a sua competitividade no setor”.



Já de acordo com Teófilo Leite, “a produção nacional de calçado profissional está ao nível dos melhores”. Para o responsável-máximo da Indústrias e Comércio de Calçado (ICC) “Portugal distingue-se pela competitividade, grande capacidade de adaptação, a disponibilidade para acolher projetos disruptivos e a flexibilidade produtiva”. Em termos práticos, “o segmento do calçado profissional em Portugal tem evoluído de forma proporcional ao aumento da consciência global relativamente à sua mais-valia na proteção e estado geral de boa saúde dos colaboradores dos mais diversos setores de atividade”, considera Teófilo Leite. “Começamos por privilegiar a segurança no trabalho, mas rapidamente se percebeu que se tinha de harmonizar segurança com design, tendências de moda, seleção de matérias-primas, capacidade de testar a conformidade dos seus produtos em relação às normas, bem como a saúde do pé, área em que a LAVORO foi pioneira há quase 15 anos”.



AFASTAR A CONCORRÊNCIA

“Enquanto parte da indústria portuguesa do calçado, aquilo que nos distingue a nível nacional é a herança de qualidade e a nossa capacidade de inovação contínua”, assegura Albano Fernandes. Para o CEO da AMF, “Portugal é amplamente reconhecido pela excelência na produção de calçado, e as nossas empresas refletem essa tradição de mestria artesanal aliada à adaptação às novas exigências globais. A nossa indústria tem a reputação de combinar qualidade premium com flexibilidade produtiva, o que nos permite responder rapidamente às mudanças do mercado e às necessidades dos clientes”.

A outro nível, entende Albano Fernandes, “o calçado produzido em Portugal é conhecido pela sua durabilidade e pelo cumprimento rigoroso das normas europeias de segurança, o que nos posiciona como um dos principais exportadores de calçado de segurança a nível internacional. Como membros deste setor dinâmico e inovador, conseguimos integrar a tradição artesanal com tecnologia de ponta, garantindo que continuamos a ser competitivos e reconhecidos em mercados exigentes”.

Alexandre Carneiro, da histórica Abílio P. Carneiro, que se aproxima a passos largos do centenário, por sua vez, acrescenta que “a produção de pequenas séries, muitas das vezes adaptadas a mercados específicos, é uma das grandes vantagens competitivas de produzir em Portugal, bem como a agilidade e capacidade das empresas”.

Do ponto de vista técnico, Teófilo Leite recorda que “a produção de calçado profissional é muito exigente”, na medida em que todos os modelos carecem de certificação em diversos parâmetros. “Este é um setor muito regulado, com normas diferentes de mercado para mercado”, recorda, razão pela qual “este é um segmento sem espaço para improvisado”. Por isso, “rigor e paciência são os primeiros requisitos, antes mesmo de idealizar bons modelos, selecionar os melhores materiais, ter as melhores equipas produtivas, investir em tecnologia de vanguarda, ter capacidade diária para testar materiais e produtos, construir uma marca, não estar dependente do preço, estabelecer parcerias estratégicas e ter uma força de vendas eficiente”.

PORTUGUESE FOOTWEAR CLUSTER

www.portugueseshoes.pt

PORTU
GUESE
SHOES

APICCAPS

SKYPRO:

de Portugal para os céus do Médio Oriente



NOS CÉUS DE TODO O MUNDO

A Skypro tem como principais clientes a Emirates, a NetJets, a Norse Atlantic Airways e a Royal Air Maroc. Mas não é só no Médio Oriente que a empresa tem investido. O objetivo é calçar tripulações de todo o mundo.

Jorge Pinto admite que a empresa foi responsável pelo “primeiro sapato do mundo certificado para a indústria da aviação”, e assegura que “hoje é um produto de referência para as companhias aéreas”.

Em Portugal, a Skypro tem como principais clientes a TAP (calçado, cintos, luvas e carteiras), a SATA, a Hi Fly e ainda a NetJets em Oeiras.

Os números não deixam margem para dúvidas: três contratos no valor de 1,3 milhões de euros para calçar a tripulação de cabine, os pilotos e o pessoal de terra das companhias aéreas Royal Jordanian Airlines, Air Arabia e FlyDubai. É este o futuro próximo da Skypro.

“A Skypro vai fornecer oito mil pares de sapatos para três companhias aéreas”, explica Jorge Pinto, fundador da Skypro, em declarações ao ECO. “O contrato com a FlyDubai tem o valor de 700 mil euros, o da Air Arabia 350 mil e o da Royal Jordanian Airlines cerca de 200 mil euros”.

Além disso, o porta-voz adianta que a empresa está “envolvida num concurso com montantes muito significativos” para vestir os profissionais do aeroporto do Dubai e noutro para fornecer o handling da Dnata, a Agência Nacional de Viagens Aéreas do Dubai.

Desde o final do ano passado que a empresa veste os pilotos da companhia Emirates e fornece, todos os anos, 80 mil pares de sapatos para a Qatar Airways.

A Skypro, fundada em 2004, é especializada na produção de em uniformes e calçado profissional. Com escritório no Dubai desde 2022, Jorge Pinto admite que a “filial do Dubai está extremamente ativa. Estamos a aumentar o número de participações em concursos e o facto de termos um escritório local permite que a empresa trabalhe com as potenciais clientes”, nota o gestor.

No próximo ano, Jorge Pinto admite ao ECO que planeia abrir escritórios na Alemanha e França e explica que “são os mercados que têm empresas com mais de mil trabalhadores”, precisamente a dimensão que procura fornecer.

Além do setor da aviação, a Skypro fornece companhias de cruzeiro, hotéis e até mesmo a polícia sueca. “Estamos muito focados em não depender apenas do setor da aviação, a cesta onde tínhamos todos os ovos antes da pandemia. Isso criou-nos bastantes dificuldades”.

Com a sustentabilidade em cima de mesa, Jorge Pinto admite que “a partir de 2026, a Skypro só vai vender uniformes aos clientes que os aceitarem devolver para serem reciclados”. Além disso, a empresa afirma ser a “primeira empresa do mundo [deste segmento] a entregar publicamente um relatório de sustentabilidade. Não conhecemos nenhuma PME na área dos uniformes que tenha entregue este relatório”.

A Skypro emprega 32 pessoas, fatura 8,7 milhões. A empresa portuguesa produz anualmente mais de 130 mil pares de sapatos e meio milhão de peças de vestuário para mais de 40 clientes. Além da sede em Ermesinde, e no Dubai, a empresa tem escritórios em Oeiras e em Atlanta.

17

Inovação, Garantia e Excelência ao serviço da Indústria do calçado



CORTE AUTOMÁTICO DE COURO

Centenas de milhares pares de calçado são cortados diariamente por máquinas de jacto de água desenvolvidas e fabricadas pela CEI. O encaixe de peças feito integralmente por computador e a velocidade de corte, fazem com que os equipamentos de corte CEI sejam líderes no mundo.



SOLUÇÕES ROBOTIZADAS

A Robotização na produção de calçado é um passo essencial para que esta indústria se mantenha competitiva dentro do espaço Europeu. Após a experiência adquirida pela empresa na Indústria Automóvel, a CEI desenvolveu várias soluções robotizadas para o calçado, combinando as tecnologias Laser, Jacto de água e ultrasons.



CARDAGEM DE CALÇADO POR LASER

A cardagem por laser é a mais recente tecnologia desenvolvida pela CEI para a Indústria de calçado. Como principais vantagens desta nova tecnologia, podemos referir:

- A possibilidade de cardar qualquer tipo de configuração;
- A elevada precisão;
- O baixo tempo de cardagem por sapato;

Avisos com candidaturas abertas

O CTCP APOIA AS EMPRESAS DE CALÇADO EM TODAS AS FASES DO PROCESSO DE CANDIDATURA A PROJETOS INDIVIDUAIS, DESDE A DEFINIÇÃO ESTRATÉGICA DO INVESTIMENTO ATÉ AO ACOMPANHAMENTO DA IMPLEMENTAÇÃO DO PROJETO

APOIO PARA MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: SISTEMA DE INCENTIVOS DE BASE TERRITORIAL

Está aberto o período de candidaturas ao Sistema de Incentivos de Base Territorial (SICE), com o objetivo de apoiar o investimento de micro e pequenas empresas, promovendo a modernização e o fortalecimento das economias locais.

Este incentivo visa apoiar investimentos de pequena dimensão que contribuam para a expansão ou modernização das empresas e que estejam alinhados com a criação de emprego, a resiliência económica e a inovação empresarial. Para tal, é estipulado como limite mínimo de investimento 25.000€ e um máximo de 300.000€.

O apoio destina-se a micro e pequenas empresas de qualquer natureza e sob qualquer forma jurídica, desde que cumpram todas as condições previstas no aviso de candidaturas.

Os projetos apoiados devem focar-se na aquisição de maquinaria e equipamentos, tecnologia e software, participação em feiras internacionais, consultoria especializada, e até na construção e remodelação de instalações em casos justificados.

A taxa de financiamento vai até 60% do investimento elegível para empresas em territórios de baixa densidade e 50% para os restantes territórios.

O apoio é concedido ao abrigo do regime de minimis, com o prazo para candidaturas a decorrer até 30/12/2024.

SICE - INTERNACIONALIZAÇÃO DAS PME - OPERAÇÕES INDIVIDUAIS

Encontram-se abertas as candidaturas ao aviso MPr- 2024-7 "SICE - Internacionalização das PME- Operações Individuais"

O aviso visa o apoio a investimentos que potenciem a capacitação empresarial e que visem a internacionalização dos modelos de negócio através da adoção de estratégias de negócio mais avançadas, com uma taxa de financiamento de até 40%.

Este tem como objetivo promover a internacionalização das PME permitindo potenciar o aumento da sua base e capacidade exportadora e reconhecimento internacional, através da implementação de ações de promoção e marketing, da sua presença em certames internacionais e do conhecimento e acesso a novos mercados. Este aviso conta com um investimento mínimo elegível de 200.000€.

O período para apresentação de candidaturas encontra-se aberto até 30/12/2024

São suscetíveis de apoio as operações individuais de micro, pequenas e médias empresas (PME), de qualquer natureza e sob qualquer forma jurídica, com contabilidade organizada e que tenham registado no ano pré-projeto, um escalão de exportação individual (volume de negócios internacional) superior a 200 mil euros.



SICE - INCENTIVOS À INOVAÇÃO PRODUTIVA

Encontram-se abertos dois Avisos de Candidaturas no âmbito do PT 2030, Aviso-MPr-2024-2 - SICE - Inovação Produtiva - Outros Territórios e Aviso -MPr-2024-3 - SICE - Inovação Produtiva - Territórios de Baixa Densidade, com o objetivo de estimular o investimento empresarial de natureza inovadora, promovendo a alteração do perfil de especialização da economia portuguesa e o reforço da sua competitividade externa, através da diferenciação, diversificação e inovação.

Este apoio destina-se a micro, pequenas e médias empresas (PME), de qualquer natureza e sob qualquer forma jurídica, com contabilidade organizada. Este incentivo visa o apoio a investimentos inovadores a nível empresarial, com uma taxa de financiamento de até 40%. São elegíveis para apoio operações que melhorem a capacidade produtiva das PME e desenvolvam soluções inovadoras, digitais e sustentáveis, especialmente aquelas baseadas em I&D e emprego qualificado. O investimento mínimo associado ao aviso, estabelece-se nos 300.000€.

As candidaturas encontram-se neste momento abertas até 30/12/2024.

As operações a apoiar devem visar a produção de novos bens e serviços, ou melhorias significativas da produção atual, através da transferência e aplicação de conhecimento. Também podem envolver a adoção de novos ou aprimorados processos de fabricação, logística, organização ou marketing.

SICE - QUALIFICAÇÃO DAS PME

Encontram-se abertas as candidaturas ao aviso MPr- 2024- 4 "SICE- Qualificação das PME - Operações individuais"

O aviso visa o apoio a investimentos inovadores a nível empresarial, com uma taxa de financiamento de até 50%. São elegíveis para apoio operações que promovam a capacitação empresarial, através da aposta na qualificação, inovação e digitalização dos modelos de negócio, para o desenvolvimento de soluções inovadoras, digitais e sustentáveis, especialmente aquelas que privilegiam o uso de fatores imateriais de competitividade e que aumentem a capacidade de integração em cadeias de valor globais e emprego qualificado. Este aviso pressupõe um investimento mínimo elegível de 200.000€.

O período para apresentação de candidaturas encontra-se aberto até 30/01/2025

As operações a apoiar devem estar sustentadas na qualificação e digitalização dos modelos de negócio das PME que visem a adoção de estratégias de negócio mais avançadas, através da adoção de novos e aprimorados processos de organização e marketing.

Este apoio destina-se a micro, pequenas e médias empresas (PME), de qualquer natureza e sob qualquer forma jurídica, com contabilidade organizada.



19

ATOM MB E CERIM UNEM FORÇAS: A AVANTIUM NASCEU

WWW.TECMACAL.PT



AVANTIUM CD10 TS2
MÁQUINA DE REBATER/
CARDAR FUNDO DO SAPATO



AVANTIUM K175
MÁQUINA DE CARDAR
LATERAL DO SAPATO



AVANTIUM MARK 2 TSI
MÁQUINA DE MONTAR
LADOS E CALCANHEIRAS



AVANTIUM K078
MÁQUINA DE MONTAR
E CENTRAR BICOS

SEDE

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

FELGUEIRAS

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

BENEDITA

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

□
LUSOCAL®
□□



THE BEST COMPONENTS YOU WILL NEVER SEE

LUSOCAL.COM

Anatomia

DE UMA INDÚSTRIA

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

A'RCOPEDICO

A'RCOPEDICO® é uma marca de calçado da ROPAR, S.A., com sede em Vila do Conde. Foi fundada em 1966 e faz do conforto a sua imagem de marca. Vanguardista por natureza, procura permanentemente novas tecnologias de conforto.

Desde 1966 que a marca conquista milhares de consumidores em todo o mundo pela sua linguagem universal: a do conforto. A'RCOPEDICO® significa tradição, tecnologia e natureza.

A A'RCOPEDICO® está atualmente representada em mais de 50 países nos cinco continentes, onde a palavra vanguarda desde sempre tem acompanhado a história da marca. Em paralelo com a A'RCOPEDICO®, a ROPAR, S.A., detém ainda as marcas de calçado Easy Walk Experience® e Ortomedical®. Ambas as insígnias nasceram em 2016 e utilizam a tecnologia e expertise da A'RCOPEDICO® para o seu calçado.

[HTTPS://ARCOPEDICO.COM](https://arcopedico.com)



SOFTWAVES

A Softwaves é uma marca de calçado feminino e pertence ao universo da Comforsyst SA.

Criada em 2002, o nome da marca deriva da técnica de palmilha "massagem em ondas", razão pela qual o calçado Softwaves é macio e confortável, tornando-se já uma referência no universo do calçado de moda confortável.

A marca é 100% desenvolvida e produzida em Portugal, com base em pesquisa intensiva, fruto do suporte da ComforSyst SA, uma empresa produtora de calçado com 40 anos de existência, com forte controlo de qualidade e aplicação das técnicas mais avançadas.

A Softwaves está presente em mais de 40 países, seja na Europa, no Japão, Canadá, Coreia do Sul, Nova Zelândia, Austrália, Chile, China e Israel.

[HTTPS://WWW.SOFTWAVESSHOP.COM](https://www.softwavesshop.com)



MARAY SHOES

Nasceu em 2017 pelas mãos de Rita Mendes e, em 2018, Joana Trigueiros assumiu os destinos criativos da marca. Com um ADN muito claro, a Maray oferece opções de sapatos rasos, confortáveis e modernos, idealizados para mulheres femininas, "que não que precisam de salto alto para serem confiantes e empoderadas". Loafers, mules, sandálias e sapatos.

É possível encontrar uma grande variedade de modelos, sempre com um toque étnico, e com tamanhos que vão desde o 35 até ao 42.

[HTTPS://MARAY.PT/](https://maray.pt/)



Data Center

Excelência, Flexibilidade e Segurança

5 Razões para nos escolher:



ACESSIBILIDADE

Localização privilegiada em zona de baixo impacto sísmico e a 1 hora Lisboa - 1 hora de Espanha

DISPONIBILIDADE

Cumre os requisitos **Tier 3** (Redundant capacity components + Dual-powered equipments and multiple uplinks)

CONFIANÇA

DataCenter propriedade da Decsis. Serviços operados com base nas normas **ISO20000, ISO27000 e ISO9001**

EFICIÊNCIA

Altamente eficiente ao nível energético, com um PUE (Power usage effectiveness) muito baixo, e utilizando fontes de energia limpa

REDUNDÂNCIA

Caminhos Redundantes e ligado a um anel de **fibra-óptica**

DECSIS

Sistemas de Informação SA

A Decsis apresenta-se como um dos principais players na prestação de serviços nas TIC, a operar a partir de Portugal. A Decsis é uma empresa Portuguesa especializada e focada na prestação de serviços no sector das Tecnologias de Informação e Comunicação, com mais de 20 anos de experiência.

PORTO

Rua das Artes Gráficas, 162
4100-091 Porto

T: [+351] 226 076 850

LISBOA

Rua Alfredo Silva Lote 16 e 17
Alfragide 2614-509 Amadora

T: [+351] 212 555 500

V. N. GAIA

Zona Industrial Arcos do Sardão, 320
4430-434 Vila Nova de Gaia

T: [+351] 220 923 000

ÉVORA

Parque da Ciência e
Tecnologia do Alentejo

Geração 5.0:

ARTUR CARDOSO, WAGWAN

LICENCIADO EM MARKETING E COM UM PASSADO LIGADO AO UNIVERSO DAS ARTES, ARTUR CARDOSO LANÇOU RECENTEMENTE A WAGWAN, UMA MARCA DE CALÇADO QUE LIGA ARTE E DESPORTO

Trabalhar na indústria de calçado foi uma escolha natural?

Na verdade, trabalhar na indústria do calçado não foi uma escolha óbvia inicialmente. No entanto, sempre tive uma ligação familiar ao setor, o que despertou o meu interesse desde cedo. Além disso, sempre tive o desejo de desenvolver um projeto que combinasse moda e esporte, e o calçado parecia ser o ponto de convergência perfeito entre ambos os mundos. Ao longo do tempo, após muita aprendizagem e experiência, percebo que a minha trajetória acabou por se revelar natural, mas foi o resultado de uma combinação de paixões e oportunidades.

Como surgiu a Wagwan?

A ideia da Wagwan surgiu em 2019, quando meu irmão Filipe e eu decidimos que estava na altura de criar o nosso próprio negócio. Acreditávamos que tínhamos ideias originais e sólidas o suficiente para dar o pontapé inicial. O nosso interesse pela moda, combinado com a paixão do Filipe pelo skate e a minha pelo surf, levou-nos a procurar por um produto que estivesse relacionado com esses mundos e em falta no mercado. Foi assim que idealizamos as PlainJane, que seriam o produto principal da nossa marca Wagwan. Tratava-se de sapatilhas de skate feitas com materiais vegan e/ou sustentáveis. Embora algumas opções não existissem naquela época, agora já temos algumas, mas são escassas. Acreditamos que nosso produto é único e diferente em comparação com aquilo que o mercado oferece, e isso motivou-nos a seguir em frente com o projeto. Estivemos cerca de três anos a trabalhar no design e na identidade da marca, quando finalmente definimos todas essas questões, avançamos para o produto.

Em que se distingue no mercado?

No mercado atual, a Wagwan destaca-se pela sua abordagem única e inovadora ao oferecer sapatilhas de skate PlainJane feitas com materiais vegan e/ou sustentáveis. Enquanto algumas opções já estão disponíveis, acreditamos que o nosso produto se destaca pela combinação de qualidade, estilo e consciência ambiental. Além disso, estamos comprometidos em oferecer designs originais que reflitam a cultura do skate e do surf, o que nos diferencia de outras marcas. Acreditamos firmemente que o nosso foco na sustentabilidade e o nosso compromisso com a comunidade tornam a Wagwan uma escolha única para os consumidores.

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

Para um jovem que está a dar os primeiros passos na indústria, o conselho mais valioso que posso oferecer é: faz bastante pesquisa. Entender profundamente o mercado em que está a entrar, conhecer os concorrentes e identificar as necessidades dos potenciais clientes são passos essenciais para o sucesso. Não subestimes a importância de procurar investimento. Ter recursos financeiros adequados pode ser crucial para impulsionar o negócio e superar os desafios iniciais. Investir em marketing e vendas também é fundamental. Uma boa estratégia de marketing pode ajudar a aumentar a visibilidade da marca e a atrair novos clientes, enquanto investir em vendas permite converter esse interesse em vendas concretas.

No entanto, é importante não comprometer os valores por lucro rápido. Manter a integridade e a autenticidade da marca é fundamental para construir uma base de clientes fiéis e sustentáveis a longo prazo. Por último, mas não menos importante, nunca hesitar em procurar orientação e apoio.



wace



sexy

**because
human touch
is digital**



wace | we are content experts
wacestudio.com

Follow ME

Duplicar as exportações de calçado técnico para 100 milhões de euros até ao final da década é um dos objetivos da indústria portuguesa de calçado. Essencial para atingir este objetivo será a performance das marcas nacionais desta tipologia de produto, como são exemplos as três que apresentamos de seguida

NO RISK SAFETY SHOES @NORISKEUROPE

A NoRisk foi fundada em 1996, com inspirações na cultura de roupas de trabalho, fundindo-se com o estilo de vida europeu e sempre mantendo a essência de durabilidade, segurança e estilo. Criada em Guimarães, Portugal, pelas mãos do grupo ICC, a marca teve como objetivo criar a melhor e mais durável bota de trabalho. Com uma forte crença nos valores familiares e no senso de tradição, a expansão de Guimarães para o mundo começou a acontecer de forma gradual.

Atualmente, a marca chega aos quatro cantos do mundo e calça toda a tipologia de trabalhadores.

TENTOES @TENTOES.PROFESSIONAL

A Tentoes Professional é uma marca portuguesa criada pela empresa Carité Calçados. O núcleo de negócios da Carité Calçados esteve, desde a sua criação em 1990, estritamente ligado à produção de calçado de “private label” para marcas de renome internacional. Baseando-se no conhecimento e experiência acumulada ao longo de mais de 30 anos, a empresa criou, em 2019, a marca própria de calçado de segurança, a Tentoes Professional.

A Tentoes Professional utiliza uma combinação de materiais certificados e de alta qualidade, concebidos a pensar na sustentabilidade e no “calçar perfeito”, onde os elevados padrões estéticos e design moderno apelativo unem-se para criar gamas abrangentes e versáteis, garantindo a segurança e o conforto do utilizador.

TOWORKFOR SAFETY FOOTWEAR @TOWORKFOR

A TOWORKFOR® distingue-se no mercado ao combinar as últimas tendências de moda com as tecnologias mais inovadoras em conforto e segurança. Feito para trabalhadores que procuram uma nova maneira de viver os seus dias de trabalho. Profissionais que querem ir mais longe, sentirem-se bem com cada tarefa, a cada dia. Todos os produtos TOWORKFOR® são desenhados ergonomicamente para aumentar a felicidade, proteção e eficácia de quem os usa.

A marca apresenta produtos que oferecem o mais alto nível de segurança, durabilidade e ergonomia. Fabricado pela AMF SAFETY SHOES, a empresa é especializada no desenvolvimento, produção e comercialização de calçado técnico de alta qualidade voltados para a proteção dos pés.



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



Memorial

FERNANDO HENRIQUES (1935–2024)

A história dos homens bons nem sempre fica gravada nos grandes livros da História, mas invariavelmente fica gravada nos corações de quem se cruza com eles. É o caso da vida e obra de Fernando Henriques. Não só deixou uma marca na vida de quem o rodeava, como espalhou bondade no lugar que o viu crescer e deixou um legado na indústria de calçado.

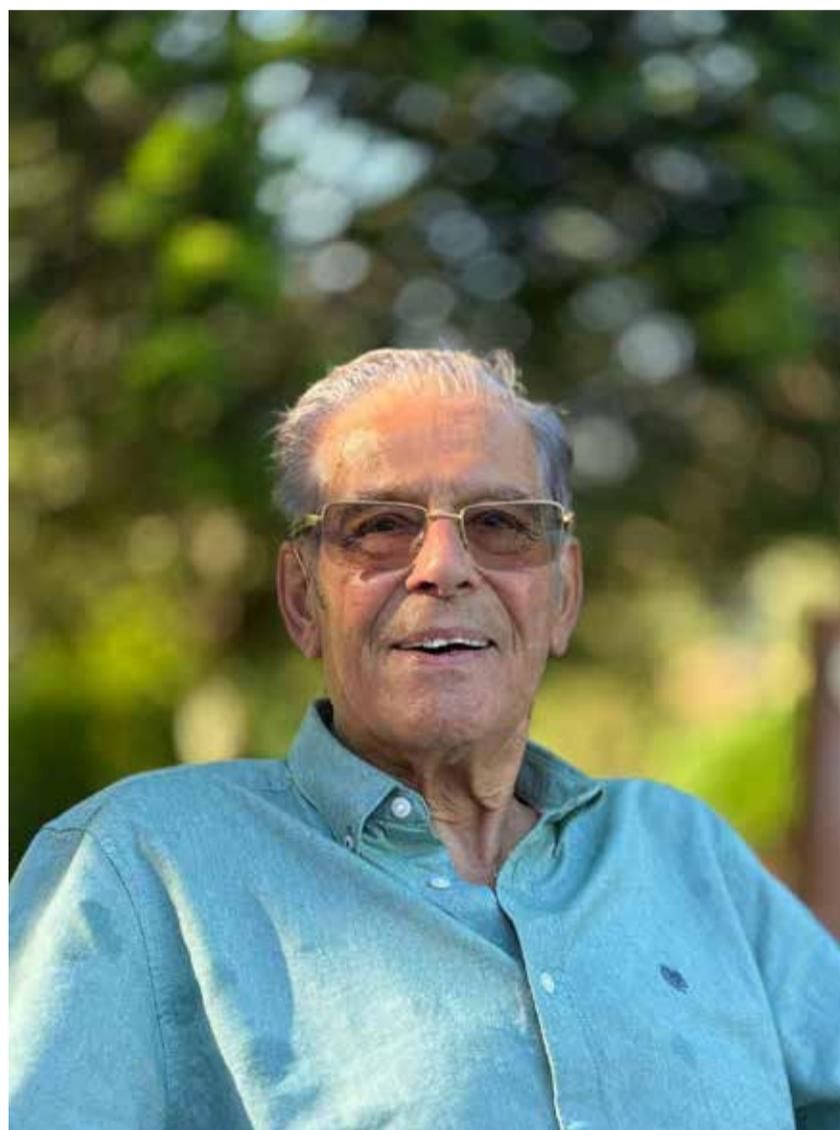
Em 1935 nascia Fernando Henriques, em Fajões, Oliveira de Azeméis. Cresceu numa família já ligada à indústria do calçado e, talvez por isso, possamos afirmar que os sapatos não lhe escondiam nenhum segredo. A empresa com o seu nome foi criada no ano do seu nascimento, mas a ligação à indústria já vinha do tempo do seu pai e somará, agora, mais de um século.

Assumi as rédeas da empresa em 1974, tornando-se a segunda geração da Fernando J Henriques. Mas a sua inquietude começa bem antes, em 1968, quando é responsável pela primeira exportação da empresa para França e, logo depois para a Bélgica. Ao longo dos anos, a empresa tornou-se uma referência internacional no fabrico de calçado clássico, produzindo sapatos para as grandes marcas internacionais.

A sua história pessoal funde-se com a da empresa e da própria indústria, onde fez amigos para a vida. Domingos Ferreira, da Centenário recorda: “Fernando Henriques, amigo, profissional muito dedicado e afável, sempre disposto a ir mais além. Exemplo de profissionalismo e ética. Partiu, mas não existe partida para aqueles que permanecerão eternamente na nossa memória”.

Carlos Santos recorda o momento em que formaram sociedade: “Fomos bons amigos que se respeitaram sempre... e fomos sócios numa empresa que ainda hoje existe. Era um bom empresário. Gostava sempre de fazer o seu melhor no produto que fazia”. O responsável da Zarco recorda, ainda, a sua veia social: “Gostava muito de o ouvir contar anedotas..! Lembro-me de uma ou mais viagens que fizemos para Itália e ríamos muito com as nossas conversas! Foram bons momentos que passamos juntos, é verdade”.

“Sentimos todos que perdemos um companheiro e amigo. E perdemos, igualmente, uma referência na indústria do calçado, um homem com uma visão extraordinária para o seu tempo”, considera Manuel Carlos Silva, chairman da APICCAPS.



Fernando Henriques foi presidente da Junta de Freguesia de Cesar ainda em 1970, com o país em pleno regime salazarista. Durante a sua presidência conseguiu dar a Cesar condições básicas como saneamento, escola e um centro infantil. A prova de que estaria muito à frente do seu tempo é o caso – recordado com carinho pela família – de ter alugado uma avioneta para sobrevoar a freguesia e decidir, assim, onde abrir estradas.

Muita da sua obra foi feita em silêncio, razão pela qual “benemérito silencioso” é um dos melhores adjetivos para a sua ação.

Em termos associativos, esteve ligado ao Futebol Clube Cesarense, tendo sido vice-presidente da direção nos anos 60, sócio benemérito e mais antigo do clube.

“Há homens que parecem eternos”. As palavras são da filha Fátima Henriques, mas são a melhor homenagem que se podem fazer a um Homem: desejar-lhe a eternidade.

11/14 January 2025
Riva del Garda • Italy

102[•] exporivaschuh
& gardabags
E D I T I O N the fair that moves the world

Where things happen.

Come where the action is, spot the best business deals, and build lasting connections.
Reserve your place in January and come discover how, over 2025,
Gardabags will transform itself.

Organised by



Riva del Garda®
Fiere congressi

In cooperation with



ITA[®]
ITALIAN TRADE AGENCY

madeinitaly.gov.it

RIVA DEL GARDA
EXHIBITION CENTER
INFO@EXPORIVASCHUH.IT
(+39) 0464 570153



SCAN THE CODE AND
VISIT OUR WEBSITE!
EXPORIVASCHUH.IT



#exporivaschuh #gardabags