

Grupo Kyaia

Volume de Negócios: 55 M€

Percentagem de Exportação: 90%

Nº de Trabalhadores: 600



Fundado em 1984 por Fortunato Frederico e Amílcar Monteiro, a Kyaia lidera um grupo empresarial que se estende, para além da produção de calçado, às áreas da distribuição, do retalho mas também às tecnologias de informação.

Kyaia é uma referência da indústria do calçado não só pelo seu portefólio de marcas próprias mas também pela visão e gestão à frente do seu tempo, bem como a sua abertura a novas ideias e tecnologias.

O controlo da distribuição ocorre, essencialmente, quer através da criação de empresas próprias no seio do grupo, quer de parcerias com agentes em outros mercados. Em 2005, a aquisição da rede de lojas de retalho Foreva é um exemplo disso.

A empresa dispõe de linhas de montagem flexíveis e preparadas para vários tipos de construção de calçado em simultâneo, e com uma velocidade de produção compatível com a dinâmica do sector. Está, ainda, preparada para responder a encomendas de diferentes dimensões, com o suporte de um sistema de armazenagem vertical automática, que garante a imediata entrada em produção de qualquer pedido inferior a 150 pares.

No plano organizacional, a Kyaia aposta nos colaboradores como parte fundamental do crescimento do negócio, fomentando a integração dos colaboradores, a criatividade e a confiança. A Kyaia conta, hoje, com quase 600 pessoas em todo o grupo e dispõe de profissionais especializados desde a produção até ao desempenho de atividades administrativas e de design.

ESTRATÉGIA DE MARCA

A perceção da necessidade de criar e investir em marcas fortes faz parte da génese da fundação do grupo: FLY London e Softinos são o exemplo evidente dessa estratégia de marketing.

Inserida no mercado da moda, a **FLY LONDON** apresenta a sua própria interpretação das tendências, mantendo-se na vanguarda da moda internacional. Distingue-se pela originalidade aos vários níveis: design dos modelos, combinações de cores e materiais, apresentação em feiras internacionais e nos pontos de venda espalhados um pouco por todo o mundo, entre outras.

Hoje, a FLY London já não é apenas uma marca, é um modo de estar na vida! A marca dispõe de 7 lojas próprias em Londres, Dublin, Lisboa, Porto, Copenhaga, e, recentemente, Nova Iorque e está presente em mais de 3.000 pontos de venda multimarca espalhados por 57 países.

A **SOFTINOS** - o mais recente projeto da empresa - assenta num princípio diferente: calçado com elevado conforto, mas visualmente muito atrativo. Tais características decorrem dos materiais macios e a grande variedade de cores que utiliza.



Carlos Santos

Volume de Negócios: 9 M€

Porcentagem de Exportação: 90%

Nº de Trabalhadores: 106



A Zarco - Fábrica de Calçado, Lda. é uma empresa com Sede em S. João da Madeira fundada em 1942 cuja actividade principal é o fabrico de calçado, estando a empresa atualmente focada no fabrico das suas marcas próprias, dirigindo 90% da sua produção para exportação. Os mercados alvo são Alemanha, França, Holanda, Japão, Bélgica, Rússia, Estados Unidos e Médio Oriente.

Conta com cerca de 106 trabalhadores, uma grande parte especializada no fabrico de sapatos que requerem um *know-how* mais detalhado e minucioso.

A empresa tem as suas Marcas Próprias, estando focalizada na marca Carlos Santos, uma marca cujo produto se distingue nos mercados pela inovação que consegue recriar dentro de um estilo sempre clássico-contemporâneo e pelo rigor na qualidade que exhibe.

A Zarco sustenta a sua estratégia no capital humano que a constitui com base numa relação sólida de confiança e de partilha. Esta estreita relação permite alcançar os objectivos propostos: criação e desenvolvimento de produtos de excelência direccionados a um segmento alto-luxo. A colecção Carlos Santos é dotada de um valor acrescentado devido ao seu tipo de fabrico - Goodyear-weltd - qualidade e inovação subjacentes.

As marcas

Santos by Carlos Santos (Segmento Alto): é uma Marca que veio substituir a marca MackJames existente há mais de 25 anos, produzida 100% nas instalações da Zarco através de um sistema chamado Goodyear Welted, ou seja, um fabrico muito manual em que as máquinas vêm apenas complementar pormenores que a mão não consegue. É uma marca cujo sinónimo está associado a um conceito de marca de qualidade por excelência, com um fabrico rico em detalhes minuciosamente tratados de acordo com as tendências de um nicho de mercado muito requintado apaixonado pela arte deste tipo de produção. Este conceito está ainda associado a um estilo otimizador, cujo look se mantém quase inalterável durante muito tempo, concebido para se adaptar a todos os pés tornando-se extremamente confortável, isto porque as medidas dos modelos Santos by Carlos Santos são estudadas para que se combinem o moderno com o estilo clássico.

Carlos Santos Handcrafted (Segmento de Luxo): é uma Marca com cerca de 8 anos e é a “jóia da Coroa “ para a empresa. Esta Marca pretende salientar toda a capacidade que em Portugal a empresa tem de fazer um produto dotado de uma qualidade, paixão e rigor técnico, únicos, soberbos e intemporais. É uma colecção pequena de design sofisticado, com produção tradicional - handcrafted - cuja técnica usada na construção destes modelos é ainda por poucos manuseada, associada á “Haute Couture”. Produzir esta linha implica passar por processos tão manuais cuja força humana por vezes é insuficiente.

Projetos Apoiados pelo FEDER através do COMPETE

- N.º 25222 | Penetração da marca Carlos Santos em novos mercados e consolidação nos mercados tradicionais
Investimento Elegível: 276.250,00 €
Incentivo: 123.963,11 €
- N.º 12660 | Reforço das Marcas MackJames, Carlos Santos e Star Label nos mercados internacionais
Investimento Elegível: 337.700,00 €
Incentivo: 168.850,00 €

Fábrica de Calçado de Luis Onofre



A empresa fundada em 1939 por Conceição Rosa Pereira, avó do atual proprietário, sempre se caracterizou pela preocupação com a qualidade na área do calçado, com características muito particulares na produção artesanal, conjugada com uma seleção rigorosa de materiais. A empresa encontra-se atualmente sob gestão da 3ª geração. LUIS ONOFRE assumiu a direção em 1990, após frequentar o curso de Belas Artes, no Porto, e o curso de Estilismo de Sapatos e Acessórios do C.F.P.C., em São João da Madeira. Em 1999 lança a sua primeira coleção, consubstanciando uma nova fase da empresa a nível de produção e design.

ESTRATÉGIA DE MARCA

Aposta contínua em matérias-primas de qualidade, aliadas às inovações tecnológicas e à especialização de mão-de-obra qualificada, que combina mecanização e técnicas artesanais de produção de calçado. Posicionamento criativo, fortemente apoiado no desenvolvimento técnico de cada par de sapato, preparando-o para o segmento de luxo. Mais do que seguir tendências criativas genéricas, apostam na qualidade de produção enquanto principal fator distintivo de cada produto.

Atenta à importância das novas tecnologias nos canais comerciais, a empresa lançou em 2010 uma inovadora loja *online* que foi de imediato premiada pela APMP - Associação para a Promoção do Multimédia e da Sociedade Digital com o prémio de melhor site em Portugal, na área de comércio digital.

A estratégia de divulgação desenvolvida através de campanhas em imprensa nacional e internacional, especializada em desenvolvimento de parcerias internacionais com marcas como a *Swarovski*.

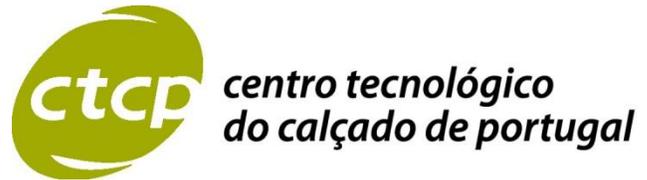
Com vista à implementação da marca no mercado internacional, foi definida uma estratégia de marketing e investimento que reforçou a participação da coleção LUIS ONOFRE em feiras e showrooms internacionais. O perfil internacional da marca determinou o contacto com diversos agentes internacionais e uma constante adaptação dos produtos e coleções às particularidades dos vários mercados. Atualmente, a marca está primordialmente em Espanha, Rússia, Holanda e Bélgica, possuindo pontos de venda pontuais em países como França, Alemanha, Dubai, EUA, Canadá, Angola, Nigéria, Brasil, Mongólia e China.

A participação em feiras internacionais e a distribuição junto de agentes comerciais internacionais é a estratégia de internacionalização principal. Participam regularmente na *Micam*, *Modacalzado*, *Obuv* e *Mir Kozhi* (Rússia) e têm showroom permanente em Bruxelas, Alicante (Espanha) e Rimini (Itália). São ainda realizadas ações pontuais de venda no Brasil e no Mónaco.

Como resultado desta presença globalizada, a marca Luís Onofre é usada por figuras como Michelle Obama, Letizia Ortiz, Naomi Watts, Paris Hilton e Genoveva Casanova.

CTCP

O CTCP - Centro tecnológico do Calçado de Portugal foi criado em 1986 e dispõe atualmente de 45 pessoas das quais 37 são quadros superiores. Tem instalações próprias em S. João da Madeira e Felgueiras os dois grandes polos de implantação da indústria.



O volume de negócios ronda os 2,5 milhões de euros. A prestação de serviços às empresas representa cerca de dois terços dos proveitos operacionais. O restante é proveniente de comparticipações de projetos de I&D e de formação, nacionais ou comunitários.

No cumprimento dos seus objetivos estatutários, o CTCP vem executando um conjunto variado de atividades, nomeadamente:

- Investigação e desenvolvimento de novos materiais e produtos;
- Investigação e desenvolvimento de novos equipamentos e sistemas (software);
- Consultoria em organização e gestão industrial;
- Realização de ensaios laboratoriais;
- Normalização sectorial;
- Apoio à certificação de empresas;
- Apoio à utilização da propriedade industrial
- Formação e qualificação profissional de quadros técnicos e chefias;
- Produção de audiovisuais, brochuras e manuais técnicos;
- Apoio ambiente;
- Assistência em higiene e segurança no trabalho.

Uma parte muito significativa das empresas da fileira do calçado utiliza os serviços do CTCP:

- Cerca de 500 empresas utilizam anualmente o laboratório de ensaios do CTCP;
- A esmagadora maioria dos projetos de investimento apresentados pelas empresas aos programas de investimento criados pelo Governo Português e/ou União Europeia são elaborados e apoiados tecnicamente pelo CTCP; Nos últimos 20 anos o CTCP apoiou mais de 300 projetos de investimento empresas;
- Cerca de 350 empresas são apoiadas pelo CTCP na implementação dos seus Planos de Adaptação Ambiental e de Higiene e Segurança no Trabalho;
- A esmagadora maioria dos projetos de formação das empresas da fileira do calçado são elaborados e coordenados pelo CTCP;
- A maior parte dos processos de certificação dos sistemas de gestão da qualidade, de gestão ambiental, de responsabilidade social, de investigação, desenvolvimento e inovação de empresas da fileira do calçado foram e são apoiados tecnicamente pelo CTCP;
- A esmagadora maioria dos projetos de I&DT, apoiados por programas de incentivos nacionais ou comunitários, dirigidos à fileira do calçado foram coordenados e promovidos pelo CTCP. A rede de inovação do calçado engloba atualmente cerca de 20 empresas de base tecnológica, cerca de 20 empresas demonstradoras fabricantes de calçado e cerca de 20 entidades do sistema científico e tecnológico nacional. Esta rede foi responsável pelo desenvolvimento de cerca de 170 novos equipamentos e cerca de 100 novos materiais;
- A quase totalidade dos manuais, brochuras, DVDs e outros materiais técnicos para a fileira do calçado, foram elaborados pelo CTCP. Nos últimos 20 anos o CTCP elaborou mais de 30 manuais e 20 DVDs técnicos sobre tecnologias, processos e sistemas produtivos.