

- [Home](#)
- [Aviso legal](#)
- [Revista del calzado](#)
- [Quiénes somos](#)
-



- [Ferias](#)
- [Galerías](#)
- [PDF](#)
- [Reportajes](#)
- [Sin categoría](#)



- [Actualidad](#)
- [Calendario](#)
- [Entrevistas](#)



El calzado de Portugal está de moda (2ª parte)

[Revista del Calzado](#) | 20 junio, 2018 | [Comentario](#)

[El calzado de Portugal está de moda \(1ª parte\)](#)

La industria portuguesa de calzado conforma un clúster empresarial con enorme peso económico en el país vecino. Hace unas décadas decidió lanzarse a la conquista de los mercados extranjeros apostando por la creación de marcas reconocidas y apoyándose en la participación en las principales ferias del sector. Para llevar a cabo esta estrategia de internacionalización, la industria portuguesa lleva realizando desde hace años una importante inversión en tecnología en su cadena de producción, lo cual, junto a sus competitivos salarios laborales, ha situado el «made in Portugal» como un distintivo de calidad y diseño en todo el mundo. A continuación destacamos algunas de las principales empresas de calzado de Portugal.

Ricap

Año de fundación: 1984
Principales marcas: Softwalk
Producción: entre 1.200 y 1.500 pares al día
Número de trabajadores: 150
Especialidad: calzado de confort

Los orígenes de Ricap se remontan a 1984, año en el que su fundador y actual administrador decidió fundar su propia compañía de calzado, especializándose en la confección de un tipo de zapato de confort para hombres, con el lanzamiento en 1996 de la marca **Softwalk**. Bajo esta enseña, comercializa unos zapatos cuya principal característica es la comodidad. En los últimos años, sus diseños se están actualizando y adaptando al gusto de un público más joven. Otra de las grandes renovaciones acometidas en los últimos años por la compañía ha sido la creación de Almeidas, una empresa independiente productora de suelas y plantillas para proveer a la marca Softwalk. De cara al futuro, Ricap se ha marcado tres objetivos principales: fortalecer sus acciones de comunicación y *marketing*, reforzar su concepto de marca e introducir nuevos segmentos, así como mejorar su línea de producción con nuevas tecnologías.



Máximo Internacional, Imp. Exp.

Año de fundación: 1988
Principales marcas: Nobrand, Eat My Dust, No Studio
Número de trabajadores: 108
Especialidad: calzado de moda

Nobrand es la principal marca de esta compañía formada a principios de 1988. Con los años, esta firma ha ganado popularidad y notoriedad en los mercados internacionales gracias a la implementación de las nuevas tecnologías y maquinarias en sus procesos de producción. Esta renovación y apuesta por las nuevas tendencias también tiene su reflejo en sus diseños, los cuales son siempre rompedores, originales y novedosos. Para **Nobrand** la satisfacción del cliente es el primer paso para alcanzar el éxito, y para ello ha lanzado recientemente **Reseller**, una herramienta *online* con la que el cliente tiene acceso al *stock* permanente de la marca. Para el futuro, Nobrand aspira a fortalecer su posicionamiento internacional, mejorar su servicio al cliente, así como reducir los tiempos de entrega de pedidos al mismo tiempo que mejora la calidad de sus zapatos.



AMF Safety Shoes

Año de fundación: 1999
Principales marcas: To Work For, Too'l
Producción: 4.000 pares al día
Número de trabajadores: 137
Especialidad: calzado de seguridad
Volumen de negocio: 12 millones de euros (2017)

AMF Safety Shoes nació con el objetivo de ocupar un nicho de mercado muy determinado: el calzado técnico de seguridad de uso laboral. Pero lejos de conformarse con la producción de este tipo de calzado, sus responsables decidieron innovar tanto en tecnología como en diseño. El resultado es un zapato técnico, que satisface las demandas requeridas en términos de seguridad laboral pero con un diseño muy atractivo y más cercano a las *sneakers* tan populares entre los consumidores de moda. Además, el pasado año la compañía presentó su revolucionaria línea **Infinity**, la cual incorpora en

su proceso de producción las tecnologías de inyección para el ensamble de diferencias piezas de distintos materiales (incluido cuero), lo que permite crear un gran número de pares, de manera eficiente y rápida, sin costuras ni hormas y con gran impermeabilidad.



Procalçado

Año de fundación: 1973
Principales marcas: For Ever, Wock, Lemon Jelly
Producción: 5 millones de pares y suelas al año
Número de trabajadores: +400
Especialidad: calzado de seguridad, calzado perfumado y suelas
Volumen de negocio: 25 millones de euros (2017)

La empresa que naciera hace 45 años como una firma de suelas y componentes para el calzado hoy es una de las mayores compañías de calzado de Portugal, con una oferta de producto diversificada y en crecimiento. De esta manera, la marca pionera **For Ever** sigue fabricando suelas para calzado de todo tipo (de uso laboral, militar, *outdoor*, moda, etc.); por su parte, la marca **Wock** se centra en la confección de calzado de uso profesional, y, por último, **Lemon Jelly** es una innovadora marca de calzado de PVC cuyo inconfundible sello de identidad es su olor, un característico aroma a limón que impregna cada modelo. Su esfuerzo innovador le ha reportado numerosos reconocimientos dentro y fuera de Portugal (premios **Drapers Footwear**, **Innovación**, **Cotec**, **GAPI**, etc.) y hoy está presente en más de 60 países de todo el mundo.



Kyaia (Fortunato O. Frederico & Cia.)

Año de fundación: 1984
Principales marcas: Fly London, Softinos, Foreva, As Portuguesas
Producción: 4.500 pares al día
Número de trabajadores: 600
Especialidad: calzado de calidad y moda
Volumen de negocio: 60 millones de euros

El fundador de **Kyaia**, **Fortunato Frederico** es uno de los empresarios más influyentes de Portugal y no solo del sector zapatero. Su compañía es propietaria desde 1994 de **Fly London**, una marca de diseños originales y jóvenes que se distribuye en 57 países a través de más de 3.000 punto multimarca. Aparte de Fly London, desde 2007 la compañía distribuye la marca **Softinos**, dirigida a un público que valora la comodidad por encima de todo. Por último, Kyaia creó en 2005 la cadena de tiendas **Foreva**, la cual ya cuenta con 60 establecimientos repartidos por todo Portugal. Además, el pasado año puso en marcha **Overcube**, una innovadora plataforma *online* de venta de calzado. Kyaia también se caracteriza por disponer de una de las fábricas de calzado de alta velocidad de producción flexible más modernas del sector, gracias a la cual es capaz de producir un par de zapatos personalizado en menos de 24 horas. Sus proyectos de innovación no acaban aquí; sino que también participa, por ejemplo, en iniciativas para descubrir nuevos materiales alternativos al cuero. Para desarrollar todos estos proyectos, Kyaia prevé ampliar sus instalaciones en los próximos años con una nueva infraestructura de más de 6.000 metros cuadrados.



Carlos Santos Shoes

Año de fundación: 1942
Principales marcas: Carlos Santos
Número de trabajadores: 100
Especialidad: calzado de caballero de alta calidad

Carlos Santos es una marca de calzado de lujo para caballeros que, además de ser una de las enseñanzas zapateras más veteranas de Portugal, también es una de las pocas que utiliza el cosido a mano **Goodyear**. El cuidado y la calidad de cada par le han granjeado una gran popularidad en los mercados internacionales más exigentes; de hecho, alrededor del 95 por ciento de su producción se destina a la exportación. Sus pares están presentes en más de 20 países, entre los que destacan **Alemania**, **Francia**, **Países Bajos**, **Japón**, **Bélgica**, **Suiza**, **España** y los **Estados Unidos**. Además, en los próximos años se prevé introducirse en países de **Oriente Medio**. Desde 2015, Carlos Santos también comercializa una línea de accesorios para caballeros. Este mismo año también inauguró su tienda online. El precio medio de cada par ronda en tienda los 350 euros.



Conceição Rosa Pereira & Cª

Año de fundación: 1999
Principales marcas: Luís Onofre
Producción: 2.500 pares al día
Número de trabajadores: 70
Especialidad: calzado femenino de alta calidad

La marca **Luis Onofre** tiene su origen en 1999, pero su vinculación con el mundo del calzado se remontan tres generaciones atrás, concretamente a 1939, año en el que la familia **Conceição Rosa Pereira** comienza su andadura como fabricantes de zapatos. Al frente se encuentra Luis Onofre, quien además de dar nombre a la marca, también ejerce como diseñador único de cada uno de sus exclusivos modelos. Aunque hace un par de años lanzó su primera línea destinada al público masculino, sus zapatos de mujer siguen ocupando la parte central y mayoritaria de sus colecciones. Entre sus clientas más famosas se encuentran actrices como **Penélope Cruz** y **Naomi Watts** y personalidades como **Michelle Obama**, **Letizia Ortiz** y **Genoveva Casanova**. Actualmente, Luis Onofre exporta alrededor del 95 de sus creaciones a países como **España**, **Rusia**, **Países Bajos** y **Bélgica**, **Francia**, **Alemania**, **Dubái**, **EE. UU.**, **Canadá**, **Angola**, **Nigeria**, **Brasil**, **Mongolia**, **China** y **Sudamérica**.



[El calzado de Portugal está de moda \(1ª parte\)](#)

Tweepart Compartir

Tags: [Featured](#), [full-image](#), [Portugal](#)

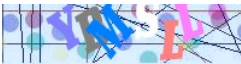
Categoría: [Sin categoría](#)

Dejar comentario

Nombre (obligatorio)

Email (obligatorio; no será publicado)

Website



Refrescar

Captcha

« [El Tribunal de Justicia de la Unión Europea da la razón a Louboutin](#)
[Expo Riva Schuh sigue creciendo en su última edición de junio](#) »

Revista del Calzado

El precio de la suscripción por 6 números es de 50€ e incluye un número de la Guía de Marcas.

Para más información ponte en contacto con nosotros:
91 365 57 00

MICAM⁸⁶
MILANO
16^a - 19^a September 2018
Fiera Milano Rho

FLEXIMAX
FABRICADO EN ESPAÑA

mayofal
shoes

Sigue a Revista del Calzado en twitter

- Fluchos (@Fluchosoficial) busca prevenir cardiopatías en el fútbol <https://t.co/laGOrrTyG5> about 56 minutes ago from [Twitter Web Client](#) [ReplyRetweetFavorite](#)
- «Manolos» para hombres. El diseñador canario [@ManoloBlahnik](#) diseña su primera colección de zapatos para hombres <https://t.co/it8bKDSHOW> about 22 hours ago from [Twitter Web Client](#) [ReplyRetweetFavorite](#)

Seguir a [@revistacalzado](#)