

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA  
Fundo Europeu  
de Desenvolvimento Regional

Designação do projecto	<b>Camport International</b>
Código do projecto	<b>POCI-02-0752-FEDER-011015</b>
Objectivo principal	<b>OT 3 - Reforçar a competitividade das PME</b>
Região de intervenção	<b>NORTE</b>
Entidade beneficiária	<b>PRECIOUS SATURDAY - UNIPESSOAL LDA</b>
Data de Aprovação	<b>27-10-2015</b>
Data de inicio	<b>04-12-2015</b>
Data de conclusão	<b>03-12-2016</b>
Custo elegível	<b>20 000.00€</b>
Apoio financeiro público nacional/regional	<b>15 000.00€</b>

## **OBJETIVOS**

A estratégia da empresa é clara e nele se insere este Vale: a subida na escala de valor (passar a empresa de conhecimento, com mais desenvolvimento de produtos e inovação, baseado na criação de mais valia com base na marca e não apenas na fabricação) que permita o “salto” para a internacionalização.

Este vale relaciona-se diretamente com a validação da segunda componente, com uma consultoria técnica na área da internacionalização / prospeção.

O que se pretende é conseguir ter um road map da internacionalização que leve a desenvolver e aplicar um novo modelo de organização da empresa para preparar a sua abordagem à internacionalização.

Para iniciar, importa sobretudo definir quais os mercados prioritários e quais as metodologias para os abordar. Para tal, pensamos, precisamos de auxílio de uma entidade externa capaz e competente na matéria.

## **ATIVIDADES**

De acordo com o Aviso n.º 14/SI/2015, temos um projeto individual que visa a aquisição de serviços de consultoria na área de prospecção de mercado - c) Serviços de consultoria especializados, prestados por consultores externos. visando a internacionalização da empresa.

A base passa pela análise de mercados - os produtos da PRECIOUS SATURDAY (CAMPORT) são passíveis de internacionalização, mas na empresa não existe, ainda, uma experiência na área da exportação pois nos últimos anos antes da falência e do encerramento da CAMPORT centrava-se quase somente no mercado nacional.

Na prática, pretende-se uma consultoria em que se avalie para os vários mercados:

- atratividade - avaliar o potencial e atratividade do(s) mercado(s), em si, do seu potencial
- receptividade - análise da receptividade concreta aos produtos da PRECIOUS SATURDAY (CAMPORT)
- capacidade - definir se esses mercados são adequados à PRECIOUS SATURDAY (CAMPORT) , face às suas capacidades reais de produção e de projeção das suas equipas, desenvolvimento e inovação das suas soluções do ponto de vista de adequação ao mercado concreto, etc.

Esta consultoria integra-se num faseamento da internacionalização:

1. estudar, pensar e planear (prospecção - VALE)
2. Após o serviço contratado no Vale) agir, com promoção e eventos
3. Por fim, já exportadora, e de modo permanente, monitorizar, aprender, corrigir.

Feita esta ressalva sobre a calendarização, e o faseamento, importa definir que o cerne do projeto é uma presença internacional em mercados onde há procura pelo que ela detém, marcando essa presença inicialmente como prospetora (VALE) e só depois como promotora.

## **RESULTADOS ESPERADOS**

O trabalho de consultoria técnica, operacional, que solicitamos, e que se enquadra no AAC 14/2015, implica pois, uma aturada análise, e por isso mesmo prevemos que o trabalho demore 8 a 12 meses a ser concluído.

O apoio tem de ser muito na esfera prática, não na organização teórica do processo: mais do que um documento precisamos de um aconselhamento e acompanhamento que seja uma consultoria técnica, operacional, na prospeção e contato com mercados externos – com base em equipas e pessoas qualificadas e realmente experientes na área e muita experiência de venda de produtos em mercados internacionais.

Quantificando os RESULTADOS mínimos ESPERADOS:

- Identificou um máximo de 3 mercados preferenciais (onde)
- Apontou as prioridades em termos de produtos e/ou serviços (o quê)
- Indicou modelos de negócio adequados para internacionalização (o como)
- Atingiu vendas internacionais mínimas de 250.000 € em 3 anos e pelo menos 500 mil euros em 5 anos (quando, quanto).
- Criou pelo menos 60 postos de trabalho em 3 anos e definiu perfis (quem)
- Alargou a base de clientes a clientes locais, externos (para onde)
- Atingiu rapidamente o Break Even do projecto, e irá continuar até final de 2018.

## **RESULTADOS ATINGIDOS**

Detectado e validado o forte potencial de internacionalização, recebida uma assistência técnica concreta, esta resultou num diagnóstico que confirmou a deteção de oportunidades e mercados e deu respostas e acompanhamento que gerou negócio e preparou a PRECIOUS SATURDAY (CAMPORT) para prosseguir sozinha nos mercados externos.

Chegou-se à conclusão que a aposta no “private label” (produção para terceiros, para marca própria destes) era melhor modo de aproveitar

A consultoria solicitada visou saber onde e como poderia a PRECIOUS SATURDAY (CAMPORT) fazer a sua internacionalização com sucesso e apontar e a apoiar caminhos (desenhou-se um ROAD MAP), atingindo resultados esperados:

- 3 mercados preferenciais: Holanda, Suécia, Japão
- Prioridades / Modelo Negócio – Private Label
- Vendas internacionais acima 250.000 € logo em 2017
- Mais 60 postos em 2016
- Atingiu rapidamente o Break Even do projecto.