

**Designação do Projeto:** CFB - interpretar e reproduzir necessidades internacionais

**Código do projeto:** NORTE-02-0752-FEDER-043235

**Objetivo Principal:** Reforçar a competitividade das PME

**Região de Intervenção:** Norte

**Entidade beneficiária:** CFB-CREATE FASHION BRAND-TEXTIL, UNIPessoal LDA

**Data de aprovação:** 07-08-2019

**Data de Início:** 01-03-2019

**Data de conclusão:** 28-02-2022

**Custo total elegível:** 213.171,88 EUR

**Apoio financeiro da União Europeia: FEDER:** 95.927,35 EUR

Este projeto de investimento visa dotar a CFB de meios e recursos capazes de dar resposta às ambições de crescimento nos mercados externos, suprimindo e minimizando os pontos fracos, reforçando os pontos fortes e apostando de forma decisiva numa estratégia de internacionalização, alicerçada por um conjunto de investimentos e ações, sobretudo ao nível da comunicação, prospeção, promoção e presença nos mercados externos.

Representa assim um impacto substancial na competitividade da empresa, através do investimento em fatores imateriais de competitividade pela via da inovação, numa intervenção abrangente e transversal a várias áreas da organização que lhe permitam desenvolver o seu potencial exportador, abrindo novos canais de exportação.

**No contexto de atuação estratégica da empresa, e de acordo com a sua filosofia inicial, os objetivos específicos traçados são:**

- Desenvolver novas coleções baseadas na inovação e diferenciação, capazes de desafiar as tendências do mercado
- Promover uma estratégia sustentada de aproximação aos clientes, atendendo às suas especificidades, apostando numa carteira diversificada;
- Intensificar a utilização das novas ferramentas de gestão e de tecnologia da informação, apostando no marketing digital como veículo de promoção e vendas;
- Fortalecer a presença no mercado global.

**A estratégia para o cumprimento destes objetivos passa por adotar as seguintes atividades/ tipologias de investimento:**

- Conhecimento de mercados externos (Participação em feiras e consultoria para conhecimento do mercado);

- Presença na Web, através da economia digital (Web site e Loja on-line; Otimização SEO, Campanhas de email marketing; Campanhas de conteúdo direcionadas; Campanhas Google adwords, Marketing nas redes sociais e catálogos digitais);
- Desenvolvimento e promoção internacional da marca (Desenvolvimento de novas coleções; Conceção e produção de material promocional; Missões de importadores; registo de marca)
- Prospecção e presença em mercados internacionais (viagens de prospecção)
- Marketing internacional (Plano de Marketing internacional);
- Introdução de novo método de organização nas práticas comerciais ou nas relações externas (Contratação RH qualificados; aquisição de 1 computador)

**Com o desenvolvimento deste projeto, a empresa espera atingir os seguintes resultados:**

- ✓ Fomentar a empregabilidade através da contratação de 5 pessoas (até 2022);
- ✓ Consolidar as vendas para diferentes mercados externos, nomeadamente: Inglaterra, França, Itália, Holanda, Suíça, Suécia, Dinamarca, Noruega, Índia, EUA, Japão e Hong Kong;
- ✓ Aumentar, de forma contínua, o n.º de mercados e clientes, apostando numa carteira diversificada;
- ✓ Atingir, em 2022, um VN total de 350.000,00€ e VN internacional de 315,000€, 90% do VN Total, valores que demonstrem a viabilidade e sustentabilidade financeira da empresa.