

FICHA DE PROJECTO

Designação do projecto	Zebra Caprichosa Internacionalização
Código do projecto	NORTE-02-0752-FEDER-035233
Objectivo principal	OT3 - Reforçar a competitividade das PME (internacionalização)
Região de intervenção	NORTE
Entidade beneficiária	Zebra Caprichosa, Lda.
Data de Aprovação	2018-04-16
Data de início	2018-09-01
Data de conclusão	2020-08-31
Custo elegível	277 937,50€
Apoio financeiro Europeu / Público Nacional / Regional	125 071,88 €

OBJECTIVOS - ORIENTAÇÃO EXTERNA

A empresa, constituída em 2015 tem como principal atividade o desenvolvimento de soluções personalizadas (consultoria, montagem, gestão e marketing de e para projetos internacionais, concentração de informação dispersa por diversos sites e fontes no que toca a apoios e incentivos das mais variadas fontes).

Os principais clientes são entidades públicas e associativas, e acima de tudo, empresas de diversos setores de atividade como por exemplo o Turismo, TIC, Mobilidade e Transportes, Saúde, Agro-alimentar, Têxteis e Vestuário, Calçado, Financeiro, etc. A empresa pretende iniciar o seu processo de internacionalização, apostando em mercados que se perspectivam, inicialmente, possam ser Europeus. Tem como objetivos estratégicos: alcançar um crescimento significativo nas suas vendas, uma equipa estabelecida, uma notoriedade da marca a desenvolver que permita atingir um peso de exportação de 30% no pós-projeto (2021) para vendas globais de 420.000 €.

ACTIVIDADES PREVISTAS

De modo a atingir os objetivos, o plano de internacionalização prevê actividades (investimentos) enquadrados nas seguintes tipologias:

- Estudos, consultorias comerciais e consultorias de apoio jurídico à internacionalização
- Marca e Marketing internacional e material promocional (vídeos, peças promocionais);
- Contratação de dois técnicos (2 licenciados) para executar o projecto de expansão da empresa
- Presença na web, através da economia digital (SEO e SEM - Google Adds);
- Prospecção, presença em mercados internacionais e contacto directo com potenciais clientes;
- Certificação – preparação e melhoria organizativa seguida de certificação
- Registo de Marca após o trabalho de conceito, desenvolvimento e design da mesma,

Os mercados potenciais previstos em função de necessidades detetadas e da capacidade da empresa, são Europeus, como Espanha, França e, numa segunda linha, Alemanha e Reino Unido, podendo ainda pensar-se em países como Itália, Bélgica e Holanda). Alguns contactos mais recentes mostram algum potencial na Rússia e EUA. 2019 irão mostrar se tal tem cabimento.

ACTIVIDADES EXECUTADAS e RESULTADOS (*)

Diversas consultorias de apoio técnico e jurídico à internacionalização foram iniciadas, tal como a constituição de uma equipa de projecto para a expansão que já levou à primeira contratação.

A presença na Web Summit e uma primeira deslocação à Alemanha trouxeram numerosos e promissores contactos, e inclusivamente as primeiras vendas internacionais.

A mais visível face destes primeiros meses, pensamos, foi a Marca e do Marketing - o trabalho desenvolvido levou a uma marca forte: COOPER.

COOPER de Cooperação, por acreditarmos que o todo é mais do que a soma das partes. É uma marca forte capaz de transmitir toda uma filosofia numa só palavra que, para mais, mantém o seu sentido em diversas línguas. Estamos agora a ir mais além do conceito de marca e desta completa identidade corporativa, e a conceber, preparar e realizar as primeiras peças de comunicação. Os investimentos em marketing digital ocorrerão em 2019 e 2020 mas a primeira versão do site www.cooper.pt está já no ar.

() Última atualização: Dez.2018*