

Cofinanciado por:



Ficha de Projeto

Designação do projeto | Internacionalização da BrandSpace, LDA

Código do projeto | CENTRO-02-0752-FEDER-013562 Aviso SI-52-2015-19

Objetivo principal | Internacionalização das PMEs

Região de intervenção | Centro

Entidade beneficiária | BRANDSPACE, LDA

Data de aprovação | 31-05-2016

Data de início | 2016-04-01

Data de conclusão | 2018-04-01

Custo total elegível | 139.213,32€

Apoio financeiro da União Europeia | FEDER- 62.645,99 €

Objetivos, Atividades e Resultados Esperados/Atingidos:

- **Objetivos, Atividades e Resultados Esperados:**

O projeto enquadra-se nas tipologias seleccionadas dado que:

- Visa o conhecimento dos mercados externos, mediante a participação em feiras e exposições em países prioritários (Brasil, Espanha e Reino Unido);
- A presença na web, mediante a criação de um website multilingue, criação de receituários online multilingue, catálogos online multilingue e videos para receitas;
- Marketing internacional através de ações publicitárias na web, nos motores de busca internacionais, principalmente nos motores de busca dos países prioritários (Espanha, Brasil e Reino Unido) e desenvolvimento de imagem a nível internacional;
- Prospeção e presença em mercados internacionais, através da participação em feiras de cake design, que servirão para que a empresa possa ter contacto direto com potenciais clientes e para que possa fazer demonstrações dos seus produtos aos mesmos.



Cofinanciado por:



- Contratação de um recurso humano qualificado afeto ao departamento de marketing e internacionalização;

A estratégia de internacionalização da empresa justifica-se por dois motivos:

- a) Devido à perceção que a empresa tem de que os mercados externos procuram o tipo de produtos que a Brand Space oferece, em grande quantidade;
- b) Devido às vantagens competitivas que a empresa apresenta para satisfazer as necessidades específicas de mercados como o Inglês, Brasileiro e Espanhol, bem como o mercado internacional;

Assim o plano de internacionalização consiste em:

- Presença em feiras internacionais (Espanha, Brasil e Reino Unido), através presença em feiras internacionais de pastelaria e de cake design;
- Criação da imagem corporativa da empresa a nível nacional e internacional;
- Criação de receituário online para o consumidor e revendedores;
- Criação de catálogos online com todos os produtos da empresa;
- Desenvolvimento do design das embalagens dos produtos, a qual terá que ser apelativa e deverá descrever o modo de utilização de cada produto, de forma intuitiva;
- Vídeos demonstrativos da utilização de cada produto;
- Investimento em publicidade online nos principais motores de busca nacionais e nos principais motores de busca dos países alvo;

Para implementação da estratégia de internacionalização a empresa irá também proceder à contratação de recursos humanos qualificados os quais estarão afetos ao processo de internacionalização.

Implementando esta estratégia de internacionalização a BrandSpace, LDA pretende que as suas vendas tenham a seguinte representatividade por mercado:

- Espanha - 18%;
- Reino Unido - 7%
- Brasil - 10%

Os mercados que a empresa selecionou para o desenvolvimento da sua estratégia de internacionalização são mercados com grande potencialidade de consumo e também países com quem Portugal já possui transações comerciais neste setor com grande intensidade.





O modelo associado ao processo de internacionalização é um modelo que permite à empresa um conhecimento direto dos mercados selecionados e ao mesmo tempo um contacto direto com os potenciais clientes. Promovendo estas ações a empresa conseguirá obter projeção a nível internacional, passando a utilizar como principal modelo de venda a internet.

1- Feiras de Cake Design nos países prioritários Reino Unido/ Brasil e Espanha

A empresa por forma a poder conhecer melhor os mercados externos prioritários (Reino Unido / Brasil e Espanha), irá participar nos anos de 2016 e 2017 nas principais feiras de cake design destes países por forma a poder conhecer melhor não só as especificidades destes mercados, como poder ter um contacto direto com potenciais clientes e fazer demonstrações dos produtos.

2- Construção de Website

Construção de Website, em formato multilingue, com recurso a técnicas de SEO, de modo a que o website possa ser facilmente encontrado nos motores de busca dos países prioritários. No Website estarão vídeos demonstrativos, receituários online e catálogos digitais. Todos estes conteúdos estarão traduzidos em Espanhol e Inglês.

3- Demonstração de Produtos

Aproveitando a participação nas feiras internacionais a empresa irá proceder a demonstrações dos seus produtos nas feiras de modo a que os potenciais clientes possam conhecer os produtos da BrandSpace, bem como todas as suas especificidades. Desta forma será possível a empresa ter contacto direto com potenciais clientes, bem como será possível conhecer melhor as necessidades desses potenciais clientes.

4- Publicidade web

A empresa irá realizar investimentos em publicidade web, sobretudo nos principais motores de busca do Brasil, Espanha e Reino Unido, de modo a que a empresa possa ser facilmente encontrada na web, possa estar presente no mercado global, encurtando assim distâncias com estes mercados.

5- Contratação de Recursos Humanos afetos ao projeto

O presente projeto de investimento prevê a contratação de um posto de trabalho qualificado que ficará afeto ao processo de internacionalização e ficará responsável pelo relacionamento com os clientes internacionais.

Impacto do projeto na competitividade da empresa (esperado):

A empresa irá com a implementação deste projeto marcar presença em 3 mercados: Espanhol, Brasileiro e Reino Unido. O número de clientes é diversificado, correspondendo a lojas especialistas e lojas de cake design. Todos os produtos da

Cofinanciado por:



empresa podem ser internacionalizados dado que a empresa possui uma gama de produtos de preparados para bolos e sobremesas superior a 220 produtos.

N.º de Mercados Explorados : 2 a 3

N.º de Clientes Internacionais: Diversificado

N.º de Produtos Internacionalizados: Superior a 50%

Contratação de Recursos Humanos Projeto: 1

Será contratado no âmbito do projeto um posto de trabalho qualificado afeto ao relacionamento com os clientes internacionais e também à prospecção e conhecimento dos mercados internacionais.

Resultados a alcançar no âmbito do projeto, objeto do presente contrato:

- Valor das exportações no volume de Negócios: 35,00%.

Resultados Atingidos:

Com as feiras, conseguimos elaborar uma base de clientes internacionais, muito relevante e bastante interessante para a estratégia criada.

Neste momento encontramos-nos em fase de teste de produtos por parte dos contactos estabelecidos na feira e negociações comerciais com os mesmos com a finalidade de exportar os nossos produtos.

A inexistência temporária da feira em Espanha, levou-nos a pesquisar outras alternativas de mercado, como o da Alemanha e Itália.

A escolha pela SIGEP 2018 – Rimini em Itália, deveu-se:

- À estrutura e nome que a mesma possui, e com isso faz com que seja elevado o número de visitantes oriundos de mais de 150 países,
- Devido à sua localização geográfica com abertura fronteira não só para os países da Europa central, mas também para os países do leste europeu, países estes que estão em crescimento e também,
- Diversidade dos produtos que compõe a feira: chocolates, gelados, padaria e gelataria.



Cofinanciado por:



Analisou-se as hipóteses de participação da feira da Alemanha e do Brasil e conclui-se que era mais vantajoso a participação na feira da ISM- Colónia por atingir um mercado mais mundial em contraste com a feira realizada em São Paulo que seria menos abrangente e mais vocacionada no mercado sul-americano, não sendo essa a visão primordial nesta fase. Aliado a isto o facto de a feira de Colónia ser para produtores enquanto que a do Brasil seria mais vocacionada para revendedores o que tornava mais coincidente com o público existente na feira da RIMINI, e desta forma ao participar na Alemanha atingia-se um leque mais alargado de público algo a atingir.

Em consequência a feira ISM Colónia na Alemanha foi seleccionada como complemento de mercado relativamente à SIGEP, pois pela sua notoriedade, pelo envolvimento com o mundo, pela sua diversidade de mercado de produtos, é atractiva não só para empresas com maior capacidade de compra (pois está feira é mais vocacionada para produtores logo a capacidade negocial e a quantidade de compra é maior relativamente à SIGEP), mas também a nível de países visitantes encontramos empresas de todo o munda desde americanas, brasileiras, passando pelo Irão, Austrália e Coreia do Sul entre outras sem nunca esquecer as empresas espanholas que desta forma minimizou a não participação como planeado das feiras no país vizinho.

O Reino Unido, mercado interessante e em expansão, no entanto com a incerteza criada em torno do BREXIT, fez com que a participação na feira de Birmingham ficasse suspensa durante o ano de 2017, passando a ideia de participação para o ano de 2018 de modo a entregar toda a comunicação da empresa e dos nossos produtos aos participantes nomeadamente ateliers de cake designer como os principais potenciais clientes.



Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA

Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

Feira SIGEP



Cofinanciado por:



Feira ISM

