

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	2021-08-31
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 e criativas (consultoria, montagem, gestão e marketing de e para projetos internacionais, concentração de informação dispersas 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 acima de 50% no pós-projeto (2021, depois de prorrogação 2022) e uma mais do que duplicação das vendas globais.

ACTIVIDADES e OBJECTIVOS (CANDIDATURA APROVADA)

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

- Estudos, consultorias comerciais e consultorias de apoio à internacionalização
- Marketing internacional e material promocional (ex: vídeos, peças promocionais, etc.);
- Contratação de dois técnicos (2 licenciados) para executar o projecto de expansão
- Presença na web, através da economia digital (SEO e SEM - Google Adds);
- Prospeção 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) e algum potencial noutras geografias (e continentes), como EUA e Ásia.

ACTIVIDADES EXECUTADAS e RESULTADOS

Os investimentos realizados foram de 100% dos previstos e a taxa de exportação atingida superou 60% (dados já de 2021) apesar da pandemia e constrangimentos e da necessidade que houve de, devido à COVID, prolongar execução até Agosto.2021.

A constituição de uma equipa de projecto para a expansão (2 licenciadas) e as consultorias de apoio à internacionalização permitiram elevar conhecimento interno, enquanto as deslocações realizadas, porventura algumas diferentes das previstas - ora pelas oportunidades surgidas ora pelas restrições pandémicas -, trouxeram numerosos e promissores contactos e, inclusivamente, as primeiras vendas internacionais.

O trabalho de marketing desenvolvido levou a uma marca forte para a área criativa, a 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. Os investimentos em marketing digital incluíram o site www.cooper.pt, redes sociais, adwords, SEO e SEM.

Mais tarde, lançou-se www.zebrac.pt como sítio e conceito agregador, sendo o C sugestivo pois desdobra-se: C de **Criatividade**, de **Conceito**, de **Cooperação**, de **Consultoria**, de **Conhecimento**, de **Capacidade** e **Caminhos**. Ele foi lançado em inglês e até mandarim, já com esta orientação internacional que preside ao projecto.