

Projeto Nº: 2441**Entidade:** FRANCISCO VAZ DA COSTA MARQUES FILHOS & Cª S.A**Designação do projeto:** BOVI® & VAZ DA COSTA® - REFORÇO DA PRESENÇA DO MERCADO INTERNACIONAL**Objetivo:** REFORÇAR COMPETITIVIDADE DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESA**Custo Total Elegível:** 261.362,00 €**Apoio Financeiro da UE:** 117.612,00 €**Síntese do Projeto:**

O presente projeto tem como objetivos primordiais a internacionalização da empresa e dos produtos que comercializa (seja pela presença em feiras, aposta em marcas ou presença na Web) e a introdução de novos métodos organizacionais nas práticas comerciais e relações externas, consolidando a sua posição enquanto empresa portuguesa de excelência, reconhecida pela sua qualidade e geradora de mais-valias internas e externas. Desta forma, por um lado, a empresa pretende obter um maior reconhecimento a nível internacional através de um contacto direto e intenso com a procura internacional. Por outro, pretende responder de forma inovadora (marketing digital, por exemplo) às dinâmicas do mercado, promovendo a qualificação dos seus recursos, com vista ao reconhecimento pelo mercado enquanto empresa de valor acrescentado. O plano de investimento da Francisco Vaz da Costa® Marques Filhos & Cª, S.A. (FVCM) para este projecto foi, assim, pensado seguindo esta estratégia que se considera a indispensável para a sustentabilidade do seu negócio a médio e longo prazo. A escolha das tipologias selecionadas deve-se à necessidade de fortalecer a empresa, eliminando as insuficiências/ limitações que apresenta (pontos fracos), e reforçando os seus aspetos favoráveis (pontos fortes), tendo em atenção as ameaças e oportunidades com que habitualmente se depara. Assim, estão previstos investimentos estratégicos nas diferentes tipologias.

a) Conhecimento de mercados externos Uma vez que a presente candidatura visa o reforço em mercados estratégicos e a entrada em novos mercados, os seus investimentos assentam maioritariamente naquele que tem sido o fator de competitividade com maior expressão desde a sua atividade, nomeadamente o conhecimento de mercados e a sua presença a nível internacional, através de ações de promoção e Marketing (como a presença em feiras internacionais do sector e a elaboração/conceção de catálogos anuais de produtos).

b) Presença na Web No âmbito desta tipologia, a FVCM pretende o reforço da sua presença na economia digital, permitindo desmaterializar as suas relações com os seus clientes, através de Tecnologias de Informação e Comunicação. Assim, a empresa vai investir numa plataforma tecnológica de venda online e de relacionamento com clientes e fornecedores, através da criação de uma loja online/marketplace, permitindo a realização de encomendas/compras de produtos, ao nível da distribuição e/ou clientes finais.

c) Introdução de novo método de organização Considera-se pertinente reforçar as capacidades de gestão organizacional da empresa através da aquisição de novos equipamentos e de software, permitindo-a acompanhar os actuais avanços tecnológicos e tornando-a apta e mais disponível às práticas comerciais.

d) Certificações específicas para os mercados externos Tendo em vista alguns mercados considerados estratégicos para a empresa, a FVCM pretende apostar no registo das suas marcas (Bovi® e Vaz da Costa) nesses mercados.

De destacar ainda a presença da FVCM no principais certames internacionais, nomeadamente na Heimtextil 2016, Heimtextil 2017 em Frankfurt, a maior feira do mundo do sector, e a presença na Heimtextil Rússia 2016, onde a FVCM conta com um distribuidor local, que tem alavancado o seu sucesso naquele mercado.