



Identificação do Projeto

Designação do projeto | Projeto de expansão internacional Abotoa, S.A.

Código do Projeto | NORTE-02-0752-FEDER-024907

Objetivo principal | Reforçar a competitividade

Região de intervenção | Norte

Entidade Beneficiária | Abotoa, S.A.

Notificação da aprovação

Data de aprovação | 2017-07-06

Data de início | 01-11-2016

Data de conclusão | 31-01-2019

Custo total elegível | € 643.463,00

Apoio financeiro da União Europeia | EDER € 289.558,35

Objetivos, atividades, e resultados esperados/ atingidos

A empresa no âmbito da presente candidatura irá desenvolver as seguintes atividades:

Presença em Feiras para desenvolvimento de negócios, promoção da marca e contacto com compradores, quer atuais quer potenciais;

Presença web através de fotografia de produto e desenvolvimento da loja on-line;

Ações de desenvolvimento e promoção internacionais, nomeadamente organização de eventos, inserções e compra de meios, campanhas de foto/vídeo/brochuras para divulgação internacional;

Prospecção e presença em mercados internacionais: viagens para promoção e presença em mercados target e estudo de mercado;

Marketing internacional, através da contratação de RH que será o responsável de marketing e definirá a estratégia internacional de marketing e a correta utilização de meios, assessoria, RP, gestão de reputação, líderes de opinião, CRM;

Desenvolvimento de catálogos standard completos, personalizáveis e dirigidos ao target;

Certificações: manter as certificações já alcançadas e conseguir novas certificações ISO em mercados específicos.

Reforço da estrutura de RH com Art Director, uma vez que existe uma grande variedade de mercados a trabalhar e só com uma estrutura maior a empresa conseguirá ser mais eficiente no desenvolvimento de conteúdos e suportes à estratégia de marketing digital com vista à internacionalização e presença na web de forma constante, permanente e consistente.

Os objetivos do presente projeto respeitam a visão da empresa, que passa por "ser líder global e a marca preferida dos profissionais de aviação, e ser reconhecida por oferecer os melhores produtos do mundo".

A empresa estabelece objetivos claros e ambiciosos para o ano pós projeto. Porém, são concretizáveis dada a experiência da empresa no desenvolvimento de produtos inovadores tanto a nível de calçado como de uniformes para o setor da aviação e estar atenta a outros nichos de mercado que contribuirão igualmente para aumentar o seu volume de negócios.

Para além dos mercados onde a empresa já exporta com alguma escala e que a empresa pretende consolidar a sua presença a empresa procura novos mercados que lhe tragam oportunidades de negócio. No ano pós projeto a empresa conta ter uma parte reduzida do seu volume de negócios no mercado nacional, o que é um aspeto francamente positivo caso seja concretizado.

Quanto a resultados, é possível constatar o incremento das operações com o exterior, uma vez que a empresa terminou o ano de 2019 com 83% do volume de negócios a advir de mercados externos, refletindo assim o esforço e investimentos de internacionalização. De referir que o volume de negócios aumentou 79,56% de 2017 para 2018 e 7,66% de 2018 para 2019.

As viagens de prospeção permitiram fazer contactos comerciais importantes, como é o caso da viagem ao Qatar para reunião com a Qatar Airways, que permitiu em 2017 fazer um contrato de fornecimento de calçado, atualmente um dos mais importantes clientes da empresa.

A presença em feiras, a comunicação nos meios de publicidade e também nas redes sociais trouxeram mais visibilidade e reputação à marca, que se constata em convites recebidos para concursos internacionais e contactos de resposta de potenciais clientes às iniciativas de marketing.

A nova loja online ficou concluída em junho de 2020, permitindo o acesso melhorado aos clientes de retalho.

Execução do Projeto

