

FICHA DE PROJETO

- **Designação do projeto:** San Martin / Stilissimo
- **Código do Projeto:** NORTE-02-0752-FEDER-001706
- **Objetivo Principal:** Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas
- **Região de Intervenção:** Norte
- **Entidade Beneficiária:** SANMARTIN-SOCIEDADE TEXTIL LDA

- **Data de Aprovação:** 07-09-2015
- **Data de Início:** 01-09-2015
- **Data de Conclusão:** 23-08-2018
- **Custo Total Elegível:** 700.470,00 €
- **Apoio financeiro da União Europeia:** FEDER - 315.211,50€

- **Objetivos, atividades e resultados esperados:**

O principal objetivo estratégico da empresa, no âmbito do projeto "San Martin / Stilissimo" era o da Aposta na sua Marca. Sabendo que a marca é o principal elo entre o negócio e o cliente, sendo a marca a personificação dos valores da empresa e das características do produto, a empresa SANMARTIN quis aumentar o potencial da sua marca, utilizando-a como mais uma vantagem estratégica face à sua concorrência.

A estratégia de internacionalização da empresa tem vindo a ser implementada ao longo dos anos, e com sucesso verificado. Contudo, a empresa sentiu necessidade de reforçar a sua posição nos mercados

onde já se encontra, considerando que ainda existia potencial de crescimento, bem como de abordar novos mercados, igualmente com elevado potencial. Deste modo, torna-se pertinente a aposta na etiqueta “Made in Portugal”, através do presente projeto.

Nesse sentido, o presente projeto incluía um plano de internacionalização da empresa, que foi desenhado de maneira a que, antes das ações realizadas nos mercados externos, a SANMARTIN potenciase a sua vantagem competitiva.

Antes de se começar a nova abordagem aos mercados já conhecidos e a abordagem aos novos mercados, a empresa tinha previsto, no âmbito deste projeto, a compra de um plano estratégico, de maneira a poder desenhar o seu crescimento nos mercados, consoante o que fosse sugerido e apontado no plano. Contemporaneamente, previa efetuar o Registo Comunitário de ambas as suas marcas (relembrando: SanMartin - tecidos; Stilissimo - acessórios de Moda), bem como o registo da etiqueta “Made In Portugal”. O intuito destes registos, além de ser para proteção das próprias marcas contra possíveis falsificações, é o de realçar o facto de serem produtos portugueses, contribuindo, assim, para a valorização internacional da oferta nacional.

Adicionalmente o projeto tinha prevista a aposta numa inovadora máquina de controlo de qualidade, numa máquina de produção de amostras, numa central de comunicações mais eficiente e num software de Gestão específico para a Internacionalização, conforme realizado. Estes últimos quatro investimentos descritos possuem como vantagens o aumento da rapidez de resposta da empresa face aos seus clientes e parceiros e os seus padrões de qualidade, aspeto chave para o sucesso da SANMARTIN nos mercados internacionais pretendidos.

Estava também previsto no plano de investimento um novo website, com tradução para três línguas (Inglês, Francês e Alemão), conforme realizado. A opção específica pelo Francês e o Alemão reside no facto de França e Alemanha serem os dois mercados externos que a empresa considera principais e mais estratégicos. Para o novo website, e também para as prospeções de mercado, foram elaborados materiais de marketing, distintos para cada uma das marcas, tendo em conta que a comunicação difere de uma marca para a outra.

No âmbito das prospeções de mercado tanto para países onde a empresa já está presente como para novos mercados, no decorrer do projeto a empresa realizou várias destas ações.

De todos os mercados externos onde a empresa está presente atualmente, os escolhidos para figurar no presente projeto coincidiram com os dez principais mercados externos na empresa:

- Alemanha;
- França;
- Polónia;
- Bélgica;
- República Checa;
- Grã-Bretanha;
- Itália;
- Irlanda;
- Espanha
- Áustria.

Através da realização deste projeto, pretende-se aumentar a presença e projeção da SAN MARTIN nos mercados externos, prevendo-se que a execução do mesmo permita aumentar a proporção do volume de exportação da entidade para 65,57% do Volume de Negócios total no ano pós-projeto (2019).