

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Ficha de Projeto

Designação do projeto: TH Clothes - Internacional

Código do Projeto: CENTRO-02-0752-FEDER-021201

Aviso: 04/SI/2016

Designação: PROJETOS INDIVIDUAIS - Internacionalização

Programa Operacional: Programa Operacional Regional do Centro

Objetivo Temático: OT 3 - Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas

Prioridade de Investimento: PI 3.2 - O desenvolvimento e aplicação de novos modelos empresariais para as PME, especialmente no que respeita à internacionalização

Tipologia de Intervenção: TI 52 - Internacionalização das PME

Fundo: FEDER, FSE

Entidade beneficiária: ORGANIZAÇÕES BISCANA - COMÉRCIO E REPRESENTAÇÕES, SOCIEDADE UNIPESSOAL LDA

Data de aprovação: 18-05-2017

Data de início: 19-05-2016

Data de conclusão: 31-12-2018

Custo total elegível: 408.553 EUR

Apoio financeiro da União Europeia: FEDER - 183.849 EUR

Síntese do Projeto:

A Biscana é um grossista de vestuário (promocional, profissional e desportivo), atalhados, bonés, acessórios, sacos e aventais. A missão da Biscana é a venda de artigos da TH Clothes e da marca SOL'S que representa, com qualidade reconhecida no mercado nacional e internacional.

O posicionamento atual da Biscana, é claramente continuar a apostar na marca THClothes sendo estratégico o crescimento da mesma no mercado nacional e europeu. Simultaneamente tem vindo a apostar na marca Sol's, que representa para o mercado nacional e é responsável por mais de um terço do volume de negócios total da empresa, reforçar se possível, aumento a quota de mercado atual.

No futuro a aposta é no alargamento de gama de produtos da marca própria THClothes, que está ser efetuado, com o lançamento de novos artigos, apostando em artigos com uma boa relação qualidade/preço, que concorrem com as grandes marcas ao nível do básico, (t-shirts, pólos, sweatshirts, camisas, polares, softshells, casacos e cortaventos), onde a empresa é competitiva ao nível de preço e proximidade junto dos clientes, mas também uma aposta em nichos de mercado, que são desinteressantes para as grandes marcas, mas muito apetecíveis para a Biscana, uma vez que estão muito próximos da sua dimensão, nomeadamente fardamento, vestuário desportivo, proteção individual, etc., associados à internacionalização da empresa para o mercado europeu, com maior enfoque nos mercados de Espanha, França e Itália, de forma mais moderada na Roménia, Eslovénia, Bulgária, Dinamarca, Holanda, Alemanha, Suécia e Polónia, tendo como estratégia a seleção de representantes/distribuidores para cada um destes mercados, estando a ser estudada a possibilidade de colocar armazéns cruzados em alguns mercados, que apesar do custo da sua manutenção, reduzirão os custos de envio de encomendas de forma rápida.

Em resumo, o presente projeto, visa essencialmente, a promoção e prospeção, uma aposta no reforço de expansão da empresa, que permite um crescimento no sentido da sua sustentabilidade que se reflete num aumento exponencial do seu volume de negócios, através da participação em certames internacionais nos mercados externos referenciados, ações de promoção e contacto direto com a procura internacional; ações de promoção e marketing internacional, designadamente conceção e elaboração de material promocional e informativo e conceção de programas de marketing internacional, desenvolvido em colaboração com os Recursos Humanos contratados.