

**Designação do projeto:** Internacionalização da Atividade no Mercado Europeu, Sul e Centro Americano.

**Código do projeto:** LISBOA-02-0752-FEDER-021029

**Objetivo principal:** Reforçar a competitividade das PME

**Região de intervenção:** Lisboa

**Entidade beneficiária:** DISTRIBUTION BRAZILIAN INNOVATIONS, LDA

**Data de aprovação:** 31-10-2016

**Data de início:** 01-09-2016

**Data de conclusão:** 31-08-2018

**Custo total elegível:** 270.137,15€

**Apoio financeiro da União Europeia:** 110.332.48€

#### **Objetivos:**

A DISTRIBUTION BRAZILIAN INNOVATIONS, LDA é uma empresa da região de Lisboa que foi constituída em 2007, dedicando a sua atividade ao comércio de vestuário e calçado. A empresa nasceu por via da experiência de um dos seus sócios, Cristian Bitar, que após vários anos ligado ao setor têxtil na Venezuela e dada a instabilidade que se vivia nesse mercado, acabou por criar em Portugal a DBI. Desde a sua criação, a empresa tem-se focado sobretudo na comercialização de vestuário (casacos, camisas, *tshirts*, calças, meias), calçado *outdoor* (montanha, *multisport*, corrida, entre outros), e ainda acessórios como perfumes e mochilas. No que diz respeito à atuação no mercado, desde a sua criação, a DBI comercializa os seus produtos sobre marca própria, nomeadamente: ADVENTURE ROCKLAND OUTDOOR. Para além das suas marcas, a empresa é também representante dos produtos da marca COLUMBIA. Atualmente, a empresa vende diretamente ao cliente final no mercado nacional, enquanto no mercado venezuelano comercializa por meio de uma loja própria, *franchising* e distribuidores. Do ponto de vista concorrencial, a DBI destaca empresas como a Merrell, Timberland, Nike, Adidas, Salomon, Rockport e/ou North Face. Em virtude da crise ao nível do mercado venezuelano, é intenção do promotor capacitar a empresa para uma atuação mais focada em outros mercados, sobretudo europeus, de

forma a diminuir a dependência desse mesmo mercado. Em termos de objetivos associados ao presente projeto de internacionalização, são apontados pelo promotor, entre outros, os seguintes: - Aposta em novos mercados internacionais como Brasil, Espanha, França, Alemanha, Itália e Reino Unido; - Aumentar a notoriedade da sua marca nos mercados externos; - Maior aproveitamento dos recursos comerciais e criativos; - Criação de novo site em vários idiomas. A fim de pôr em prática a abordagem visada ao nível da internacionalização e alcançar os objetivos previamente definidos, a entidade visa executar ações enquadradas nas seguintes tipologias da operação: - Conhecimento de mercados externos, através da participação em diversas feiras internacionais do setor; - Presença na web, através da economia digital, com a criação de um *website* com 5 idiomas e adaptação do mesmo para *smartphones* e *tablets* e ainda o investimento em campanhas de marketing digital (catálogos e presença nas redes sociais) - Desenvolvimento e promoção internacional de marcas, através do registo da marca; - Prospeção e presença em mercados internacionais, através da realização de viagens de prospeção aos mercados alvo; - Marketing internacional, com a elaboração de um estudo de viabilidade económico-financeiro e elaboração de material promocional; - Introdução de novo método de organização nas práticas comerciais ou nas relações externas, através da contratação de um técnico qualificado para a área comercial/marketing que ficará encarregue pelo acompanhamento do projeto de internacionalização, prestando todo o apoio necessário ao cumprimento dos objetivos. A empresa apresentou no ano de pré projeto, um volume de negócios internacional 5.106.225,52€, em virtude exclusivamente dos clientes do mercado venezuelano. Numa ótica de pós projeto, e após a entrada em vários novos mercados de onde se destacam Republica Dominicana e Espanha, o promotor estima alcançar um volume de negócios internacional de 8.899.028,17€.