



Visita ao Sector Vestuário e Confeção 18 e 19 de novembro 2015

C **MPETE**
2020

Programa Operacional Competitividade e Internacionalização

Operational Programme for Competitiveness and Internationalisation



GRUPO IVN

Empresa: IRMÃOS VILA NOVA, S.A. (Salsa)

Vila Nova de Famalicão

<http://www.ivn.pt>

O Grupo IVN é composto pela:



Salsa

Irmãos Vila Nova, S.A. (IVN, S.A.) nasceu em 1987 em Ribeirão, Portugal, estando exclusivamente dedicada à lavandaria e tinturaria. Em 1994, a empresa expandiu a sua área de negócio até ao fabrico propriamente dito, o que proporcionou, mais tarde, a criação da marca Salsa.

Em 1998, o crescimento exponencial da Salsa levou a empresa a abraçar o desafio de operar no setor do retalho com a abertura da 1ª loja Salsa no Norte Shopping.

Em 2002, o Grupo iniciou o processo de internacionalização, marcado pela abertura da 1ª loja em Espanha, e dois anos mais tarde a Salsa chegou ao Médio Oriente com a abertura da 1ª loja no Qatar.

Desde então, a expansão internacional tem sido um foco constante. Hoje, a Salsa está presente em mais de 30 países na Europa, África e Médio Oriente.

IVN INDÚSTRIA

A Indústria IVN é constituída por 3 áreas diferentes: Lavandaria, Tinturaria e Acabamentos Especiais.

Tudo começa na área de Investigação & Desenvolvimento onde diariamente se pesquisam e desenvolvem novas técnicas e processos que permitem a diferenciação dos nossos produtos pela qualidade e inovação.

Na Tinturaria todas as peças entram em cru e saem com imensas cores e efeitos. Aqui, as peças ganham vida!

Na área de acabamentos especiais cada peça é desenvolvida manualmente de forma a garantir a sua autenticidade e qualidade. Aqui são realizados manualmente todos os efeitos únicos e característicos das nossas peças.

A Lavandaria está focada na inovação e na investigação, sendo reconhecida como uma das melhores no Mundo devido a sua elevada técnica.

IVN IMOBILIÁRIA

O Grupo IVN agrega na sua participada IVN Imobiliária todos os ativos imobiliários afetos à exploração, nomeadamente edifício sede e terminal logístico.

Com o crescimento do Grupo IVN e dos ativos imobiliários sob gestão, a IVN Imobiliária ganhou massa crítica suficiente para ser alvo de uma gestão autónoma e atuar, não apenas enquanto unidade instrumental, mas como centro de proveitos.



Empresa: CALVELEX - INDÚSTRIA DE CONFECÇÕES, S.A.

Localização: Lousada

<http://www.calvelex.com/>

Desde 1985 que a CALVELEX se dedica à confeção de vestuário. A capacidade anual de produção é da ordem de um milhão de peças. Pela constante atualização tecnológica dos seus equipamentos e dos processos produtivos utilizados, assim como pela preparação e dinamização dos recursos humanos de que dispõe, as suas unidades fabris alcançaram um grau de eficácia que coloca a CALVELEX entre os mais competitivos do sector a nível nacional.

A área cada vez mais alargada dos serviços prestados, o nível de qualidade já atingido e a pontualidade nas entregas são alguns dos fatores de sucesso desta empresa. A atividade principal consiste nos serviços CM, CMT e VERTICAL.

A CALVELEX é atualmente constituída por cinco unidades fabris, emprega cerca de 700 trabalhadores e é especializada em roupa de senhora de alta qualidade. Os produtos principais são casacos, calças, saias, calções, blusas e vestidos, os quais são exportados para a Europa e para os Estados Unidos.

Tem um escritório permanente em Londres e fornece um forte portefólio de retalhistas na Grã-Bretanha ([site](#)).

Notas:

- O administrador desta empresa é vice - presidente da ANIVEC.
- A empresa não teve projetos submetidos no anterior quadro comunitário (QREN).

PROJETOS APOIADOS PELO PT 2020

Projeto n.º. 1572 | SI INOVAÇÃO - Candidatura Submetida a 30 setembro 2015

Designação do projeto: **Calvelex - Projeto de Inovação Produtiva**

Investimento Elegível: € 321.097,96 Incentivo: € 224.511,68

O projeto tem como objetivo promover a inovação na área produtiva da empresa através do

incremento de tecnologias/máquinas de produção mais inovadoras, tornando-a mais produtiva e eficiente para as exigências do mercado internacional e para as alterações que se têm vindo a verificar por parte dos clientes do setor de atividade em que atua a empresa.

A Calvelex com este projeto irá fazer alterações significativas à sua linha de produção, nomeadamente através da aquisição e instalação de novas tecnologias/máquinas mais produtivas, eficientes e completamente inovadoras, tanto para a empresa como para o mercado.

Com a implementação dos equipamentos mais inovadores ao nível tecnológico, a empresa conseguirá, principalmente, aumentar produtividade e eficiência na confeção de pequenas encomendas (nova tendência dos clientes), angariar mais clientes e aumentar a rapidez de resposta.

Esta mudança tecnológica permitirá assim à empresa aumentar o número de clientes internacionais e conseguir exportar para um maior número de países. No entanto, o principal benefício deste projeto passa pelo grande aumento de produtividade e capacidade de resposta que os novos equipamentos permitirão, assim como ganhos de eficiência ao nível de energia, o aumento do volume de negócios e a diluição do risco pelo aumento do número de clientes.

Com as alterações a realizar a empresa irá ainda aumentar a sua gama de produtos, nomeadamente produtos para o sexo masculino. Neste momento a empresa apenas confeciona produtos para o sexo feminino, no entanto, com a inovação que resultará destes equipamentos a empresa passará a ter tecnologia e conhecimento que lhes permitirá acrescentar, à sua gama de produtos, peças para o sexo masculino, nomeadamente ao nível dos casacos.



Empresa: HALL & CA., S.A. (Laranjinha)

Localização: Porto

<http://www.laranjinha.pt/>

Desde 1981, a Laranjinha é uma marca de roupa de bebé e criança que se dedica ao estudo intensivo de materiais e técnicas de produção inovadoras que permitem acrescentar ao *design* das peças, todo o conforto e cuidados com o bebé.

A marca também não se esquece dos mais velhos, com modelos que vão até aos 8 anos de idade. Sempre atenta a novas soluções, a LARANJINHA oferece uma gama completa de produtos, de modo a proporcionar conforto, frescura e segurança ao mundo da roupa infantil.

Desde o início de atividade que a HALL & CA produz e comercializa a sua própria marca, LARANJINHA.

Posteriormente, pela sua qualidade, design e cobertura de mercado, a marca ganhou notoriedade e em 1998 iniciou-se o processo de internacionalização da empresa para Espanha.

Dado o primeiro passo rumo à internacionalização, nos anos seguintes de atividade a Hall & CA, Lda., para além de comercializar a marca Laranjinha em Portugal e Espanha, começou a propagar-se para outros mercados europeus, mercado Americano, Austrália e mais recentemente para países Árabes.

Atualmente o volume de negócios transacionado no mercado nacional é com as Lojas Laranjinha que se dedica exclusivamente à comercialização de produtos da marca.

PROJETOS APOIADOS PELO COMPETE

Projeto n.º. 16563 | SI QPME

Designação do projeto: **Projeto de Investimento Estratégico**

Investimento Elegível: € 120.079,00 Incentivo: € 59.682,50

A estratégia da empresa visa essencialmente desenvolver uma estrutura adaptativa a um mercado cada vez mais exigente, reflexo das rápidas e visíveis mudanças, e criar cada vez mais competências em torno dos principais fatores dinâmicos de competitividade: Produtividade, Flexibilidade, Capacidade de Resposta e Presença no mercado Global.

Investimentos:

- Elaboração de um Estudo de Investimento Estratégico, a desenvolver pela empresa e custos associados - este investimento foi contemplado nesta tipologia de investimento uma vez que é a tipologia com maior representatividade no projeto de investimento.
- Conceção e desenvolvimento de catálogos.
- Participação em feiras e certames internacionais.
- Ações de Prospeção no mercado internacional.

Projeto n.º. 436 | SI QPME

Designação do projeto: **HALL & CA, PLANO DE INVESTIMENTO 2008 - 2010**

Investimento Elegível: € 227.286,16 Incentivo: € 79.550,16

A estratégia da HALL & CA constitui o referencial de orientação da política de investimento a executar nos próximos. A estratégia da empresa visa essencialmente desenvolver uma estrutura adaptativa a um mercado cada vez mais exigente, reflexo das rápidas e visíveis mudanças.

Investimento:

- **CRIAÇÃO, MODA E DESIGN**
Criação de uma nova linha/gama de produtos destinados a bebés prematuros. Inclui o estudo junto de maternidades e médicos, conceção e desenvolvimento da coleção por um *designer* externo e serviços de criação e promoção da nova imagem.
- **ORGANIZAÇÃO E GESTÃO E TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO**
Implementação de um sistema de informação integrado e consultoria especializada nas áreas das tecnologias da informação e controlo de produção.
- **ECONOMIA DIGITAL**
Será implementada uma plataforma eletrónica de relacionamento com o cliente, através da qual o cliente, por acesso a área reservada, vai aceder a informação interna e realizar diversas operações com a HALL & CA.
- **COMERCIALIZAÇÃO E MARKETING**
Implementação de um sistema de informação dos diferentes mercados em que a HALL & CA atua.
- **INTERNACIONALIZAÇÃO**
Presença em feiras e certames da especialidade em Espanha e Itália.

COMPETE 2020



A ANIVEC/APIV - Associação Nacional das Indústrias de Vestuário e Confecção é a maior entidade representativa do sector do vestuário português, integrando cerca de 745 empresas dos diversos tipos de confecção e abrangendo um universo de mais de 40.000 trabalhadores.

A ANIVEC/APIV tem origem nas corporações de alfaiates da Idade Média. Em 1933, estabeleceram-se o Grémio dos Alfaiates do Norte, no Porto, e o Grémio dos Alfaiates do Sul, em Lisboa. Com a adesão de Portugal à EFTA, a indústria do Vestuário teve um enorme desenvolvimento e em 30 de Abril de 1975, os dois Grémios transformaram-se em associações industriais: Associação dos Industriais de Vestuário do Norte e Associação dos Industriais de Vestuário do Sul, que, em Março de 1981, dão lugar respetivamente à ANIVEC - Associação Nacional das Indústrias de Vestuário e Confecção, com sede no Porto, e à APIV - Associação Portuguesa dos Industriais de Vestuário, com sede em Lisboa. Na década de 90, a ANIVEC e a APIV cresceram de forma muito significativa, passando a ser duas das mais prestigiadas associações sectoriais do país. Mais tarde, em Janeiro de 2003, concretizou-se a fusão das duas associações industriais, passando a existir apenas a ANIVEC/APIV - Associação Nacional das Indústrias de Vestuário e Confecção, com sede no Porto e delegação em Lisboa.

Por objetivos principais, a Associação tem a promoção de todas as actividades que contribuam para o progresso das empresas associadas e do restante tecido empresarial, nomeadamente a promoção e divulgação internacional do sector, a promoção da investigação e da inovação tecnológica nas empresas, o estímulo e incentivo à qualidade total dos processos, dos produtos e das organizações, bem como a disseminação da formação empresarial e profissional.



Empresa: PETRATEx - CONFECÇÕES, S.A.

Localização: Paços de Ferreira

<http://www.petratex.com>

A Petratex Confeções, S.A é uma empresa criada em 1989, que tem adquirido uma posição de liderança na indústria têxtil. A Petratex tem como principal foco da sua atividade a confeção por encomenda de vestuário de moda e desporto.

A empresa possui um vasto conhecimento industrial, disponibilizando ao mercado uma gama de produtos de classe mundial aos seus mercados-alvo: moda, desporto e alta tecnologia. A gama de produtos que a Petratex oferece ao mercado é o resultado de um intenso trabalho de investigação e desenvolvimento realizado pela sua equipa interna de I&DT, constantemente focada e envolvida na elaboração de estudos sobre a indústria, o mercado e um negócio em constante mudança. Os estudos e trabalhos de investigação realizados pela Petratex permitem adquirir o conhecimento fundamental para melhorar a sua gama de produtos, bem como para a criação de novos e inovadores produtos.

A empresa enfrentou um grande desafio nos primeiros anos de vida. Na década de 90, perante a transferência da produção para o continente asiático da Nike, Adidas e Levi's, marcas que compravam 85% da produção da Petratex, foi necessário avançar com uma nova estratégia.

A Petratex caminhou assim para duas áreas de especialização: o vestuário técnico ligado a desportos de alta competição e a confeção de alta-costura. E os resultados apareceram. Em 2008, o nome da empresa saltou para a ribalta quando se ficou a saber que os fatos de banho da Speedo utilizados por Michael Phelps nos Jogos Olímpicos de Pequim, onde o nadador conquistou oito medalhas de ouro, eram fabricados em Portugal.

A Petratex é também responsável pela produção de um projeto na área da saúde, a Vital Jacket, camisola com tecnologia acoplada que permite medir os sinais vitais do utilizador.

PROJETOS APOIADOS PELO COMPETE

Projeto n.º. 36090 | SI Inovação (Produtiva)

Designação do projeto: **PETRA-NEW**

Investimento Elegível: € 2.402.840,00

Incentivo: € 1.081.278,00

O projeto pretendeu elevar a empresa para um novo patamar de capacitação tecnológica e fortalecer a presença nos mercados internacionais, através de um conjunto de ações focadas em áreas críticas para o crescimento da empresa: otimização da cadeia de fornecimento, controlo de qualidade e processos organizacionais e criação, desenvolvimento, produção e promoção internacional de novos produtos.

As ações a desenvolver terão um forte impacto nos objetivos estratégicos: aumento da capacidade de investigação e desenvolvimento de produtos tecnologicamente inovadores, aumento da capacidade produtiva, eficiência e qualidade, reforço da promoção internacional e, assim, aumentar a presença internacional.

O projeto apresentou três objetivos estratégicos principais:

1. **AUMENTO DA PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA** - Diminuir o ciclo do produto, aumentando a qualidade, eficiência, eficácia e capacidade de produção.
2. **MAIOR VISIBILIDADE E PRESENÇA INTERNACIONAL** - Pretende-se:
 - posicionar a Petratex nos mercados internacionais e altamente tecnológicos, diferenciando-se do mercado tradicional, não deixando de ter impacto no aumento dos negócios onde atualmente já se posiciona;
 - aumentar a visibilidade internacional;
 - e alargar o número de clientes.
3. **AUMENTO DAS COMPETÊNCIAS DE I&DT** - Reforçar as competências de I&DT e sistematizar os processos de promoção e valorização do conhecimento e, assim, aumentar o número de soluções disponíveis para o mercado.



Empresa: FIORIMA, S.A.

Localização: Frossos - Braga

<http://www.fiorima.com/>

Criada em 1985, a Fiorima dedica-se em exclusivo à fabricação de peúgas e similares de malha.

É uma das empresas mais modernas do mundo, não só pelo recurso ao equipamento de fabricação mais atualizado, como pelo recurso às mais avançadas tecnologias no domínio de toda a logística da cadeia de valor.

A Fiorima está certificada segundo as normas SA 8000, ISO 9001, ISO 14001 e OHSAS 18001, facto que por ser raro, senão único no sector, demonstra o nível atingido pela empresa nos vários domínios da gestão empresarial.

PROJETOS APOIADOS PELO COMPETE

Projeto n.º. 17277 | SI INOVAÇÃO

Designação do projeto: **Melhoria do processo produtivo e organizacional com vista a uma maior capacidade de resposta às solicitações do mercado, nomeadamente nas áreas do *design*, da moda, da diferenciação do produto e da criação de valor**

Investimento Elegível: € 815.884,00

Incentivo: € 530.324,60

O projeto tem por objetivo o reforço da orientação da empresa para os mercados internacionais, intervindo essencialmente na área operacional e na área organizacional e de gestão. Para tanto irá reforçar a componente tecnológica do processo produtivo, ganhar flexibilidade e melhorar a produtividade, atualizar significativamente os processos e métodos de organização e gestão e melhorar o relacionamento com clientes e fornecedores.

Projeto n.º. 7648 | SI INOVAÇÃO

Designação do projeto: **Aumento da capacidade de resposta às solicitações do mercado, com melhoria do processo produtivo e organizacional e aumento da eficiência energética**

Investimento Elegível: € 524.608,21

Incentivo: € 288.534,52

Projeto cujo objetivo fulcral é o reforço da componente tecnológica e inovação em que assenta a atividade da empresa, através da introdução de processos que suportam a sua progressão na cadeia de valor e o reforço da sua orientação para os mercados internacionais, particularmente para o espaço europeu.

Projeto n.º. 6600 | SI I&DT

Designação do projeto: **SOCKSmed - Therapeutic socks for healthy feet**

Investimento Elegível: € 395.014,51

Incentivo: € 263.675,58

Desenvolvimento de peúgas funcionalizadas e medicalizadas com efeito preventivo e/ou curativo nas seguintes patologias: Insuficiência venosa; Pé de diabético; Micoses.

Artigo da Newsletter COMPETE: [Fiorima | Têxteis nacionais tratam da saúde](#)

Projeto n.º. 1496 | SI I&DT

Designação do projeto: **Peúga-EcoHighTec - Desenvolvimento de Peúgas com Capacidade de Monitorização de Parâmetros Fisiológicos**

Investimento Elegível: € 481.550,40

Incentivo: € 288.345,79

Desenvolvimento de uma peúga que integra um sistema de monitorização de parâmetros fisiológicos, como a temperatura do pé, batimento cardíaco, pedómetro, sensor de massa corporal, distância percorrida, velocidade média, velocidade instantânea e calorías despendidas no treino. Ideal para atletas.

Artigo da Newsletter COMPETE: [Peúga-EcoHighTec | Materiais Inteligentes, funcionais e ecológicos integrados em estruturas têxteis](#)

Empresa: DAMEL, Confeção de Vestuário Lda.

Localização: Póvoa do Varzim

Descrição e evolução da empresa:

Nos princípios de 1980 dá-se o arranque de uma empresa familiar, com grande espírito empreendedor dos dois sócios gerentes, David Paiva e Amélia Sá, antigos empregados têxteis com grande experiência. Inicialmente, em nome individual, a DAMEL entra no mercado com uma produção de calças de ganga (jeans). A empregar cerca de 6 colaboradores, o casal de sócios acompanhava arduamente o desempenho de todos os trabalhos.

As primeiras instalações tiveram por local o terreno anexo da casa dos sócios, com cerca de 250 m2 de área coberta que em pouco mais de dois anos, duplicaram, construindo um andar superior, garantindo desta forma melhores condições de trabalho atingindo, diretamente, o aspeto laboral e diretivo. É ainda nesta fase que se verifica o aumento do número de colaboradores para cerca de 30.

Surge o fabrico de blusões e fatos de ski, uma linha de produção extremamente técnica e de alta qualidade, deixando, desta forma, uma parte do mercado interno e passando a exportar para vários países da Europa e EUA.

No setor em que a DAMEL se insere é essencial, para o aumento da competitividade de uma empresa, a diferenciação do mercado, tendo em conta o grau de saturação do mesmo que se tornou elevado. Neste sentido, a aposta nas áreas críticas de competitividade como a inovação dos produtos e processos, o *design*, a moda, o *marketing* e a logística avançada revela-se fulcral.

Sendo uma empresa mais virada para a produção em *private label* (produção para outras marcas), a DAMEL tem vindo a verificar a necessidade de se diferenciar, pelo que tem vindo a efetuar vários progressos neste âmbito, através essencialmente da inovação dos seus produtos. É a única empresa no sul da Europa especializada na produção de produtos para Ski, Sailing, Golf, Montanha e Motor-Sport, detendo todas as licenças Gore-Tex (tecido de alta tecnologia que consiste numa membrana de teflon expandido que impede que a água exterior entre e permite que o suor interno evaporado possa sair) deste 1992.

A DAMEL tem vindo a desenvolver as suas capacidades para a criação de produtos desenvolvidos e patenteados, sendo os mesmos inovadores pela tecnologia que apresentam, sendo também crucial a presença de *design* apelativo, tendo em atenção as tendências da moda, tornando o produto DAMEL atrativo, satisfazendo todas as necessidades do cliente.

É neste sentido que a DAMEL desenvolveu a sua marca própria COLDFIT que se encontra registada apenas em Portugal, tendo recentemente criado um novo produto (SEAB2), que consiste numa gama de vestuário, desenvolvido com tecido impermeável e respirável, integrando um sistema de insuflação (automática, manual e oral), garrafa CO2, fitas refletoras, apito e luz de emergência, para ser usado em atividades marítimas de lazer (vela, desportos aquáticos) e profissionais (pesca, petrolíferas marítimas, montagem de eólicas marítimas).

A empresa foi apoiada pelo COMPETE e já tem 2 projetos aprovados no COMPETE 2020

PROJETOS APOIADOS PELO COMPETE

Projeto n.º. 6254 | SI Qualificação PME - Vale Inovação

Designação do projeto: **Desenvolvimento de um fato inovador para motociclistas**

Investimento Elegível: € 33.000,00 Incentivo: € 24.750,00

O projeto consistiu na aquisição de serviços de ID&I ao CITEVE.

Projeto n.º. 6606 | I&DT Empresas - Projetos Individuais

Designação do projeto: **SeaB2**

Investimento Elegível: € 485.547,37 Incentivo: €341.101,87

O objetivo deste projeto é o desenvolvimento dum dispositivo de flutuação individual (DFI) em forma de cinto insuflável, multiplicações de forma a responder aos diferentes requisitos inerentes a todas as atividades profissionais e recreativas para a área militar e segurança marítima, pesca, comércio marítimo, plataformas petrolíferas *offshore* e navegação recreativa e desportiva. A usar em navios de passageiros, navios comerciais, iates, barcos de pesca e para todas as embarcações com espaço de armazenamento limitado, para as diversas áreas de navegação: oceânica, ao largo, costeira, costeira restrita e costeira local.

A IDEIA:

O desafio de desenvolvimento deste DFI com a forma de cinto insuflável surgiu duma ideia pré-concebida pelo Sr. Manuel Augusto Agonia, praticante de atividades náuticas, após ter sofrido um acidente no mar, à qual atribuiu a designação de Boia de vida.

Dos contactos entre o responsável pela ideia da Boia de vida, e a DAMEL em colaboração com a APMSHM (Associação Pró-Maior Segurança dos Homens do Mar), foi definida uma estratégia de desenvolvimento desta ideia e sua colocação no mercado. A Damel é detentora neste momento de um contrato de cedência de direitos de investigação, desenvolvimento e exploração desta ideia (atualmente registada como modelo de utilidade concedido em Portugal N. 10227, data de publicação BPI n. 128/2007). O modelo de utilidade diz respeito a um DFI de insuflação automática, apresentado na forma de cinto, ajustável de acordo com a cintura do indivíduo, podendo ser colocado diretamente sobre a pele ou sobre o vestuário do portador.

PROJETOS APOIADOS PELO COMPETE 2020

Projeto n.º. 1893 | SI Qualificação PME

Designação do projeto: **Organização interna dos processos para o incremento da competitividade**

Investimento Elegível: € 97.565,38 Incentivo: € 43.904,42

A DAMEL pretende diversificar-se num mercado que se revela bastante saturado, pelo que tem vindo a desenvolver produtos inovadores com marca própria, de forma a posteriormente colocá-los estrategicamente no mercado e assim incrementar as suas vendas.

Este projeto de investimento atua essencialmente ao nível de dois domínios imateriais da competitividade: ao nível da inovação organizacional e gestão e ao nível da qualidade.

- Inovação organizacional e gestão: Pretende-se investir num conjunto de ferramentas que potenciem a introdução de novos métodos de organização do trabalho, efetuando um redesenho do seu *layout* transversalmente em toda a empresa. A empresa necessita deter os conhecimentos para agir em cada momento do seu processo de laboração. Para tal é crucial implementar um sistema, ainda não existente, que permita concentrar todas as informações referente aos processos produtivos e administrativos da empresa-
- Qualidade: Contribuindo igualmente para a inovação organizacional da empresa, pretende-se implementar e certificar um Sistema de Gestão da Qualidade, no âmbito da Norma NP ISO 9001:2008, com vista à melhoria nos processos de atividade da organização, a redução de custos e aumento de vendas, redução da quantidade de não conformidades no produto, clarificação e/ou definição de funções e responsabilidades do pessoal, registo, tratamento e redução de reclamações de clientes, permitindo que a certificação contribua para manter, desenvolver e melhorar continuamente o SGQ, exercendo uma influência positiva sobre o desempenho dos fornecedores.

Projeto n.º. 1905 | QI PME (Projetos Individuais - Internacionalização)

Nota: Trata-se da internacionalização de um produto desenvolvido no âmbito do projeto n.º 6606 apoiado pelo COMPETE.

Designação do projeto: **Internacionalização da Damel com o novo produto SEAB2**

Investimento Elegível: € 129.679,70 Incentivo: € 58.355,87

DAMEL pretende fortalecer a sua capacitação empresarial para a internacionalização através de novas técnicas de abordagem aos mercados internacionais. O novo produto (SEAB2) consiste numa gama de vestuário especializada para ambientes com água, propiciando aos seus utilizadores a devida proteção e adequação às tarefas que desempenham.

O projeto de investimento envolve um conjunto de ações, promovendo os meios necessários ainda não existentes na empresa para possibilitar um grau de sucesso elevado na abordagem aos mercados internacionais pretendidos.

1. Conhecimento de mercados externos (Feiras/Exposições): Introdução do SEAB2 em novos mercados ainda não explorados, inovando as suas áreas de atuação a novos países europeus, no continente americano e nos países árabes. Neste sentido pretende marcar presença em três feiras, estrategicamente localizadas em cada uma das zonas, de forma a divulgar o seu produto para o máximo de países nas áreas envolventes das feiras pretendidas;

2. Desenvolvimento e promoção internacional de marcas (Ações de promoção): Simultaneamente com a participação nas feiras, a empresa irá desenvolver ações de promoção na imprensa dos países onde se realizam estes eventos, intensificando inclusivamente a abordagem aos mercados nórdicos nas datas de realização de uma das feiras no continente europeu;

3. Presença na web, através da economia digital: É essencial a capacidade de disponibilizar toda a informação atualizada e imediata sobre a empresa e os produtos, simplificando todo o processo de venda, aproximando desta forma mais eficazmente os clientes da empresa. Assim, é fulcral que a empresa desenvolva um *website* corporativo com loja online, fazendo chegar junto dos clientes a sua imagem e os seus produtos de forma mais eficaz;

4. Certificações específicas para os mercados externos: Para comercializar a sua nova linha de vestuário e tendo em conta as suas características específicas, é necessário efetuar-se o registo da sua patente nos mercados em que pretende operar

5. Introdução de novo método de organização nas práticas comerciais ou nas relações externas: O desenvolvimento de práticas comerciais eficientes determina a eficácia das relações externas da empresa, bem como uma forma de abordagem e divulgação dos produtos mais eficaz. Esta questão requer elevado grau de conhecimento dos potenciais clientes, pelo que revela-se essencial para a empresa manter-se atual nesta matéria. Assim, a empresa pretende assegurar no seu quadro de pessoal um colaborador que desempenhe uma função de pesquisa constante dos mercados e simultaneamente desenvolva os desenhos técnicos mais adequados a utilizar nos meios de divulgação internacionais. Para realização desta função será necessário, simultaneamente, implementar um novo *software* para o efeito, com aquisição de um novo equipamento.



P&R - Têxteis, S.A.

Empresa: P&R Têxteis

Localização: Barcelos

<http://www.prtexteis.com/>

A P&R - TÊXTEIS, S.A. serve as grandes marcas mundiais de desporto, bem como importantes cadeias de lojas de desporto, vestindo milhares de atletas que participam em importantes eventos desportivos, como: Jogos Olímpicos, Mundiais e Europeus de atletismo, Mundiais e Europeus de Futebol e em diferentes desportos inclusive: Triatlo, Natação, Maratonas, Ciclismo, Rugby, Esqui, Surf e Bodyboard.

Numa estratégia de minimizar a dependência das deslocalizações dos clientes, a P&R - TÊXTEIS, S.A. em 2000/2001 criou, no mesmo âmbito do vestuário desportivo, mas em nicho de mercado não diretamente concorrente ao dos interesses dos seus clientes (Adidas, Nike e Puma) a sua Marca Própria - ONDA.

PROJETOS APOIADOS PELO COMPETE

Projeto n.º. 390 | SI QPME

Designação do projeto: **Aposta em Fatores Dinâmicos de Competitividade**

Investimento Elegível: € 212.380,00

Incentivo: € 74.333,00

A P&R - TÊXTEIS, S.A. pretende executar investimentos que visam a promoção da sua competitividade através do aumento da produtividade, da flexibilidade e da capacidade de resposta e presença ativa no mercado global, através da utilização de fatores dinâmicos da competitividade, designadamente:

- Nos domínios de comercialização e marketing,
- Presença na economia digital,
- Organização e Gestão e Tecnologias de Informação e Comunicação,
- Inovação,
- Certificação do sistema de Responsabilidade Social,
- Criação, moda e *design*,
- Internacionalização,
- Inserção e qualificação de recursos humanos.

Projeto n.º. 388 | SI QPME - Projeto CONCLUÍDO

Designação do projeto: **Desenvolvimento e Promoção Internacional**

Investimento Elegível: € 399.109,50

Incentivo: € 139.688,33

Projeto direcionado para o reforço das suas capacidades competitivas, fundamentalmente pelo investimento não produtivo em fatores dinâmicos de competitividade como o marketing, a economia digital, a responsabilidade social, a inovação e a satisfação do cliente.

Projeto n.º. 27325 | SI INOVAÇÃO

Designação do projeto: **Inovação em Produtos e Mercados**

Investimento Elegível: € 820.099,67

Incentivo: € 452.120,57

A empresa visa através deste projeto movimentar-se no sentido da prospeção aos mercados-alvo e aproximação ao consumidor final (cooperação com as *private label* na conceção e desenvolvimento dos novos produtos), bem como apresentação de novos produtos com os quais pretende surpreender o mercado com uma oferta de valor acrescentado, como é o caso do fato especial Pellisaquae para Hidrocinesioterapia desenvolvido no âmbito de um projeto de Investigação e Desenvolvimento. Por outro lado, as ações de prospeção vão permitir que a empresa antevêja tendências e as incorpore na sua oferta, possibilitando uma resposta em tempo real ao cliente (quando solicitar um novo produto, a P&R já o desenvolveu. A empresa objetiva assim, através da inovação do serviço prestado, e do desenvolvimento de novos produtos, tornar o seu posicionamento altamente diferenciador, projetando-se distintamente no mercado nacional e internacional.

Projeto n.º. 18332 | SI QPME

Designação do projeto: **Reforço da Internacionalização da marca ONDA**

Investimento Elegível: € 524.937,50

Incentivo: € 150.951,95

Face à apetência do mercado para os produtos da empresa, e o aumento da capacidade de consumo dos mercados internacionais é necessário apostar na prospeção, divulgação e promoção no mercado externo, no sentido de alargar a sua atuação externa, bem como efetuar a conceção de linhas de produtos específicos para os determinados mercados.

Adotar técnicas inovadoras de divulgação da marca no mercado internacional passam pela conceção de um estruturado programa de *marketing* para o seu segmento e mercado, assim como despesas com o material promocional, como sejam a conceção e elaboração de catálogos internacionais, de um catálogo corporativo internacional.

Artigo da Newsletter COMPETE: [Têxteis Técnicos | Portugal na vanguarda do desenvolvimento dos têxteis inteligentes](#)

Projeto n.º. 1576 | SI I&DT - Projeto CONCLUÍDO

Designação do projeto: **Reforço da Internacionalização da marca ONDA**

Investimento Elegível: € 839.590,31

Incentivo: € 598.268,98

O objetivo do projeto é o desenvolvimento de um blusão multifuncional, com elevado isolamento térmico, com bandas de aquecimento e com tecnologias de sensorização de sinais vitais, de localização e de comunicação de eventos/alarmes. O blusão terá duas camadas, uma interior e outra exterior - interligáveis, possibilitando a obtenção de um blusão polivalente (montagem de um blusão adequado a diferentes condições ambientais).

As medições efetuadas pelos sensores do Blusão serão enviadas para um servidor, permitindo o acompanhamento remoto dos alpinistas/atuação atempada em emergências.

O projeto terá 2 fases: 1ª: Blusão com elevado isolamento térmico (relativamente aos melhores que existem no mercado) pela utilização de materiais têxteis com melhor isolamento térmico e pela incorporação de materiais com baixas condutividades térmicas/termo-isolantes.

2ª: Incorporar no blusão anterior, bandas de aquecimento na zona do antebraço/braço/palma da mão, sistemas de sensorização temperatura/batimento cardíaco. Estes deverão ser leves, flexíveis e de baixo consumo energético; a transmissão de dados deverá ser efetuada em tempo real (wireless) entre os sistemas/sensores e unidade de processamento.

O Blusão será desenvolvido para que possa ser utilizado noutras práticas desportivas, além do montanhismo, pela facilidade de incorporação/remoção das tecnologias de comunicação/sensorização, permitindo a construção de um blusão à medida das necessidades dos diferentes tipos de desporto/utilizadores (várias versões/modelos).

Dar-se-á ênfase aos aspetos relacionados com o conforto/resistência materiais/peso equipamentos/sistemas a incorporar no blusão, sendo este um aspeto muito importante na segurança do montanhista, e diminuição dos riscos associados ao desporto aventura.

Terá a duração de 2 anos, e engloba um conjunto de parceiros estratégicos que actuam em diferentes vertentes de conhecimento e experiência: P&RTêxteis, Citeve, Centi, PTInovação e Clube de Montanhismo.

Empresa com projeto aprovado no COMPETE 2020

Empresa: Grupo Polopique

Localização: Santo Tirso

Descrição e evolução da Empresa:

O Grupo Polopique é hoje uma das poucas, senão únicas, unidades têxteis com integração vertical. Isto é, que assume o controlo de todas as fases do seu ciclo produtivo, desde a fiação à tecelagem e tricotagem, tinturaria e ultimização dos tecidos e até à confeção de peças de vestuário, que obedecem às tendências da inovação e *design*, seguindo as sugestões do seu departamento de investigação e desenvolvimento.

Para chegar a este ponto, a Polopique, criada em 1996, abandonou o hábito inicial de recorrer à subcontratação da produção e passou a criar ou a adquirir empresas que produzissem o que necessitava: ao comércio de têxteis inicial juntou, em 2003, uma empresa de acabamentos de tecidos, depois duas fiações e a tecelagem/tricotagem e, em 2013, a confeção e uma unidade de produção de energia (cogeração).

A par desta escalada vertical, a Polopique foi também investindo em tecnologia, o que levou à otimização dos processos de produção, à melhoria da qualidade dos produtos e à eficiência produtiva. Os resultados não se fizeram esperar. A qualidade dos seus tecidos e confeções saltaram à vista, até dos parceiros procurados no estrangeiro. A Polopique exporta quase toda a sua produção (97%) e conta no seu portfólio de clientes com empresas como a Inditex (dona da Zara), de que é uma das principais fornecedoras. Mas os seus produtos encontram-se em lojas por todo

Projeto n.º. 804 | SI Inovação Produtiva

Designação do projeto: **Estratégia Polopique 2017: High Performance Yarns / High Standard Yarns**

Investimento Elegível: € 6.706.921,61 **Incentivo:** € 2.347.422,56

Atentas as crescentes solicitações de desenvolvimento de produtos de superior valor acrescentado (incorporando novas matérias-primas, novas misturas ou possuindo novas funcionalidades) e dada a ausência de oferta nacional deste tipo de produtos, a Polopique identificou a oportunidade de desenvolver novos fios têxteis adaptados ao perfil de procura internacional e com características claramente diferenciadoras no mercado, tendo em vista a consolidação do crescimento da sua atividade e do Grupo e o incremento a sua presença no mercado internacional, principalmente em segmentos com públicos-alvo sofisticados e de elevado rendimento disponível.

Deste modo, o desenvolvimento, a produção e o lançamento dos novos produtos exige a criação de uma nova unidade de fiação e a instalação de tecnologia produtiva state-of-the-art.



Programa Operacional Competitividade e Internacionalização
Operational Programme for Competitiveness and Internationalisation

