



Designação do projeto | FASHION PALETTE
Código do projeto | Projeto n.º: 1810
Objetivo principal | Aumento da quota de mercado
Região de intervenção | Norte – Braga, Barcelos
Entidade beneficiária | Valérius SA.

Data de aprovação | 06/10/2015
Data de início | 01/07/2015
Data de conclusão | 30/06/2017
Custo total elegível | 577.950,00 €
Apoio financeiro da União Europeia | 260.077,50 €

Constituída em 1987, a Valérius surge como uma empresa que confeciona vestuário de média alta qualidade, direcionado para homem, senhora e criança, destinado maioritariamente à exportação que sempre foi um ponto fulcral para a empresa.

Regendo-se pelos mais elevados standards de qualidade, a empresa possui a certificação ISSO 9001:2008, Business Social Compliance Initiative. Com várias marcas próprias (Ballentina, Green Wish, ONARA e Sucre et Sel), está presente em diversos mercados externos, possuindo uma vasta carteira de clientes nos quais se destacam H&M, Framer Moda, ME&EM, IMAZ e SAS Dogg Label.

Tendo em conta a sua visão, pontos fracos, fortes, ameaças e oportunidades o promotor definiu os seguintes objetivos estratégicos:

- Aperfeiçoar as técnicas de produção e a gestão da organização
- Explorar novos mercados
- Criar produtos de elevado valor acrescentado
- Promover o emprego altamente qualificado
- Aumentar o volume de negócios até ao ano pós-projeto
- Dinamizar as diversas marcas dos seus produtos.



Relativamente ao âmbito da candidatura do projeto, os objetivos focam-se no aumento da quota de mercado, em marcar presença em 13 mercados externos, aumentar o volume de negócios, alcançar um nível de exportação de 92.15%, aumentar os postos de trabalho, desenvolver e promover a marca e as coleções.

A empresa pretende assim aumentar apenas em aproximadamente 1% o peso do mercado externo no volume de negócio (de 89.83% para 92.15%). A sua estratégia para o cumprimento deste objetivo passa por adotar as seguintes tipologias:

- Aquisição de material promocional, como catálogos para disponibilizar aos clientes nas ações de prospeção
- Presença na Web, através da dinamização do website, incorporando novas funcionalidades.
- Prospeção e captação de novos clientes, em mercados externos de modo a dar a conhecer as coleções e ter um contato próximo com os clientes e distribuidores.
- Novo método de organização nas práticas comerciais, além de prever a contratação de dois técnicos qualificados, investe também num software de logística.
- Certificações específicas, com o objetivo de aumentar a sua eficácia do seu desempenho relativamente à inovação.