

Designação do projecto | **Consoc Internacionalização**

Código do projecto | **NORTE-02-0752-FEDER-020755**

Objectivo principal | **OT 3 - Reforçar a competitividade das PME**

Região de intervenção | **NORTE**

Entidade beneficiária | **CONSOC INDUSTRIES, S.A.**

Data de Aprovação | **2017-02-16**

Data de início | **2016-07-01**

Data de conclusão | **2018-06-30**

Custo elegível | **357.541,88€**

Apoio financeiro público Europeu / Nacional Regional | **160.893,85 €**

OBJETIVOS: O PROJETO INICIAL

A Consoc Industries apresentou uma candidatura com uma estratégia clara que pretende com este projeto a sua internacionalização, em pelo menos três mercados.

Sob a marca «Fábrica das Casas», a empresa deseja, com a “casa móvel”, expandir a penetração de mercado da sua inovação em que se substitui a construção tradicional por casas fabricadas, totalmente prontas a ser utilizadas, podendo ser transportadas em camião, barco ou avião. Os produtos (as «casas») são espaços habitáveis que podem servir múltiplos usos: habitação, escritórios, espaços de lazer, hotéis, restauração, etc.

A empresa quer, com este projeto, ser um *player* capaz de proporcionar, com elevado valor acrescentado, inovação e desenvolvimento nas áreas de arquitetura, design e criação, bem assim como ter uma unidade fabril para conseguir fornecer ao mercado, numa escala industrial, construções replicáveis, com estrutura leve e otimizada para evitar desperdícios, resistente e de fácil transportabilidade.

A grande maioria dos investimentos estão em ligação com as outras candidaturas (sistema de incentivos de inovação produtiva e sistema de incentivos qualificação e ao sistema investimento e desenvolvimento tecnológico) e vão ao encontro dos objetivos estratégicos, em que são exemplos: aumentar a capacidade produtiva, melhorar a

organização interna, superar a pouca experiência em processos de internacionalização e, positivamente, a investigação e desenvolvimento de arquitetura, produto com design diferenciador e o aproveitamento da solução “casa móvel” pronta a usar e permite soluções de combinação e vantagens diversas.

Estas estratégias ajudam a cumprir os objetivos mencionados na candidatura:

- Crescimento de Vendas, no período de 5 anos (2015-2020), de pelo menos 100%
- Atingir volume de 2 milhões € em 2020
- Vendas internacionais para 4 mercados de, pelo menos, um milhão de euros em 2020.
- Atingir o Break Even do projeto, até final de 2020.
- Ter capacidade de resposta industrial para produzir pelo menos 100 unidades ano
- Ser marca de soluções arquitetónicas com notoriedade entre grandes compradores de habitação e escritório
- Primeira Certificação, 2018/19.

ATIVIDADES PREVISTAS:

Neste projeto encontram-se definidos investimentos e estratégias *inbound*, como é o caso do plano de marketing e comunicação orientado para o crescimento internacional, e estratégias *outbound*, tais como material promocional para divulgação e promoção da empresa, prospeção junto dos clientes em novos mercados, registo de marca internacional e participação em feiras internacionais – nomeadamente ARTIBAT e MIPIIM em França, CONSTRUTEC em Espanha e as feiras BAUTEC e BAUEN+WHONEN na Alemanha.

Estão previstos a contratação de dois recursos humanos qualificados e a aquisição de computadores e software, para apoio a este projeto de internacionalização.

ATIVIDADES REALIZADAS:

- A presença internacional em 3 mercados, Espanha, França e Alemanha, já concretizada, em boa parte.
- O alargamento da equipa, com contratações de pessoas qualificadas, concretizado
- A criação e/ou melhoria e/ou implementação de mecanismos de promoção, como por exemplo o site www.fabricadascasas.com, concretizado.

RESULTADOS JÁ OBTIDOS:

- O volume de faturação de 2017 atingirá provavelmente o objetivo que era o de 2020. Em 2016 a empresa já teve como volume de negócios cerca de 1 milhão de euros.

O crescimento de 100% face a ano pré-projeto será alcançado em 2017

- As vendas internacionais (por ora apenas Espanha e França) já estão a rondar os 900 mil euros, não sendo difícil, com o aumento de intensidade na promoção internacional e o alargamento de mercados (a empresa já esteve na Alemanha) que o objetivo de 1 milhão de euros em 2020 seja superado

- O mais exigente sistema de certificação na área, o Francês DECENAL, foi conseguido

- Numerosos contactos internacionais resultaram e estão a ser explorados, fruto deste projeto de internacionalização e da sua implementação.