

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

**Código do projeto:** CENTRO-02-0752-FEDER-002591

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

**Região de intervenção:** Centro

**Entidade beneficiária:** FUN E FITNESS-COMÉRCIO DE ARTIGOS DESPORTIVOS,  
UNIPessoal, LDA

**Data de aprovação:** 10-11-2015

**Data de início:** 30-06-2015

**Data de conclusão:** 31-10-2017

**Custo total elegível:** 206.278,71€

**Apoio financeiro da União Europeia:** FEDER – 92.825,42€

#### **Objetivos, atividades e resultados esperados/atingidos:**

A sociedade **FUN E FITNESS – COMÉRCIO DE ARTIGOS DESPORTIVOS, UNIPessoal, LDA** fundada a 21 de Janeiro de 2005, é uma Pequena Empresa localizada na NUT II Centro, em Viseu, foi criada com um capital inicial de 5.000,00 euros, pelo único sócio, António Miguel Alves Trafaria Paiva Estanqueiro.

A sua atividade consiste no comércio de artigos e equipamentos desportivos, enquadrando-se no CAE 47640.

A **FUN E FITNESS** exerce a sua atividade comercial na sua sede, situada na Urbanização Vale Rio, Lote 1, Freguesia de Repeses e São Salvador, Viseu, e tem um armazém de apoio à atividade situado na Estrada de Santo Estevão, freguesia de São José, conselho de Viseu.

Os tipos de artigos e equipamentos de ginásio comercializados pela **FUN E FITNESS** são os seguintes:

- Equipamento Córdio Fitness
- Equipamentos para Aulas de Grupo
- Equipamento de musculação
- Cycling
- Equipamento de Luz
- Equipamento de som
- Equipamento aquático
- Máquinas Hidráulicas
- Balneários

- Software Ginásios
- Plataformas Vibratórias
- Equipamentos de SPA

A realização do presente projeto de investimento surge da necessidade de se criarem condições para o desenvolvimento de uma estratégia de consolidação comercial competitiva no sentido de aumentar a sua quota de mercado a nível nacional e internacional e ganhar posição em relação a potenciais rivais que possam surgir nos mercados.

A atividade desportiva assume progressivamente uma maior presença e protagonismo nas sociedades modernas a nível mundial, a sua estratégia passa assim pelo alargamento dos seus mercados atuais, mercado interno e externo, assim como a entrada em novos mercados.

Pretende consolidar e alargar os seus mercados atuais, nomeadamente os mercados de Espanha, Alemanha e Grécia e a entrada em novos mercados, como é o caso de Itália e EUA.

Os produtos que irão ser comercializados para estes mercados serão os mesmos, os produtos com marca própria, a “FFITTECH” para os equipamentos de maior porte, como é o caso de equipamentos de musculação e cardio. Os equipamentos de menor porte/de apoio, essencialmente os usados em aulas de grupo, serão comercializados com a nova marca, a “AZAFIT”, até aqui estes equipamentos eram vendidos com outras marcas da concorrência.

O presente projeto incide sobre as seguintes tipologias:

#### **Conhecimentos de mercados externos (Feiras/Exposições)**

Pretende-se investir na participação em feiras do setor dos ginásios, de abrangência internacional. Todas estas feiras são grandes eventos comerciais com dimensão internacional, apresentando-se como uma ocasião propícia para consolidar presenças estabelecidas. Assim, como é ainda um importante meio de contato com potenciais clientes, gerar negócios e criar relacionamentos em termos globais. Vai permitir também contato com as organizações sectoriais, estaduais e nacionais de representação da atividade empresarial nos mercados-alvo, o que permitirá à empresa conhecer melhor os mercados.

#### **Presença na web, através da economia digital**

Pretende-se criar um website para a nova marca, a “AZAFIT”, com integração de plataforma e-commerce. O website vai estar em Multilingue, para potenciar a atividade comercial e oferecer uma melhor interatividade com os clientes dos mercados-alvo. Irão também ser introduzidos novos conteúdos, adaptados aos novos mercados no website da marca “FFITTECH”. Ainda a este nível serão realizadas campanhas publicitárias no Google.

#### **Desenvolvimento e promoção internacional de marcas (Ações de promoção)**

Pretende-se investir no desenvolvimento e conceção material promocional em bilingue (flyers; banners, fitas, sacos, esferográficas) e desenvolvimento e conceção de catálogos em

multilíngue para apresentação junto dos mercados-alvo. Será também realizado investimento em campanhas publicitárias em revistas da especialidade, no mercado Espanhol.

**Prospecção e presença em mercados internacionais (Prospecção e captação de novos clientes)**

Serão realizadas viagens de prospecção aos mercados-alvo, com o objetivo da procura de parceiros e clientes nos mercados-alvo, bem como apresentação dos seus produtos nesses mercados e facilitar a integração e crescimento nos mercados externos.

**Marketing internacional**

Serão realizados investimentos com o registo da nova marca, a “AZAFIT” nível comunitário. Serão criados dois postos de trabalho na área comercial dedicados à internacionalização. De forma a verificar a viabilidade do presente investimento, da sua atividade e do seu enquadramento, foi necessário recorrer a serviços especializados de consultoria. De forma a confirmar a realização das despesas de investimentos e que os documentos comprovativos daquelas despesas se encontram corretamente lançados na contabilidade e que o incentivo foi contabilizado de acordo com o SNC, será necessário recorrer a serviços especializados de um TOC.

**Introdução de novo método de organização nas práticas comerciais ou relações externas**

Pretende-se apostar em novas tecnologias a nível de hardware, com a aquisição de três computadores. Estes terão como objetivo capacitar os novos postos de trabalho, que serão contratados no âmbito do projeto, para funções ligadas à internacionalização da empresa. Este investimento tem o objetivo de criar competências a nível da gestão e internacionalização do negócio.

**Certificações específicas para os mercados externos**

Pretende-se efetuar investimento na implementação de um Sistema de Gestão da Qualidade, segundo a norma ISO 9001, que constitui uma referência para a Certificação de Sistemas de Gestão da Qualidade. A Certificação de acordo com a ISO 9001 reconhece o esforço da organização em assegurar a conformidade dos seus produtos e/ou serviços, a satisfação dos clientes e a melhoria contínua. A qualidade do Produto / Serviço prestado e o modo como se trabalha, assentam num sistema de gestão organizacional interno eficaz. Atualmente é uma contribuição substancial na conquista de vantagens competitivas e distintivas permitindo solidificar a notoriedade no mercado. Um fluxo de tarefas, atividades, processos dinâmicos, interligados e bem organizados acrescenta um maior valor tanto na eficácia como na eficiência do desempenho e resultados da organização. Neste âmbito foram considerados os custos com a implementação, auditoria e certificação segundo esta norma. Permitindo assim ganhos em termos de competitividade e desempenho, assumindo-se estratégicos para a empresa, fulcral para a internacionalização dado que é uma norma reconhecida internacionalmente.

Com este projeto a empresa pretende posicionar-se em mercados externos e valorizar as suas competências internas, com uma forte aposta nos fatores dinâmicos de competitividade, de

**CENTRO** 20  
20

PORTUGAL  
**2020**



UNIÃO EUROPEIA  
Fundo Europeu  
de Desenvolvimento Regional

forma a alicerçar o seu processo de internacionalização para Espanha, Alemanha, Grécia, Itália e EUA.

O projeto foi executado entre 2015 e 2017 com uma execução de cerca de 81,50%.