

# INCENTIVOS ÀS EMPRESAS

AÇÕES DE VALORIZAÇÃO DA OFERTA 2019/2020

APOIOS ALARGADOS A NOVAS TIPOLOGIAS



**INSCRIÇÕES ABERTAS**  
LIMITADAS AO ORÇAMENTO DISPONÍVEL

**Cluster  
do Calçado**

**APICCAPS**

Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado,  
Componentes e Artigos de Pele e seus Sucedâneos

**VIGÊNCIA DO PROGRAMA**

JANEIRO DE 2019 A  
DEZEMBRO DE 2020

**CONTACTE-NOS**

Carlos Silva  
[carlossilva@mail.apiccaps.pt](mailto:carlossilva@mail.apiccaps.pt)  
Tel: 225 074 150

# AÇÕES DE VALORIZAÇÃO DA OFERTA

## 2019 / 2020

A APICCAPS vem desenvolvendo ao longo dos últimos anos um novo programa designado de Valorização da Oferta, com o objetivo de complementar os apoios às empresas em matéria de internacionalização do cluster do Calçado e Moda.

É reconhecida a importância, tal como definido pelo cluster do Calçado e Moda no FOOTure 2020, de alavancar os investimentos das empresas nas suas marcas, em especial nas áreas da comunicação e marketing, bem como ao nível da imagem das próprias empresas do Cluster.

Para tal, a APICCAPS apresentou, no âmbito do PORTUGAL 2020, uma nova candidatura (entretanto aprovada) com o objetivo de dar continuidade às ações de Valorização da Oferta. Esta iniciativa pretende, por um lado, dar continuidade ao apoio a um conjunto de tipologias de investimento já existentes nos passados programas de Valorização da Oferta, quer, por outro lado, alargar os apoios a novas tipologias de investimento.

Assim, é possível às empresas no âmbito desta iniciativa enquadrarem os seus investimentos com Catálogos, Campanhas de Marketing Digital, Criação de Websites, Registo de Marcas, Elaboração de Planos de Comunicação, Sessões Fotográficas, Adesão a Plataformas de Vendas e Marketing Online, entre outros.



# TIPOLOGIAS DE INVESTIMENTO ELEGÍVEIS



## ENQUADRAMENTO DOS INVESTIMENTOS

O presente documento pretende enquadrar a metodologia de implementação de investimentos a realizar no âmbito do programa de Valorização da Oferta.

Este programa prevê intervenções nas seguintes tipologias de investimento:

1. Publicidade (anúncios) e Assessorias de comunicação
2. Catálogos
- ▶ 3. Adesão a Plataformas de Comércio e Comunicação Online
4. Produção de Conteúdos Fotográficos/Multimédia
5. Campanhas de Social Media, Email Marketing e Outras tipologias de Marketing Digital
6. Conceção de Marcas - posicionamento e conceito (consultoria)
7. Planos de comunicação (consultoria)
8. Registo de marcas e proteção de modelos
9. Websites e lojas online (apenas empresas industriais)
- ▶ 10. Sistemas de Gestão, CRM e Serviços de Integração
- ▶ 11. Serviços de apoio à transformação Digital (consultoria)

Apesar de a APICCAPS promover este programa junto dos associados de uma forma integrada os investimentos realizados pelas empresas estão enquadrados em três candidaturas distintas submetidas pela APICCAPS ao Portugal 2020:

- a. Internacionalização das PME - Programa de Internacionalização do Cluster do Calçado - 2019 (Projeto:038080/POCI) a realizar entre 01-08-2018 e 31-07-2020 onde estão incluídos os investimentos referidos acima nas alíneas [1.] e [2.] a realizar ao longo de 2019;
- b. Internacionalização das PME - Programa de Internacionalização do Cluster do Calçado - 2020 (Projeto: apresentando no âmbito do. AAC 35/SI/2018/POCI) a realizar entre 01-08- 2019 e 31-03-2021 onde estão incluídos os investimentos referidos acima nas alíneas [1.] e [2.] a realizar ao longo de 2020;
- c. Qualificação das PME - Qualificação das PME do cluster do Calçado para a economia digital (Projeto:040927/POCI) a realizar entre 01-01-2019 e 31-12-2020 onde se enquadram os investimentos referidos acima nas restantes alíneas.

Estas intervenções têm como objetivo principal qualificar as empresas para o processo de internacionalização e desta forma alavancar os resultados da sua participação em feiras internacionais. Pretende-se que toda a intervenção seja também coordenada com a Campanha Portuguesa Shoes, permitindo assim que a ação ao nível das empresas reforce também a imagem global do cluster.

# 1

## **PUBLICIDADE (ANÚNCIOS) E ASSESSORIAS DE COMUNICAÇÃO**

### **DESCRIÇÃO**

Esta rubrica de investimento contempla:

- A inserção de anúncios das marcas portuguesas nas mais importantes revistas de moda a nível internacional;
- A contratação de serviços especializados de assessoria de comunicação a empresas ligadas à área da moda. Esta ligação com empresas de assessoria de comunicação global deverá permitir um destaque dos produtos das empresas portuguesas nas revistas da especialidade e, em conjunto com os anúncios anteriormente referidos, aumentar a notoriedade das marcas nacionais.

### **Mercados**

Apenas estão abrangidos os mercados principais do Cluster do Calçado e Moda (Alemanha, Espanha, França, Holanda e Reino Unido), Itália e os EUA.

### **OBJETIVOS**

- Reforçar a presença das empresas nas revistas internacionais da especialidade;
- Complementar a participação em eventos internacionais;
- Aumentar a notoriedade das marcas nacionais;
- Contribuir para os objetivos da campanha sectorial “Portuguese Shoes”.

# 2

## **CATÁLOGOS**

### **DESCRIÇÃO**

Como forma de alavancar os resultados da participação das empresas do sector em feiras internacionais prevê-se aqui a possibilidade de financiar os custos com a conceção, a edição gráfica e a publicação de catálogos das coleções de marcas do cluster. Estes catálogos são hoje um meio mais comum de desenvolver a comunicação de uma forma mais continua com os clientes internacionais do sector.

### **OBJETIVOS**

- Promover a imagem das empresas;
- Cativar clientes potenciais e fidelizar clientes habituais;
- Apresentar de forma detalhada o conceito de cada coleção;
- Divulgar a presença das empresas nos grandes eventos internacionais.

# 3

## ADESÃO A PLATAFORMAS DE COMÉRCIO E MARKETING ONLINE

### DESCRIÇÃO

O desenvolvimento das vendas online apresenta-se hoje como um canal em rápido desenvolvimento. No entanto nem todas as marcas têm características que permitam o crescimento de uma estratégia de vendas baseada apenas numa loja online própria.

A presença de uma marca em plataformas de vendas e comunicação online, em muitos casos, permite atrair um nível de tráfego elevado, que seria impossível de obter numa loja própria e atuando de forma isolada.

Os exemplos de plataformas deste tipo são abundantes: Amazon, Zalando, Zappos e Spartoo são exemplos internacionais com um vasto leque de calçado. Também a nível nacional existem exemplos relevantes, como a Overcube, MintySquare ou a The Feeting Room. Estas plataformas permitem otimizar os recursos para a gestão de toda a logística associada à relação direta com o cliente final ou maximizar a exposição pública das marcas que nelas participam.

Neste projeto prevêem-se os custos associados à adesão das marcas portuguesas a este tipo de plataformas e os investimentos relacionados com o desenvolvimento dos respetivos perfis de marca.

### OBJETIVOS

- Criação de canais de venda alternativos;
- Aumentar a presença da marca nos canais digitais;
- Aproveitar o know-how das plataformas sobre clientes e processo de venda, aliada a alguma redução de custos para as empresas.

# 4

## PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS FOTOGRÁFICOS/MULTIMÉDIA

### DESCRIÇÃO

O desenvolvimento de conteúdos fotográficos e multimédia são hoje unanimemente considerados como indispensáveis para a promoção das marcas, quer com o público profissional, quer com os consumidores finais.

Nesta tipologia contempla-se a contratação de fotógrafos, stylists, cabeleireiros, maquilhadores, manequins profissionais, equipas de vídeo, entre outros, capazes de criar conteúdos multimédia de grande impacto, passíveis de utilização nos diversos suportes de comunicação utilizados pela marca.

### OBJETIVOS

- Promover o upgrade de imagem das marcas do sector;
- Fomentar uma imagem de excelência das empresas e dos seus produtos;
- Captar a atenção de quem se depare com qualquer das formas de promoção da empresa.

## 5

## CAMPANHAS DE SOCIAL MEDIA, EMAIL MARKETING E OUTRAS TIPOLOGIAS DE MARKETING DIGITAL

### DESCRIÇÃO

Os social media, encabeçados pelo Facebook, assumiram na última década um papel fundamental na estruturação das relações sociais e têm um papel crescente na atividade económica. Para muitos consumidores, nomeadamente os mais jovens, estes meios desempenham um papel fundamental no conhecimento dos produtos disponíveis no mercado, na definição das suas preferências, na seleção dos produtos a comprar e, crescentemente, até na concretização da própria compra.

Igualmente, os meios digitais oferecem oportunidades inovadoras para as atividades de marketing, permitindo nomeadamente que estas beneficiem de um grau de direcionamento e customização que doutro modo não seriam possíveis. Utilizando instrumentos de email marketing (de que são exemplos as newsletters) é possível direcionar a comunicação para as pessoas e empresas específicas que se pretendem atingir e, eventualmente, adequar a mensagem ao destinatário.

Por fim, existe uma infinidade de ferramentas digitais ao dispor das empresas, de que são exemplo os AdWords do Google e as campanhas de atração de tráfego para os websites.

### OBJETIVOS

- Promover atividades de divulgação dos produtos portugueses junto dos clientes habituais e potenciais;
- Desenvolver estratégias de comunicação digital;
- Potenciar a aquisição de competências inovadoras e específicas no âmbito das novas formas de comunicação;
- Estimular a capacidade das empresas/marcas interagirem com os seus clientes recorrendo a meios inovadores como os canais digitais, websites, newsletters eletrónicas e anúncios online, entre outros.

## 6

## CONCEÇÃO DE MARCAS - POSICIONAMENTO E CONCEITO (CONSULTORIA)

### DESCRIÇÃO

Criação de Marcas, definição e estruturação do seu conceito, bem como posicionamento no mercado e conceção dos respetivos suportes gráficos.

### OBJETIVOS

- Reforçar o papel da Marca como elemento diferenciador da oferta;
- Aumentar o valor acrescentado dos produtos;
- Fidelizar clientes.



## 7

## PLANOS DE COMUNICAÇÃO (CONSULTORIA)

### DESCRIÇÃO

Prevê-se nesta tipologia a contratação de serviços de consultoria que permitam a estruturação de planos de comunicação que definam, além da forma de atuação ao nível da internacionalização, as intervenções ao nível comercial e de marketing, podendo aqui estar englobadas, entre outras, recomendações sobre os mercados a abordar e posicionamento em termos de produto.

### OBJETIVOS

- Promover a participação de novas empresas no processo de internacionalização;
- Apoiar o processo de definição estratégico das empresas;
- Permitir a diferenciação de mercados e introdução de novos segmentos de produto.

## 8

## REGISTO DE MARCAS E PROTEÇÃO DE MODELOS

### DESCRIÇÃO

Enquadram-se aqui os investimentos com o registo das marcas nos países da União Europeia e seu alargamento a países terceiros.

Sendo este um sector de moda, prevê-se ainda, pela sua importância, a generalização e sistematização do registo do(s) modelo(s) para adequada e eficaz proteção do crescente investimento efetuado na conceção de produtos.

### OBJETIVOS

- Reforçar o papel das marcas e dos novos modelos com o elemento diferenciador da oferta;
- Minimizar os riscos de investimento e de litigância.

# 9

## WEBSITES E LOJAS ONLINE

### DESCRIÇÃO

Contratação de serviços especializados capazes de projetarem a presença das empresas no domínio digital, passando pela criação de novos websites, pela reformulação de alguns já existentes, ou ainda pela implementação de lojas online.

### OBJETIVOS

- Permitir a apresentação da empresa de um ponto de vista global e apresentação de coleções;
- Implementar áreas de clientes (B2B) e de localização de pontos de venda;
- Integrar sistemas entre as lojas online e os diferentes sistemas de gestão das empresas;
- Promover a participação das empresas portuguesas no domínio digital.

# 10

## SISTEMAS DE GESTÃO, CRM E SERVIÇOS DE INTEGRAÇÃO

### DESCRIÇÃO

Enquadram-se nesta tipologia investimentos em sistemas de informação com o objetivo de integrar os recursos já disponíveis nas empresas, muitas vezes provenientes de diferentes fornecedores para diversas funcionalidades, criando mecanismos de transferência de informação entre eles através de adequados interfaces de ligação entre sistemas através de módulos externos de software.

Num cenário em que a dimensão média das encomendas tem vindo a reduzir-se de forma significativa, prevê-se também a implementação de sistemas de gestão CRM para rapidamente responder ao aumento do nº de encomendas e para melhorar a gestão da relação com o também crescente nº de clientes.

### OBJETIVOS

- Otimizar recursos disponíveis;
- Reduzir custos;
- Melhorar a capacidade e rapidez de resposta no relacionamento com os clientes.

# 11

## SERVIÇOS DE APOIO À TRANSFORMAÇÃO DIGITAL (CONSULTORIA)

### DESCRIÇÃO

É hoje reconhecida a necessidade de as empresas recorrerem a apoio externo por forma a conseguirem aproveitar o potencial das tecnologias de informação e comunicação na organização do processo produtivo, tendo em vista, nomeadamente, o reforço da sua flexibilidade.

Enquadra-se nesta tipologia a realização de estudo de otimização dos métodos de trabalho, de layouts dos equipamentos, de racionalização dos processos fabris (agrupando operações diferentes), de introdução de novos modelos organizacionais (células de trabalho, sistemas logísticos) e de novos procedimentos de gestão, aprovisionamento, produção, desenvolvimento de produtos, qualidade, venda, comercial, marketing e relacionamento com clientes.

A nova organização da cadeia de valor coloca também no produtor um conjunto de funções que tradicionalmente eram competência dos distribuidores e retalhistas, tais como: a etiquetagem e embalagem personalizada, o envio distribuído diretamente para os pontos de venda ou de proximidade, personalização de acessórios e aplicações, entre outras.

### OBJETIVOS

- Melhorar a capacidade de produção de pequenas séries, no limite par a par;
- Otimização dos recursos disponíveis;
- Minimização dos custos de produção e distribuição.

# CONDIÇÕES DE ELEGIBILIDADE



Sem prejuízo de outros requisitos formais previstos em Legislação Comunitária e Nacional procura-se aqui estruturar uma síntese das condições de elegibilidade cujo cumprimento tem de ser demonstrado pelas empresas participantes no projeto.

**Para o recebimento dos incentivos a empresa associada deverá demonstrar, o mais tardar até ao momento da apresentação do plano de investimentos, que cumpre todas as condições de elegibilidade a que o recebimento de incentivos está sujeito, entregando à APICCAPS documentos comprovativos do cumprimento dessas condições.**

## DECLARAÇÃO DE PRÉ-ADESÃO

Este documento é preenchido e apresentado apenas uma vez para o período de vigência de cada um dos projetos atrás identificados. As empresas que o não apresentaram no momento da candidatura deverão proceder ao seu preenchimento e apresentação até à inscrição numa qualquer ação.

A declaração de pré-adesão deverá ser preenchida através da via eletrónica acedendo ao website:

**[www.portugueseshoes.pt/myportugueseshoes.asp](http://www.portugueseshoes.pt/myportugueseshoes.asp)**

## CERTIFICAÇÃO PME

A regulamentação em vigor impede a atribuição de apoio financeiro às empresas de dimensão que NÃO se classifiquem como PME (Pequena ou Média Empresas) segundo a recomendação da União Europeia nº 2003/361/CE. Desta feita é necessário que todas as empresas participantes comprovem o seu estatuto PME.

O processo de certificação é efetuado eletronicamente no website do IAPMEI em [www.iapmei.pt](http://www.iapmei.pt) ao qual as empresas associadas deverão aceder para realizarem a respetiva certificação. Nos casos em que esta certificação já tenha sido efetuada no passado deve-se, mesmo assim, verificar se esta ainda se encontra válida, designadamente através da confirmação dos valores definitivos relativos ao último exercício disponível.

## **CERTIDÕES DE INEXISTÊNCIA DE DÍVIDAS À SEGURANÇA SOCIAL E À AUTORIDADE TRIBUTÁRIA**

Apenas é possível atribuir incentivos a empresas que mantenham a sua situação contributiva regularizada durante todo o período de execução do programa.

Para assegurar a comprovação da regularidade a empresa deve fazer chegar à APICCAPS certidões originais (preferencialmente emitidas por meios digitais) emitidas pela Segurança Social e pela Autoridade Tributária.

A APICCAPS apenas está autorizada a proceder ao pagamentos de incentivos a empresas que comprovadamente tenham a sua situação contributiva regularizada. Assim sendo, recomendamos que em qualquer momento até à data do último pagamento de incentivo a empresa assegure que a APICCAPS dispõe de certidões atualizadas.

## **REGISTO NO BALCÃO 2020**

A participação em qualquer sistema de incentivos obriga ao registo da empresa beneficiária no Balcão 2020. Este registo pode ser realizado através do link abaixo.

**<https://balcao.portugal2020.pt/Balcao2020/Utilizador/Utilizador/MetodosRegisto>**

## **OUTRAS**

Apensar de não ser necessário enviar qualquer comprovante para a APICCAPS, a empresa associada deverá ainda assegurar-se de que cumpre, e de que manterá o cumprimento durante toda a vigência do projeto, as seguintes condições:

- Possuir uma situação líquida positiva, aferida através de um montante positivo dos Capitais Próprios da empresa;
- Não ser considerada uma empresa em dificuldade, de acordo com a definição prevista no artigo 2.º do Regulamento (UE) n.º651/2014;
- Não ser uma empresa sujeita a uma injunção de recuperação, ainda pendente, na sequência de uma decisão anterior da Comissão que declara um auxílio ilegal e incompatível com o mercado interno, conforme previsto na alínea a) do n.º 4 do artigo 1.º do Regulamento (UE) n.º 651/2014;

Nos termos da legislação aplicável, a empresa deve ainda manter-se em atividade por um período mínimo de 3 anos após o encerramento do projeto em que participou. Se tal não acontecer haverá lugar à obrigação de restituição de todos dos incentivos entretanto já recebidos.

## VERIFICAÇÃO

Deverão ser remetidos à APICCAPS os comprovantes (outputs) produzidos no âmbito do projeto de forma a permitir a verificação da execução de cada um dos investimentos.

Estes comprovantes de execução física deverão permitir validar não só os outputs dos investimentos efetuados, como também a sua razoabilidade (confirmar que o valor faturado está ajustado às condições de mercado para os trabalhos realizados).

## PUBLICITAÇÃO

O financiamento comunitário obriga a que em todo o material promocional produzido no âmbito destes projectos se cumpra um conjunto de regras de publicitação definidas. Em particular destaca-se a necessidade da presença dos logotipos Compete 2020, PORTUGAL 2020 e União Europeia com particular destaque. (ver regras de localização e dimensão nas regras do Portugal 2020).



A publicitação dos apoios – imposta pelos Regulamentos Europeus e Nacionais – é obrigatória, pelo que [a sua falta conduz à não elegibilidade do investimento executado](#).

P O R T U  
G U E S E  
S H O E S  

---

A P I C C A P S