

Lisb@20²⁰

PORTUGAL
2020



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Designação do projeto | INTERNACIONALIZAÇÃO DA PLATAFORMA DE OPTIMIZAÇÃO DE COMPRAS GLOBALSOLVER

Código do projeto | LISBOA-02-0752-FEDER-038658

Objetivo principal | REFORÇAR A COMPETITIVIDADE DAS PME

Região de intervenção | LISBOA

Entidade beneficiária | GSBS CONSULTING, LDA.

Data de aprovação | 21-08-2018

Data de início | 13-03-2018

Data de conclusão | 30-06-2020

Custo total elegível | 235.101,00

Apoio financeiro da União Europeia | 94.040,40

Apoio financeiro público nacional/regional | Não aplicável

OBJETIVOS

A GSBS CONSULTING, LDA tem por objetivo liderar o mercado internacional de soluções de procurement.

ATIVIDADES

A atividade da GSBS consiste na construção e implementação de soluções empresariais e digitais de apoio à decisão, nomeadamente nas áreas de otimização de compras, gestão logística e previsão, de forma a resolver problemas concretos colocados por clientes.

RESULTADOS ESPERADOS/ATINGIDOS

O presente Projeto de Internacionalização tem permitido à GSBS promover a sua atividade no mercado externo através da participação em feiras, viagens de promoção e prospeção e da realização e implementação de estratégias de marketing.

A promoção da atividade da empresa a nível internacional tem permitido angariar um maior número de clientes ao promover a sua oferta além-fronteiras.

DESCRIÇÃO DO PROJETO, COM EVENTUAL MONITORIZAÇÃO DO NÍVEL DE EXECUÇÃO

O grande pilar da GSBS desde a sua fundação tem sido a investigação e desenvolvimento tecnológico e de metodologias de cálculo da solução de compra ótima que permitam atender e antecipar as necessidades e expectativas dos clientes, e, por conseguinte, obter uma quota de mercado significativa, vencendo a resistência à mudança.

O plano de internacionalização da GSBS assenta na implementação de uma estratégia comercial que visa a construção de uma forte posição no mercado internacional das soluções de procurement, assente nos seguintes eixos:

1. Disseminação e Ecosistema;
2. Plano de Marketing de Internacionalização;
3. Canais de Venda.

O objetivo deste plano de internacionalização visa acelerar a criação de notoriedade da marca e a curva de penetração no mercado, garantindo uma rápida afirmação e implantação no mercado de soluções de procurement, tirando o máximo partido das vantagens do nosso produto face à concorrência.

O projeto tem uma vocação claramente internacional, tendo sido identificados um conjunto de países que, pela sua importância, se afiguram como mercados-alvo a abordar. De entre esses, destacam-se: Angola, Moçambique, África do Sul e Reino Unido numa primeira fase.

A partir de 2020, o projeto passará a ter uma orientação clara para o mercado global, com um enfoque forte na Europa, onde estão localizados os principais clientes-alvo, prevendo-se neste ano a concretização de duas parcerias críticas internacionais (Deloitte e BearingPoint).