

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

PROJETO Nº POCI-02-0752-FEDER-0020378

APOIO NO ÂMBITO DO SISTEMA DE INCENTIVOS

SI INTERNACIONALIZAÇÃO DAS PME

Designação do projeto | Valorização dos fatores imateriais de competitividade com vista ao reforço da capacitação da FAMETAL para a internacionalização, promovendo o aumento da sua base e capacidade exportadora através o desenvolvimento e aplicação de novos modelos empresariais e de processos de qualificação para a internacionalização.

Objetivo principal | Reforçar a competitividade das PME's.

Região de intervenção | Centro

Entidade beneficiária | FAMETAL – Fábrica Portuguesa de Estruturas Metálicas, S.A.

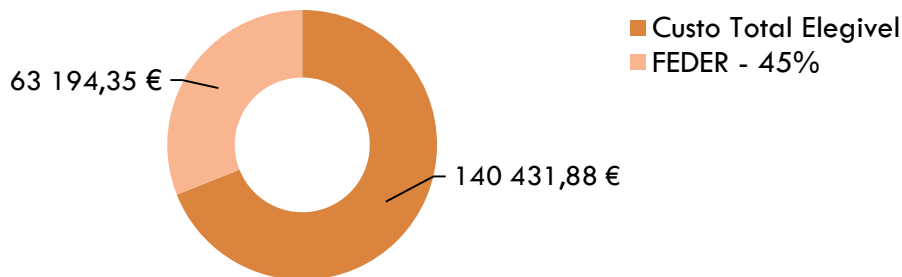
Data de aprovação | 04-10-2016

Data de início | 16-05-2016

Data de conclusão | 15-05-2018

Custo total elegível | 140.431,88 EUR

Apoio financeiro da União Europeia | FEDER – 63.194,35 EUR



SÍNTESE DO PROJETO

Objetivos, atividades e resultados

A FAMETAL delineou os seus objetivos estratégicos de acordo com uma estratégia global, com foco na internacionalização e no reforço da sua competitividade, dos quais destacamos os seguintes:

- Apostar na produção de bens transacionáveis e internacionalizáveis, investindo em domínios como a diversificação, inovação e I&D que contribuam para o alargamento da sua cadeia de valor;

- Forte aposta no mercado externo como principal motor da expansão da sua atividade, através do recurso a sofisticadas e eficazes estratégias de comunicação inbound e outbound de forma a conquistar uma posição relevante no mercado internacional, nomeadamente, nos mercados de França, Angola, Colômbia, Argélia, Guiné, Marrocos e Gana;

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

- Aposta nos mais eficazes meios de promoção e marketing internacional, reforçando a capacidade de gestão de planeamento e controlo do negócio, com principal enfoque nos mercados externos;
- Participação em feiras internacionais e realização de viagens de prospeção e de contacto com a procura internacional;
- Utilização em ferramentas que permitam à empresa dispor de uma presença efetiva e transversal na Economia Digital, nomeadamente por via do recurso a responsive web design, garantindo a sua compatibilidade com os mais recentes dispositivos móveis;
- Contratação de 2 colaboradores qualificados, tendo em vista a promoção, acompanhamento e dinamização da atuação da empresa do mercado externo;
- Promover a comercialização de produtos sob marca própria como forma de garantir uma maior visibilidade e notoriedade da empresa e dos seus produtos no mercado externo, fidelizando o cliente final;
- Promoção da competitividade da empresa ao nível do mercado global, através de uma aposta clara na sua capacitação para a Inovação de natureza tecnológica, em matéria de produto e processo produtivo, mas também ao nível dos processos logístico, comercial, organizacional e de marketing;
- Desenvolver a capacidade de I&D da empresa e a sua articulação com competências externas que podem potenciar mais-valias no processo, designadamente em colaboração com ESCTN;

O plano de internacionalização a concretizar pela empresa prevê as seguintes ações:

- Desenvolvimento e promoção internacional de marcas, efetuando registo da marca a nível internacional;
- Prospeção e presença em mercados internacionais com realização de um conjunto de viagens de prospeção visando a apresentação e divulgação da empresa e dos seus produtos aos potenciais clientes;
- Conhecimento de mercados externos, através da participação em feiras internacionais permitindo assim aumentar a visibilidade da empresa e criar novas oportunidades de contacto com os principais interlocutores do setor;
- Presença na web através da economia digital, por via do desenvolvimento de um website internacional mais capaz com novas funcionalidades e ainda aposta em campanhas Google AdWords, dinamização de Redes Sociais e ainda SEO;
- Marketing Internacional, através do desenvolvimento de material informativo multilingue, nomeadamente catálogos de apresentação da empresa;
- Introdução de novo método de organização nas práticas comerciais ou nas relações externas: Contratação de dois técnicos qualificados na área de engenharia para a área comercial, que ficarão encarregues do acompanhamento, desenvolvimento e dinamização da presença da empresa, particularmente nos mercados externos.

Com a realização das atividades supramencionadas e com o sucesso da implementação do projeto de internacionalização, a Fametal pretende alcançar os seguintes resultados:

- Alcançar de imediato a estratégia definida, estabelecendo como objetivo um incremento gradual do volume de negócios;
- Atingir um volume de negócios pós-projeto acima dos 14 milhões de euros, do qual o volume de negócios internacional será na ordem dos 5,7 milhões de euros (acima dos 40%), repartido

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

pelos seguintes mercados internacionais: França, Angola, Colômbia, Argélia, Guiné, Marrocos e Gana;

- No ano pós-projeto, é esperado que a empresa disponha de um quadro de pessoal com 76 trabalhadores, devidamente capacitados para a realização das tarefas a desempenhar, dos quais 14 serão qualificados (nível de qualificação VI);
- O incremento de valor acrescentado nos produtos é igualmente um resultado a alcançar e será determinante, tendo-se estabelecido como objetivo atingir um VAB em ano cruzeiro superior a 3 milhões de euros;
- É igualmente esperado um atingir um EBITDA, que se pretende que no ano pós-projeto supere 1,3 milhões euros.



Resultados obtidos:

- Registou em 2019 um Volume de Negócios bastante acima das expectativas previstas em sede de candidatura, totalizando aproximadamente 16 Milhões de Euros;
- No ano pós-projeto (2019), a Fametal apresentou um Volume de Negócios internacional de 3.294.537,41€, que corresponde a um aumento de 82,54% face ao valor de 1.804.855,42€ registado no pré-projeto (2014);
- Relativamente aos mercados de exportação, verifica-se que a empresa passou de 3 mercados em 2014 (França, Angola e Colômbia) para 4 mercados em 2019 (França, Bélgica, Emiratos Árabes Unidos e República da Guiné);
- Ao nível do número de clientes de exportação é evidente o contributo do projeto, constatando-se a existência de um conjunto de novos clientes fidelizados.

Em suma, concluímos que a FAMETAL tem conquistado paulatinamente notoriedade nos mercados internacionais, quer pela qualidade que os seus produtos apresentam, quer pelo rigoroso cumprimento dos prazos de entrega e de todas as condições contratuais. Em França, por exemplo, encontra-se a trabalhar para empresas de grandes grupos internacionais, as quais lhe conferiram um background e uma experiência que, aliada à presença assídua nesse mercado, lhe “abriu as portas” de novos clientes no mercado Belga.”