Cofinanciado por:



Projeto nº| NORTE-02-0752-FEDER-020186

Designação do projeto| Metalocaima - Internacionalização

Objetivo temático| Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas

Região de intervenção| Arouca, Aveiro

Data de aprovação| 16-02-2017

Data de início| 15-10-2016

Data de conclusão| 14-10-2019

Custo total elegível| 267.786,20 €

Apoio financeiro da União Europeia| FSE 12.439,84 €; FEDER 112.506,75 €

Síntese do projeto|

Constituída em 1980, a METALOCAIMA – Metalúrgica do Vale do Caima, S.A. dedica-se ao fabrico, instalação e assistência pós-venda de produtos/equipamentos em aço inoxidável e aço de carbono para as indústrias: Alimentar; Bebidas; Farmacêutica; Química e Vinícola.

Os principais objetivos estratégicos definidos pela empresa, com a implementação do plano de internacionalização, têm por base:

- Consolidação da sua presença nos mercados onde já atua e entrada em 3 novos mercados;

- Reforço a sua estrutura de recursos humanos qualificados;

- Aumento do Volume de Negócios Total e Internacional até 2019;

- Certificar a empresa pelas normas ASME, VCA e EN ISO 14001:2012.

Nesse sentido, são propostas ações de investimento que visam o alcance desses objetivos, nomeadamente:

- Conhecimento de mercados externos (Feiras/Exposições): Participação em 5 feiras internacionais de forma a promover os seus produtos nos mercados externos: MIDEST Maroc (Marrocos); ESOPE (França); Marocco FoodExpo (Marrocos); Midest Paris (França); INDUSTRIE Paris (França);

- Desenvolvimento e promoção internacional de marcas (Ações de promoção): Consultoria especializada e registo da marca a nível internacional, visando valorizar e distinguir os seus produtos dos concorrentes, protegendo-os de serem copiados;

- Certificações específicas para os mercados externos: Implementação das normas ASME, VCA e ISO 14001:2012, dando maior credibilidade dos seus produtos nos mercados alvo;

- Marketing Internacional: Criação de material promocional (Vídeo e Brochuras multilingue), tendo por objetivo a divulgação dos seus produtos diferenciadores, e estudo de viabilidade económica e financeira;

- Prospeção e presença em mercados internacionais (Prospeção e captação de novos clientes): Realização de ações de prospeção aos mercados da França, Polónia (inclui também a contratação de serviços de consultoria especializada), Marrocos e Países Baixos, de modo a aprofundar o conhecimento das necessidades dos clientes;

- Introdução de novo método de organização nas práticas comerciais ou nas relações externas: Contratação de 2 recursos humanos qualificados na área comercial/marketing, que ficarão responsáveis pela gestão de contactos com clientes internacionais e pelo acompanhamento das ações ao exterior.

Com o plano de internacionalização, o promotor espera aumentar o seu Volume de Negócios Internacional, com a entrada em 3 novos mercados (França, Polónia e Marrocos). Deste modo, a entidade irá apostar numa estratégia de diversificação, dado que irá posicionar-se nos 3 novos mercados mencionados e apostar na produção de equipamentos com maior espessura e com acabamentos com recurso a tecnologia inovadora e que permitem o aumento do valor acrescentado dos produtos da Metalocaima e a progressão na sua cadeia de valor.

Ao nível dos mercados e a acrescentar aos mercados de Portugal, Bélgica, Países Baixos, Alemanha e Zimbabwe nos quais a empresa já opera, a empresa pretende alargar os seus mercados a França, Polónia e Marrocos de forma alinhada entre o novo produto em ferro e os produtos em aço já em produção.