

Designação do projeto: Alavancagem e Diversificação de Mercados

Código do projecto: CENTRO-02-0752-FEDER-025790

Objetivo principal: Desenvolvimento de um conjunto de acções concertadas que permitirão o alargamento e a diversificação dos mercados externos.

Data de aprovação: 11-08-2015

Data de início: 01-03-2017

Data de conclusão: 28-02-2019

Custo total elegível: 396.825,00€

Apoio Financeiro da União Europeia FEDER: 178.571,25€

Objetivos, atividades e resultados:

A Salsicharia e Fumeiros Tradicionais do Alto Paiva, Lda. – Fumeiros Terras do Demo, constituída no ano 2000, dedica-se à produção e comercialização de enchidos e fumeiro, tendo o seu fundador iniciado a atividade de comercialização de carnes no ano 1981. Desde a sua constituição, o promotor tem vindo a alargar a sua oferta de produtos, assim como os mercados externos nos quais atua. Atualmente, a empresa apresenta uma taxa de exportação de aproximadamente 15%, comercializando os seus produtos em nove mercados externos. O promotor detém quatro marcas próprias, registadas a nível nacional, designadamente 'Fumeiros Terras do Demo', 'Enchidos de Lamego', 'Dom Lusitano' e 'Paladar Beirão'.

No âmbito do presente projeto de internacionalização, a empresa identifica como objetivos obter reconhecimento dos seus produtos nos mercados externos, consolidar a sua capacidade exportadora, atender as necessidades específicas dos clientes e dos mercados alvo e potenciar o volume de negócios resultante dos mercados externos. Em termos quantitativos, os objetivos traduzem-se num volume de negócios total de, aproximadamente, 5,8 milhões de euros no ano pós-projeto, assim como um peso de exportações de cerca de 36% do volume de negócios total.

De forma a atingir os objetivos acima mencionados, a 'Fumeiros Terras do Demo' prevê abordar três novos mercados externos, nomeadamente Hungria, Irlanda e Marrocos, bem como consolidar a sua posição nos mercados atuais, com especial destaque para o mercado francês.

Para implementar e concretizar a estratégia de internacionalização, a empresa prevê realizar ações de inovação de marketing e organizacionais, que se enquadram nas tipologias seguintes:

Atividades de Marketing - Conhecimento de mercados externos (Feiras/ Exposições): Participação em feiras internacionais (Wabel, PLMA, SIAL, Farmer-Expo e BBC), com o intuito de consolidar a presença da empresa nos mercados externos e potenciar o reconhecimento das suas marcas junto de potenciais clientes; - Presença na web, através da economia digital: Desenvolvimento de catálogo eletrónico multilingue, com o objetivo de divulgar os produtos nos mercados atuais, bem como nos novos mercados que pretende abordar; - Desenvolvimento e promoção internacional de marcas (Ações de promoção): Realização de ações de promoção, com o intuito de divulgar a empresa junto dos mercados-alvo; registo das marcas próprias, a nível internacional, de forma a potenciar a notoriedade e reconhecimento da empresa; - Prospecção e presença em mercados internacionais (Prospecção e captação de novos clientes): Realização de estudos de mercado, com o intuito de obter informações relevantes acerca dos mesmos; realização de missões inversas, nas quais o promotor se irá apresentar a potenciais importadores oriundos dos países alvo.

Atividades Organizacionais - Introdução de novo método de organização nas práticas comerciais ou nas relações externas: Contratação de dois técnicos qualificados, direcionados para as áreas de Marketing e Design. Os técnicos serão responsáveis pelo desenvolvimento e implementação do presente projeto de internacionalização, sendo que terão como funções dinamizar a presença da empresa nos mercados externos, analisar a concorrência e os clientes, desenvolver produtos de acordo com as necessidades dos mercados, entre outras.

Com a implementação do presente projeto de internacionalização, o promotor prevê passar de um volume de negócios internacional de €390,877.48 no ano pré-projeto, para um volume de negócios de €2,199,520.12 no ano pós-projeto.