

Designação do projeto | Diferenciação, Diversificação, Internacionalização Rumo Ao Crescimento

Código do projeto | NORTE-02-0752-FEDER-020409

Objetivo principal | Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas

Região de intervenção | Norte

Entidade beneficiária | BARBAL-PESAGEM ELECTRONICA LDA

Data de aprovação | 2017-02-16

Data de início | 2016-08-30

Data de conclusão | 2018-08-29

Custo total elegível | 216.761,66 EUR

Apoio financeiro da União Europeia | FEDER – 97.542,75 EUR

Descrição Sucinta do Projeto

A entidade BARBAL - PESAGEM ELECTRÓNICA LDA, criada em dezembro de 1990 dedica a sua atividade à fabricação de balanças e de outros equipamentos de pesagem. Desde o início da sua atividade a empresa aposta na inovação e desenvolvimento de produtos, tendo desde início a empresa estabelecido a estratégia na diferenciação focalizada na marca. A estratégia da empresa assenta então na diferenciação e, neste sentido a empresa efetuou investimentos de fundo na sua estrutura produtiva com o intuito de obter melhores resultados.

Com o presente projeto de internacionalização, a empresa visa uma abordagem de diversificação de mercado prevendo assim a penetração em mais de 3 mercados novos (Bolívia, Equador e República Dominicana), consolidar a sua atual posição nos mercados externos e desenvolvimento de produtos inovadores adaptados às necessidades do promotor.

A fim de por em prática a abordagem visada ao nível da internacionalização e para fazer face ao objetivo de aumentar o seu VN Total em 2019, a entidade prevê desenvolver ações enquadradas nas seguintes tipologias da operação:

- Conhecimento de mercados externos: visita a várias feiras internacionais com o objetivo de criar contactos com potenciais clientes;
- Presença na web, através da economia digital: Desenvolvimento de um website multilingue para novo segmento e elaboração de publicidade eletrónica;
- Prospeção e presença em mercados internacionais: Realização de viagens de prospeção aos mercados alvo (Alemanha, França, Peru e Angola).

- Marketing Internacional: Criação e desenvolvimento de vídeos e material promocional para utilizar nas visitas às feiras e ações de prospeção.
- Certificações específicas para os mercados externos – O promotor pretende proceder à certificação dos seus produtos pela nova diretiva 2014/31/UE que irá permitir o reconhecimento da qualidade dos seus produtos nos mercados externos e aumentar a sua competitividade junto dos seus concorrentes;
- Introdução de novo método de organização nas práticas comerciais ou nas relações externas: Contratação de um quadro técnico altamente qualificados para a área comercial com o intuito de auxiliar a implementação do presente projeto de internacionalização e realizar o contacto com potenciais clientes internacionais.

Durante a fase de execução do presente projeto, a Barbal alterou a sua estratégia de crescimento e penetração no mercado, tendo identificado como novos mercados de alto potencial para a empresa os mercados do Panamá, Emirados Árabes Unidos, em particular Dubai, Holanda e Dinamarca, centralizando igualmente esforços para fomentar o seu posicionamento em mercados atuais como são Alemanha, França, Perú e Colômbia. A Barbal alterou igualmente o período de execução do presente projeto, tendo efetuado um pedido de prorrogação do prazo de realização do projeto nº 20409 por um período de mais um ano a contar do dia 29 de Agosto de 2018.

Os investimentos acima descritos, pela via do reforço da presença e de um acompanhamento mais estreito com a procura internacional, têm como objetivo:

- Aumentar, face a valores de 2015, o Volume de Negócios em 52,91% até 2019 e 78,17% até 2020;
- Aumentar, face a 2015, a Intensidade de Exportações em 6,81 p.p;
- Reforçar a presença em mercados externos, quer através do aumento das vendas em mercados nos quais a Barbal se encontra presente, bem como entrar em quatro novos mercados (Panamá, Emirados Árabes Unidos, em particular Dubai, Holanda e Dinamarca).

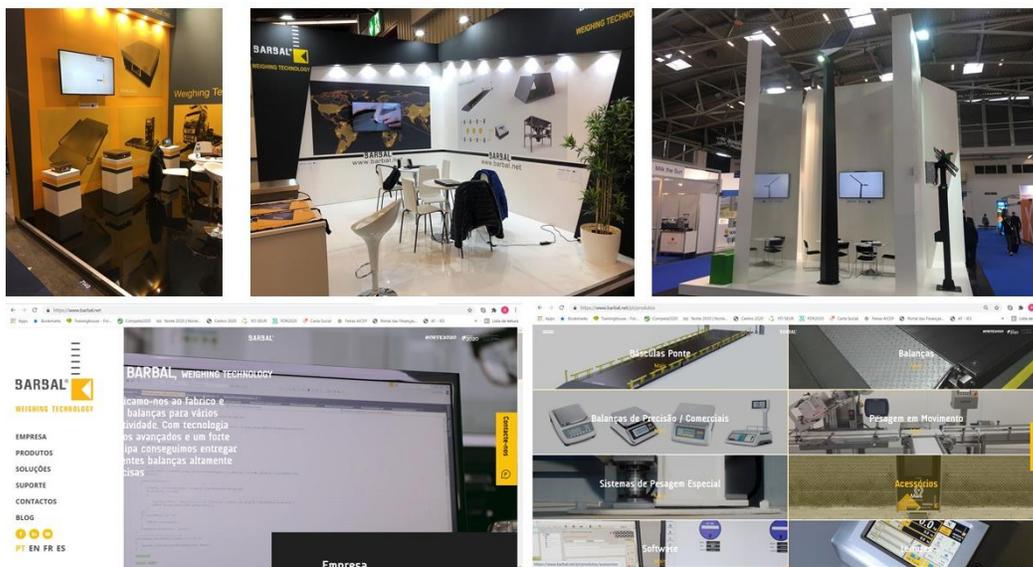


Figura 1 - Atividades desenvolvidas no âmbito do Projeto. Participação nas Feiras internacionais Post Expo, Powtech e Intersolar. Desenvolvimento de Site.



Figura 2 - Ação de Promoção Panamá.