

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundos Europeus
Estruturais e de Investimento

Designação do projeto | EROSOMOLDE – Inovação Produtiva

Código do projeto | CENTRO – 02 – 0853 – FEDER – 017339

Objetivo principal | Reforço da competitividade das pequenas e médias empresas

Região de intervenção | Centro

Entidade beneficiária | EROSOMOLDE – Erosão e fabrico de moldes, Lda.

Data de aprovação | 24-10-2016

Data de início | 15-02-2016

Data de conclusão | 31-12-2017

Custo total elegível | 1.153.436,65 EUR

Apoio financeiro da União Europeia |

FEDER – 684.000,00 EUR

FSE – 9.405,66 EUR

Objetivos, atividades e resultados esperados/atingidos:

Os objetivos estratégicos estão definidos numa lógica de orientação em três linhas:

1. Aumentar o volume de negócios, com recurso ao aumento da capacidade de produção e inovação dos processos produtivos e organizacionais. Estratégias a seguir:
 - Aplicar métodos e processos de produção inovadores com recurso a equipamentos altamente tecnológicos, aplicando novas técnicas de controlo do processo de fabrico com a utilização de Softwares ajustados;
 - Aumentar a capacidade de produção recorrendo a equipamentos inovadores e contratando RH especializados, de forma a rentabilizar a produção;
 - Investir na realização de ações inovadoras e criativas, para incrementar e aumentar a qualidade dos processos da empresa;
 - Proporcionar a aquisição e desenvolvimento de competências dos colaboradores, através de percursos formativos significantes para cada individuo e alinhados com as necessidades da organização;
 - Formar os Recursos Humanos recorrendo à metodologia de formação-ação permitindo adquirir e/ou desenvolver novas competências
2. Alargar o mercado com recurso à angariação de novos clientes, nomeadamente internacionais, projetando a empresa em mercados estrangeiros através do aumento da notoriedade da empresa e da venda direta ao cliente. Estratégias a seguir:
 - Diversificar os sectores de atividade através de um plano estratégico de marketing, que visa ações de posicionamento e prospeção nos mercados internacionais, principalmente na Alemanha, Espanha e na França;

- Apostar na especialização em setores altamente tecnológicos e de grande exigência como os setores automóvel, eletrodomésticos, utensílios domésticos e médico-farmacêutico;
 - Fomentar a atividade de exportação através de ações de prospeção que possibilitem um melhor diagnóstico da realidade externa e maior conhecimento dos mercados;
 - Aumentar a competitividade e a capacidade de resposta no mercado global, recorrendo à contratação de recursos humanos altamente qualificados;
 - Aumentar o investimento em atividades de I&D para a diversificação de produtos e consequente diversificação de clientes, das áreas de negócio e dos mercados de destino das exportações;
 - Posicionar-se no mercado internacional como uma referência na erosão e fabricação de moldes para pequenas e médias dimensões.
 - Reforçar a inovação e a competitividade externa da organização para resistir e reforçar o combate a conjunturas desfavoráveis, fator decisivo de sucesso para consolidar a dinâmica da empresa;
 - Realizar viagens de prospeção a mercados internacionais, como forma de aumentar o número de clientes, estabelecendo uma relação de confiança com eles e potenciando a venda direta.
3. Aumentar a notoriedade da empresa através da introdução de novos processos, que promovam uma cultura e imagem positiva dos procedimentos organizacionais junto dos clientes. Estratégias a seguir:
- Certificar a empresa através da implementação do Sistema de Gestão da Qualidade;
 - Desenvolver estratégias de marketing e de relações externas, para elaborar e executar estratégias de promoção dos produtos e processos da organização a níveis de notoriedade de excelência;
 - Criar condições internas, que potenciem a produção e respetiva comercialização, de modo a que, o contato e venda direta com o cliente seja facilitado.