



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 | 2017-02-17

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.

Até ao momento, a empresa possui marca própria registada a nível nacional e internacional, sendo um elemento de distinção relativamente aos seus concorrentes nos mercados nacional e internacional. Em termos de concorrente, estes provêm de vários países, nomeadamente Alemanha e Estados Unidos. Já quanto aos clientes, o promotor possui já uma boa carteira de clientes dos quais destacam-se Repsol, Efacec, Amorim, Aeroportos de Portugal, Grupo Pesca Nova e entre outros.

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;
- Prospecção e presença em mercados internacionais: Realização de viagens de prospecção 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 prospecção.
- 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.