

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Designação do projeto | Valorização do vidro técnico da Normax no mercado global

Código do Projeto | POCI-02-0752-FEDER-070903

Objetivo principal | Reforçar a competitividade das PME

Região de intervenção | Centro

Entidade beneficiária | NORMAX – FÁBRICA DE VIDROS CIENTÍFICOS, LDA.

Data de aprovação | 17/12/2020

Data de início | 24/11/2020

Data de conclusão | 23/11/2022

Custo total elegível | 303.191,57 EUR

Apoio financeiro da União Europeia | FEDER – 136.436,21 EUR

Síntese do Projeto:

A NORMAX – Fábrica de Vidros Científicos, Lda., é uma média empresa, sediada na Marinha Grande tendo iniciado a sua atividade em 1975 é hoje um dos principais fabricantes mundiais de soluções de vidro boro silicato e sódico-cálcico endereçadas à indústria científica por catálogo, contando atualmente com cerca de 80 colaboradores.

Com este projeto a NORMAX pretende reforçar a sua posição de destaque nos mercados mundiais, através do elevar da competitividade na atual gama de produtos e através da oferta de novos produtos. Deste modo, prevê organizar novas ações e estratégias de marketing com base nos aspetos constituintes do marketing mix. A empresa irá abordar 8 novos mercados externos (Argélia, Argentina, Costa Rica, Cuba, EAU, Equador, Índia e Rússia).

Os principais objetivos estratégicos apresentados pela NORMAX são: Reduzir a dependência da contratação pública (menor margem) e o impacto da concorrência (ex. China), apostando na diferenciação através de novos produtos customizados e de maior valor acrescentado (sob encomenda), entre outros fatores imateriais, junto de nichos mais exigentes e criando uma estratégia de internacionalização que reflita este posicionamento; Reforçar a sua posição na cadeia de valor, através do reforço de elos críticos como I&D, logística, qualidade e comercial/marketing, por forma a diferenciar-se no mercado internacional (ex. novos produtos,

menor time to market e qualidade do produto); Ultrapassar os 35% de intensidade de exportações, resultado da implementação da nova estratégia de marketing; e reforçar o quadro de pessoal com, pelo menos, 5 postos de trabalho, 3 dos quais altamente qualificados. Destes, 2 profissionais serão para reforçar a equipa comercial/marketing.

Para tal a empresa apresenta um plano de investimentos que inclui ações de prospeção, participação em feiras, missões inversas, campanhas de marketing, material promocional, vídeo promocional e a contratação de 2 quadros técnicos.

Com este projeto a empresa prevê aumentar a sua intensidade de exportação para 31,5%.