

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundos Europeus
Estruturais e de Investimento

Designação do Projeto: Projeto de Qualificação da Portrisa - Melhoria da Competitividade

Código do Projeto: POCI-02-0853-FEDER-019268

Objetivo Principal: Reforçar a competitividade das PME

Região de Intervenção: CENTRO

Entidade Beneficiária: PORTRISA - INDÚSTRIA DE PORTAS, S.A.

Data de Aprovação: 11 de Abril de 2017

Data de Início: 04 de Abril de 2016

Data de Conclusão: 03 de Abril de 2018

Custo Total Elegível: 142.534,52 Euros

Apoio Financeiro da União Europeia: FEDER – 59.275,25Euros

FSE – 46.194,27Euros

Objetivos Estratégicos:

Internacionalização: tem como principais objetivos a diminuição da dependência face ao mercado português e a promoção do seu crescimento sustentado, através da exportação direta e indireta.

Integração Vertical: a Empresa tem vindo a investir, e pretende continuar, no setor produtivo com a aquisição de maquinaria e moldes, visando eliminar a dependência que existe relativamente aos preços, prazos de entrega e qualidade de algumas matérias-primas incorporadas no processo produtivo. Decorrentes do aumento da produtividade foram

alcançadas algumas vantagens competitivas: redução dos custos de produção, obtenção de economias de escala e acréscimo da diferenciação do produto final.

Inovação: Assenta no desenvolvimento constante de novos produtos e processos e na melhoria dos já existentes, visando aumentar o valor acrescentado dos produtos fornecidos ao mercado. Para que tais objetivos sejam alcançados, possui um departamento de I&D, cuja principal missão é a de transformar a inovação numa das competências distintivas da empresa.

Em termos estratégicos, as medidas adotadas assentam em 2 vetores: Alargamento do portfólio de produtos, continuando com a fabricação e comercialização de portas de segurança, nomeada/ a nova Porta Pivotante “Luxdoor” direcionada para um segmento mais luxuoso, e dar início á fabricação e comercialização da Porta Anti bala – estratégia de diversificação de mercados e produtos; Crescimento internacional, procurando diversificar os atuais mercados-alvo e reduzir a atual dependência que existe face aos mesmos.

Objetivos Operacionais:

1 - Implementar uma estratégia de internacionalização coerente, investindo na prospeção de novos mercados alvo, através da participação em feiras e certames da especialidade e no reforço da notoriedade da empresa e dos seus produtos nos mercados onde já atua

2 - Possibilitar a autonomização e armazenamento de todas as informações do negócio, na perspetiva funcional, para eliminação de interfaces manuais, otimização do fluxo de informação e qualidade da mesma, acompanhamento dos processos à distância, nomeadamente do processo de encomenda por parte dos clientes, a eliminação da redundância de atividades, a redução dos limites de tempo de resposta ao mercado e a redução dos tempos dos processos de gestão, introduzindo novos métodos de organização de trabalho e reforço de capacidades de gestão, investindo no desenvolvimento de capacidades estratégicas e de gestão competitivas e em processos desmaterializados com clientes e fornecedores, produtos, serviços, métodos de distribuição e logística

3 - Apostar na economia digital e nas TIC, visando a concretização de processos desmaterializados com clientes e fornecedores, através da atualização do site, nomeada/, a introdução de uma solução e-commerce que permitirá: a gestão da informação dos utilizadores e registos na internet; gestão de encomendas a partir de uma área reservada aos clientes, interligada com o módulo de catálogo e com o módulo de pagamento, tornando-se

uma ferramenta chave para os clientes internacionais no que respeita à gestão eficiente das suas compras e das suas vendas (inbound marketing)

4 - Empreender iniciativas de prospeção e de mkt internacional concertadas numa estratégia de crescimento, incluindo investimentos em outbound marketing com produção de vídeo, catálogos, brochuras e no desenvolvimento de novas funcionalidades do Solução E-commerce

5 - Apostar na melhoria dos processos produtivos através do reforço de I&D, com vista ao lançamento contínuo de novos produtos inovadores e de elevado valor acrescentado que possam incrementar a oferta dirigida a mercados externos

6 - Renovação da certificação pela ISO 9001, como garantia da prestação de serviços de qualidade

7 - Certificação de novos produtos a nível internacional, principal/ no mercado francês

8 - Desenvolver ações de formação, promovendo o crescimento profissional e a qualificação específica dos seus ativos

9 - Aumentar continuamente o seu volume de vendas e a sua rentabilidade

