

Designação do projeto | INDELAGUE EXPORTA +

Código do projeto | POCI-02-0752-FEDER-034288

Objetivo principal | REFORÇAR A COMPETITIVIDADE DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Região de intervenção | CENTRO

Entidade beneficiária | INDELAGUE- INDÚSTRIA ELÉTRICA DE ÁGUEDA, SA

Data de aprovação | 08-02-2018

Data de início | 2017-07-17

Data de conclusão | 2020-03-31

Custo total elegível | 333.069,38

Apoio financeiro da União Europeia | FEDER 149.881,22€

### Objetivos, atividades e resultados esperados/atingidos

No âmbito do presente projeto, a Indelague reforça a sua posição em mercados nos quais já opera e conquista novos mercados, designadamente Austrália, Eslováquia, Omã e República Checa. Com o intuito de se tornar numa empresa reconhecida a nível internacional, apostou no desenvolvimento de soluções de iluminação de qualidade, inovadoras, que cumprem os requisitos legais, siguem as tendências do mercado e satisfaçam as expectativas dos clientes.

A implementação do projeto de internacionalização visou a prossecução de determinados objetivos estratégicos, designadamente:

- Reforço da presença na web, permitindo estabelecer relações de proximidade com os mercados;
- Aumento da notoriedade e visibilidade da marca;
- Obter um crescimento do volume de negócios total superior a 14% e um volume de exportações acima dos 45% no ano pós projeto
- Alcançar 44 novos clientes nos mercados externos até ao ano pós projeto.

Na prossecução dos objetivos estratégicos inerentes ao plano de internacionalização proposto, a Indelague realizou ações direcionadas para os mercados externos, que se enquadraram nas tipologias seguintes:

- Conhecimento de mercados externos (Feiras/ Exposições): Participando em feiras internacionais do setor como sejam: diversas feiras Architect@Work (Londres, Kortrijk, Zurich, Barcelona, Estocolmo, Oslo, Marselha, Madrid, Copenhaga e Paris) , feira Light+Building Frankfurt e feira Architecture Expo Dublin), de forma a estabelecer contactos com potenciais clientes, conhecer as tendências de mercado e potenciar a notoriedade da marca junto dos mercados externos;
- Presença na web, através da economia digital: Adesão ao site de arquitetura ArchiExpo/ Archiproducts;
- Prospeção e presença em mercados internacionais: Neste âmbito foram realizadas visitas de prospeção a diversos países e Missões inversas
- Marketing internacional. A este nível, investiu em Software de design/imagem, catálogos e brochuras e publicidade em revistas da especialidade)
- Introdução de novo método de organização nas práticas comerciais ou nas relações Externas: Neste âmbito procedeu à Contratação RH e ao Desenvolvimento de configurador para customização do projeto do cliente)

