

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundos Europeus
Estruturais e de Investimento

Designação do projeto | Promover os seus processos a jusante através da aposta no marketing e na internacionalização.

Código do projeto | POCI -02-0752-FEDER-020162

| POCI -03-3560-FSE-020162

Objetivo principal | Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas

Região de intervenção | Águeda / Região de Aveiro

Entidade beneficiária | TUPAI-FÁBRICA DE ACESSÓRIOS INDUSTRIAIS S.A.

Data de aprovação | 2016-10-04

Data de início | 2016-05-11

Data de conclusão | 2018-05-10

Custo total elegível | 359.582,73€

Apoio financeiro da União Europeia | FEEI – 162.109,23€

Objetivos, atividades e resultados esperados/atingidos |

A TUPAI - Fábrica de Acessórios Industriais, S.A. é uma média empresa que desenvolve a sua atividade na produção de ferragens em aço inoxidável, latão e zamak para os sectores da construção e decoração, bem como de componentes técnicos de base metálica para o sector industrial.

Atualmente a empresa conta com 169 colaboradores e pretende com o projeto de internacionalização passar a ter 175, exportando cerca de 79% das suas vendas totais. A empresa tem os seus produtos presentes em mais de 30 países disseminados pelos continentes europeu, americano, africano e asiático. No ano pós projeto a empresa conta estar presente em 3 novos mercados, Itália, Roménia e Argélia.

Ao nível das vendas a empresa no pré projeto vende no mercado nacional 27,21%, enquanto no pós-projeto espera diminuir a dependência face ao mercado português para 21%. As vendas mais significativas para os mercados externos ocorrem em países como a Suécia, Espanha e a Polónia. No pós-projeto a TUPAI espera um aumento de vendas de 10.780.568,55 euros em 2014 para 13.655.713 euros em 2019.

A estratégia de crescimento da empresa passa por uma extensão do mercado, ou seja, a empresa pretende entrar em novos mercados com os produtos que já apresenta. O conjunto de ações a realizar passa por marcar presença em feiras e exposições da especialidade, a presença na web através da economia digital, desenvolver ações de promoção e de prospeção nos mercados, desenvolvimento de um plano de marketing internacional e a contratação de 2 técnicos para a área de marketing e comércio internacional.

O projeto terá uma duração de 24 meses e o investimento total é de 359.582,73 euros.

BUDMA 2017



FERROFORMA 2017



BATIMAT 2017



MADERALIA 2018

