

- Designação do projeto: Crescer pela via da internacionalização e forte aposta em marketing
- Código do projeto: **CENTRO-02-0752-FEDER-002432**
- Objetivo principal: Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas
- Região de intervenção: Ovar / Região de Aveiro
- Entidade beneficiária: TECNOCABEL - COMPONENTES ELÉTRICOS LDA

- Data de aprovação: 2015-11-10
- Data de início: 2015-06-01
- Data de conclusão: 2017-05-31
- Custo total elegível: 257.487,41€
- Apoio financeiro da União Europeia: FEDER – 115.869,33€

Síntese do Projeto:

Em 1997 é fundada TECNOCABEL — COMPONENTES ELÉTRICOS LDA, sediada em Ovar possuindo como core business o fornecimento de soluções de cablagens elétricas, para diversas áreas como aparelhos de aquecimento e automóveis. A entidade apesar de não deter marca própria, exporta para diversos países como Reino Unido, Estados Unidos da América, França, China, Turquia e Espanha, representando 25,18% das vendas totais tendo como clientes empresas no setor automóvel a BOSCH, Faurecia, TRW, AUDI e Mitsubishi e no setor dos eletrodomésticos entidades como a Vorwerk (como Bimby), SEB (como a Tefal, Moulinex, Krups e Rowenta) e Aspock.

A estratégia da entidade assenta desde a sua raiz na qualidade, inovação e melhoria continua tendo sido certificada nos Sistemas de Gestão de Qualidade e Ambiental, ISO 9001 e ISO 14001, além de que foi reconhecida a qualidade pela BOSCH, integrando o TOP 100 das empresas portuguesas. Pretende ser assim referência para os parceiros de negócio, com uma oferta de produtos personalizada, com elevado grau tecnológico e com preço competitivo, através da prestação de um serviço de qualidade assegurado pela qualidade dos Recursos Humanos. Para o desenvolver do projeto definiu como país a expandir a Alemanha, tendo traçado os seguintes investimentos, como meio para alcançar os objetivos:

- a) Feiras/Exposições e Prospecção: Viagens de prospecção para captação de potenciais clientes nos Estados Unidos da América, Alemanha, França e Reino Unido e Participação nas Feiras Internacionais Midest (França), Ahresxpo (Estados Unidos da América), Hannover Messe e ISH (Alemanha);
- b) Presença na Web: Renovação da página de Internet multilingue e multiplataforma e a criação de um vídeo e fotografias promocionais.
- c) Marketing Internacional: Material promocional como folhetos e a realização de Estudos de Mercado;
- d) Introdução de um novo método organizacional: Contratação de um Técnico de Marketing responsável pela Internacionalização, nomeadamente a análise e compreensão dos

clientes e tendências, realizar estudos no âmbito de Marketing, verificar oportunidades, e estabelecer estratégias de preço e distribuição.

Visa assim alcançar a visão e a missão e oferecer produtos de qualidade personalizados a cada cliente e solução, obtendo um crescimento aproximado das Vendas de 1,2 milhões de euros, face aos cerca de 6,5 milhões de euros em 2014, dos quais as exportações representem no pós projeto 38.43 % das vendas totais. As exportações irão ser alcançadas com a consolidação dos mercados onde já atua (Reino Unido, EUA, França, China, Turquia, Espanha) e com entrada num novo mercado (Alemanha).

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional