

Designação do projeto | Fortalecimento do posicionamento da Corticeira Viking sobretudo no mercado externo, conduzindo à consecução da sua estratégia de crescimento

Código do projeto | NORTE-02-0752-FEDER-071016

Objetivo principal | Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas

Região de intervenção | Norte

Entidade beneficiária | Corticeira Viking - Importação e Exportação, Lda

Data de aprovação | 23-12-2020

Data de início | 01-09-2020

Data de conclusão | 31-08-2022

Custo total elegível | 179 762,50 EUR

Apoio financeiro da União Europeia | FEDER – 80 893,13 EUR

Descrição Sucinta do Projeto

A CORTICEIRA VIKING - IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO, LDA, sediada em Rio Meão, foi criada em 1995, dedicando-se a atividades de fabricação e comercialização de produtos de cortiça.

A empresa já se encontra atualmente presente em 39 mercados externos, dos quais, Suécia, Alemanha e França.

Pretendendo com o presente projeto de internacionalização consolidar a sua posição nestes mercados, de forma a aumentar o seu volume de negócios e dar continuidade à sua atividade exportadora.

Já como principais concorrentes diretos a empresa identifica, em sede de candidatura, cinco empresas de âmbito nacional, nomeadamente, a Amorim Cork Composites, a 3D Cork, a Corticeira Jelinek, a C.R. Cortiças e a Portugalia Cork. No seguimento da estratégia de internacionalização visada, a empresa definiu, entre outros, os seguintes objetivos estratégicos: Alcançar um Volume de Negócios superior a € 4.000.000,00 até 2023; Atingir a meta de perto de € 4.000.000,00 em VN Internacional até 2023; E investir na sua certificação de FSC, combatendo a gestão irresponsável das florestas.

De forma a alcançar os objetivos supracitados a empresa irá desenvolver ações enquadradas nas seguintes tipologias:

- Conhecimento dos mercados externos: Participação nas principais feiras do setor de forma a ganhar notoriedade nos mercados que pretende atuar;
- Presença na web, através da economia digital: Reestruturação do seu website e adesão à plataforma Google Ads, com o objetivo de desenvolver os canais digitais e a promoção da empresa e dos seus produtos via os mesmos;

- Desenvolvimento e promoção internacional de marcas: Registo de marca de forma promover a notoriedade e confiança dos mercados alvos;
- Prospecção e presença em mercados internacionais: Realização de ações de prospecção no segmento de mercado, de forma a conhecer as necessidades dos mercados e angariar potenciais clientes;
- Certificações específicas para os mercados externos: desenvolvimento de certificações, posicionando a empresa a nível global;
- Introdução de novo método de organização nas práticas comerciais ou nas relações externas: para proporcionar estrutura suficientemente capaz de responder à expansão internacional a empresa pretende contratar um quadro técnico altamente qualificados para desempenhar funções na área da internacionalização da empresa.

Com o presente projeto, a empresa pretende passar de um VN Internacional na ordem dos € 2.941.420,57 no ano pré-projeto, para um VN Internacional de € 3.932.072,33 no ano pós-projeto, o que se reflete num aumento de € 990.651,76.