



Designação do projeto: Reforço das capacidades organizacionais e de gestão

Código do projeto: CENTRO-02-0853-FEDER-045643

Objetivo principal: Reforçar a competitividade das PME

Região de intervenção: Centro

Entidade beneficiária: ALFARROXO TRADING LDA

Data de aprovação: 06-04-2020

Data de início: 27-06-2019

Data de conclusão: 26-06-2021

Custo total elegível: 187.950,00€

Apoio financeiro da União Europeia: FEDER – 84.577,50€

Objetivos:

O principal objetivo da empresa é reforçar as suas capacidades de organização e gestão da sua atividade económica, desde a entrada de matéria-prima até ao cliente final. Com a aposta na Indústria 4.0, através da transformação digital, a empresa pretende adotar novas formas de negócio e novos métodos de logística e novos sistemas de controlo, e pretende reforçar a sua cadeia de valor em todos os níveis, desde a encomenda ao fornecedor ao serviço pós-venda. A empresa ficará capacitada de meios que lhe permitam desenvolver novos métodos organizacionais e gestão, com vista a internacionalização.

Designação do projeto: Internacionalização da atividade no mercado Europeu e Asiático

Código do projeto: CENTRO-02-0752-FEDER-034495

Objetivo principal: Reforçar a competitividade das PME

Região de intervenção: Centro

Entidade beneficiária: ALFARROXO TRADING LDA

Data de aprovação: 15-03-2018

Data de início: 01-09-2017

Data de conclusão: 29-09-2020

Custo total elegível: 123.303,67€

Apoio financeiro da União Europeia: FEDER – 55.486,65€

Objetivos:

A entidade Alfarroxo Trading, Lda., foi constituída em 1993 e está sediada no concelho da Figueira da Foz. A entidade dedica-se à exploração florestal, comercialização de madeiras, postes de telecomunicações, serração e mobiliário em pinho. A missão da Alfarroxo consiste no “tratamento e calibragem da casca de pinho para a produção de substratos com aplicação no setor agrícola”.

A Alfarroxo adquire a sua matéria-prima (casca de pinheiro) para a produção da base de substrato a serrações e outras empresas nacionais do setor florestal, sendo que comercializa os seus produtos via marca própria e com o selo de “Made in Portugal”.

Atualmente, fruto de um projeto conjunto com o Ministério da Agricultura, a Universidade de Coimbra e o Laboratório Nacional de Energia e Geologia, a Alfarroxo desenvolveu uma solução para o tratamento térmico da casca de pinheiro de forma a eliminar os organismos contaminantes e viabilizar a sua exportação.

Os produtos da Alfarroxo já possuem diversas certificações como RAL, RHL e a N.F. 142. Com o projeto de internacionalização, a empresa pretende obter a certificação Biológica, promovendo a imagem da “Environmental Friendly”. A empresa tem uma marca própria, a Alfabark, mas a mesma não se encontra registada.

A Alfarroxo é a única empresa no mercado nacional que realiza a transformação da casca de pinheiro, sendo que os seus concorrentes são empresas internacionais, como a Klassmann-Deilmann, Gregor Ziegler, Bolpeat, entre outros.

O grande concorrente da Alfarroxo é uma empresa da Nova Zelândia.

Como fatores de diferenciação dos seus demais concorrentes, a Alfarroxo refere o fácil acesso a matérias-primas, dado estar próximo de várias serrações que fazem exploração de florestas de pinheiro. Adicionalmente, a empresa refere a inovação do tratamento que dá ao seu produto, sendo o tratamento térmico baseado no vapor, promovendo a sustentabilidade e renovação da casca.

A Alfarroxo pretende dirigir-se a clientes que pretendem uma base para substrato com características biológicas, englobando vários segmentos como plantas ornamentais e florestais, hortofrutícolas e floricultura (orquídeas). A empresa pretende comercializar o seu produto (casca de pinheiro tratada) para profissionais que necessitam de casca de pinheiro para a produção de substrato a utilizar na agricultura.

Com o presente projeto de internacionalização, a entidade pretende reforçar a sua posição nos mercados onde já atua (Alemanha, França, Itália, Espanha, Bélgica, Grécia, Reino Unido, República Checa, Países Baixos e Estónia), e entrar em 8 novos mercados (Vietname, Japão, Taiwan, Coreia Sul, Tailândia, EAU, Catar e Arábia Saudita).

Para além do referido anteriormente, o promotor apresenta os seguintes principais objetivos estratégicos:

- Promover a nova solução da Alfarroxo, nomeadamente, divulgar as condições de higienização da casca de pinheiro;
- Estimular o crescimento da empresa, através da diversificação dos mercados internacionais (em especial para o mercado asiático);
- Reforço da notoriedade da empresa e dos seus produtos a nível internacional, com a criação de uma relação de proximidade com o cliente.

De modo a atingir os seus objetivos, o promotor apresenta um plano de internacionalização com investimentos nas seguintes tipologias:

- Certificações específicas para os mercados externos: Aquisição de Certificação Biológica, de modo a demonstrar aos seus potenciais clientes a qualidade dos seus produtos;

- Conhecimento de mercados externos (Feiras/Exposições): Aposta na presença como expositor numa feira internacional do setor, nomeadamente, a Feira Outdoor Design & Build Show (EAU), de modo a aumentar a notoriedade da empresa através da apresentação dos seus produtos a potenciais clientes;
- Desenvolvimento e promoção internacional de marcas (Ações de promoção): Desenvolvimento de um novo rótulo para os produtos da Alfarroxo, com a indicação de “Environmental Friendly”. Adicionalmente, a empresa irá apostar no registo da marca Alfabark nos mercados comunitário e asiático;
- Introdução de novo método de organização nas práticas comerciais ou nas relações externas: Contratação de um técnico qualificado para a área comercial/marketing, como reforço das competências para internacionalização da Alfarroxo;
- Marketing Internacional: Criação de vídeo promocional e material promocional, como flyers e catálogos, para divulgação da empresa e dos seus produtos;
- Presença na web, através da economia digital: Desenvolvimento de website direcionado para os mercados internacionais;
- Prospeção e presença em mercados internacionais (Prospeção e captação de novos clientes): Realização de ações de prospeção para os mercados-alvo, através de contacto direto com potenciais clientes e visitas a feiras.

Com o projeto de Internacionalização, a empresa ambiciona passar de um Volume de Negócios Internacional de € 3,889,509.00 (63% do VN total) no pré-projeto para um Volume de Negócios Internacional de € 5,278,129.65 (68% do VN total) no pós-projeto.