



Identificação e Enquadramento do projeto;

A. FERREIRA & FILHOS, S.A.

Código da Operação: NORTE-02-0853-FEDER-018522

Designação: PROJETOS INOVAÇÃO

Programa Operacional: Programa Operacional Competitividade e Internacionalização

Objetivo Temático: OT 3 - Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas

Prioridade de Investimento: PI 3.3 - A concessão de apoio à criação e ao alargamento de capacidade avançadas de desenvolvimento de produtos e serviços

Tipologia de Intervenção: TI 53 - Qualificação e inovação das PME

Fundo: FEDER; FSE

Montantes envolvidos:

Investimento: 1.264.376,51

Elegível: 951.174,01

Incentivo Não reembolsável: 23.442,01

Incentivo Reembolsável: 547.262,40

Localização do projeto: RUA AMARO DE SOUSA, N.º 408 - 4815-565 VIZELA

Síntese do Projeto:

A AFF desenvolveu uma estratégia arrojada para abordar os mercados internacionais, para isso apresentou um projeto de reforço das capacidades e desenvolvimento de novos produtos com características diferenciadoras do mercado, o que permitiu à empresa a entrada em nichos de maior valor.

Os objetivos foram:

- 1- Atingir a meta de volume de negócios perto dos 4.5 milhões euros em 2019, com base numa composição de produtos, que naturalmente assenta no segmento/gamas da especialidade;
- 2- Aumentar a capacidade produtiva teórica em 36%, para dar resposta às encomendas expectáveis.
- 3- Rejuvenescer a gama comercial alcançável pela própria natureza dos investimentos; Introduzir novos produtos diferenciados no mercado: (jogo 15) malhas mais finas e de melhor qualidade e (jogo 4) com malhas grossas para produtos específicos de moda
- 4- Dar azo a uma ação comercial estruturada e assertiva, bem direcionada para clientes prioritários. Pretendemos criar uma nova dinâmica relativamente aos mercados definidos como estratégicos (Espanha; França; Reino Unido; EUA; Alemanha; Bélgica; Suíça; Holanda;

Itália; Suécia e Finlândia). As metas e objetivos por mercado estão traduzidos no mapa de vendas que consta desta candidatura.

- 5- Atingir mercados emergentes pouco ou nunca explorados como: Africa do Sul; Canadá e Peru. Estamos perante novas oportunidades que nos permitem afirmar que estes mercados serão alcançados com sucesso mas ainda de forma incipiente nos primeiros anos. Pretende-se aproveitar o reconhecimento dos produtos Made in Portugal e Life Style Europeu. Valores com forte acolhimento nestes países. Os objetivos por mercado estão espelhados no mapa de vendas deste formulário.
- 6- Reforçar os esforços de promoção junto do mercado canadiano pretende-se aproveitar o Acordo de Comércio UE -Canadá (CETA).
- 7- Reforçar os esforços de promoção junto do mercado dos EUA pretende-se aproveitar o Acordo de Comércio EU-EUA (TTIP)
- 8- Reduzir os consumos energéticos através da produção de energia elétrica internamente através de painéis fotovoltaicos permitindo reduzir o consumo de energia elétrica adquirida à rede pública até 10% ao ano.
- 9- Garantir da prestação de um serviço de qualidade ao cliente pela implementação e certificação do Sistema de Gestão da Qualidade segundo a norma NP EN ISO 9001;
- 10- Promover e profissionalizar o departamento de investigação, com a implementação do Sistema de Gestão IDI
- 11- Criar um sistema de controlo de produção e organização integrados. Através da implementação de um software de controlo de produção com ligação direta às máquinas com placas eletrónicas para promover uma melhor gestão dos processos e da melhoria contínua.
- 12- Reforçar as valências dos colaboradores com formação dedicada e direcionada para o controlo da produção, organização da produção, custo de não qualidade e sensibilização da qualidade.