



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Designação do projeto: Projeto Internacionalização JMS 2020

Códigos do projeto: POCI-02-0752-FEDER-013887

Objetivo Principal: Reforçar a competitividade das PME

Entidade beneficiária: JMS Industria de Mobiliário Hospitalar S.A

Data de Aprovação: 26-01-2016

Data de início: 01-01-2016

Data de conclusão: 31-12-2018

Custo total elegível: 401.980,60 €

Apoio financeiro da União Europeia: FEDER – 159.515,29 €

Síntese do projeto:

A JMS é líder ibérico no seu segmento de negócio o que lhe dá alguma força no reforço de internacionalização que pretende.

Atualmente a empresa tem uma presença internacional em Espanha, Angola, Marrocos que corresponde cerca de 30% do seu volume de negócios, sendo os restantes 70% correspondentes ao Mercado Nacional.

A empresa pretende seguir como estratégia o reforço da sua presença em mercados internacionais como forma de crescimento do seu volume de negócios e por sua vez do aumento da competitividade da empresa. Esse reforço e aposta em novos mercados com elevado potencial de crescimento, nomeadamente Alemanha, França, Reino Unido, Rússia e Arábia Saudita, Emiratos Árabes Unidos, permitem á empresa aumentar o seu mercado e diversificar as fontes de receitas reduzindo assim o seu risco de negócio através da presença em mais mercados e aumentando a sua base de clientes internacionais.

Em termos concretos a empresa pretende atingir no ano pós-projeto um volume de negócios de 11.500.000€. Este volume de negócios consubstancia em cerca de 36% do volume total para o Mercado Nacional e 64% para o Mercado Internacional. Essa diversifique os seus atuais mercados de atuação e aumente consequentemente a sua quota de exportação para valores superiores a 60% do seu volume de negócios global.

Com este projeto, a JMS pretende alargar a sua presença internacional através da entrada em novos mercados, mercados esses com enorme potencial de vendas mas também com características distintas relativamente aos produtos e formas de comunicação e promoção.

Esta estratégia resultou da análise estratégica de crescimento de mercado a adotar pela empresa que é a extensão de mercado, através da entrada em novos mercados com os seus produtos significativamente melhorados e adequados á necessidade desses mercados.

Relativamente ao plano de internacionalização da empresa, e tendo em conta os requisitos necessários para a sua implementação devido à exigência dos novos mercados, a empresa pretende reforçar a sua capacidade para a promoção, divulgação e comercialização dos seus produtos.

Para atingir os objetivos a que se propôs a empresa pretende investir em:

- Conhecimento de mercados externos (Feiras e Exposições): De acordo com as características deste sector e tendo em conta que este mercado opera essencialmente em B2B, leva a que a presença em feiras seja fundamental para dar a conhecer a empresa e os seus produtos;
- Presença na WEB, através da economia digital: O investimento previsto para esta tipologia compreende a edição de um catalogo eletrónico de produtos e serviços, suportado num portal bidirecional e dinâmico. Toda a estrutura será multilingue dada a influência comercial de países sem língua oficial Portuguesa. A produção deste catalogo integra-se na reorganização do atual sitio da empresa.
- Prospeção e presença em mercados internacionais (Prospeção e captação de novos clientes): A JMS prevê algumas visitas para captação de novos clientes em mercados onde já existem contactos anteriores.
- Marketing internacional: Com o novo posicionamento estratégico da JMS é essencial alterar todo o material de promoção e comunicação da empresa por forma a que seja transmitido junto dos seus clientes todas as mais valias dos seu produtos e capacidade de inovação da empresa. Para tal a empresa pretende alterar a imagem corporativa e registar internacionalmente a sua marca, pretende também criar e desenvolver novo material promocional e peças de comunicação do ponto de vista institucional em várias línguas.
- Introdução de novo método de organização nas práticas comerciais: Face à complexidade e exigência deste projeto a empresa decidiu alterar a forma de organização do seu departamento comercial e marketing, através da criação de uma equipa específica para os mercados internacionais, A empresa irá contratar dois técnicos altamente qualificados para reforçar esta equipa.
- Certificações: Alguns mercados requerem certificações específicas para comercialização dos seus produtos e a JMS pretende obter essa certificação.

Em termos de resumo, podemos afirmar que a JMS através deste projeto pretende crescer sustentadamente tendo por base uma estratégia de **EXTENSÃO DE MERCADO**, ou seja entrar em novos mercados (alargamento do mercado de exportação – mais de 3 novos mercados, leque diversificado de clientes internacionais e uma percentagem superior a 50% de produtos internacionalizados), com os mesmos produtos.