



Dalper – Cutelaria e produtos de Mesa. SA,

ESTUDO DE IMPACTO DO PROJETO

Guimarães, fevereiro 2016

Conteúdo

1. INTRODUÇÃO	3
1.1 Objetivos	3
2. APRESENTAÇÃO DA EMPRESA	3
2.1 Identificação da Empresa	3
2.2 Constituição da Sociedade	4
2.3 Histórico da Empresa	4
2.4 Visão, Missão e Valores.....	5
2.5 Estrutura Legal	6
2.6 Organograma	6
2.7 Análise à Proposta de Valor	7
2.8 Análise ao Posicionamento da Empresa	7
2.9 Modelo de negócio tipo: Indústrias Produtivas	8
3. ANÁLISE DA ENVOLVENTE EXTERNA.....	9
3.1 Análise SWOT	11
4. ENQUADRAMENTO DO PROJETO.....	12
4.1 Sumário do Projeto	12
4.2 Diretrizes estratégicas.....	12
4.3 Diretrizes e Caracterização do Projeto.....	14
5. AVALIAÇÃO DO PROJETO DE INVESTIMENTO	15
5.1 Execução dos Investimentos	15
5.1.1 Investimentos em Inovação	16
5.1.2 Investimentos estratégicos	19
5.1.3 Investimentos obrigatórios	20
5.1.4 Planeamento e Execução do Investimento	21
6. APRESENTAÇÃO DO PLANO DE EXPLORAÇÃO	24

6.1	Tipologia e Estrutura de Rendimentos.....	24
6.1.1	Volume de Negócios.....	24
6.2	Tipologia e Estrutura de Gastos	25
6.2.1	Custo das Mercadorias Vendidas e das Matérias Consumidas.....	25
6.2.2	Fornecimentos e Serviços externos	25
6.2.3	Estrutura e Custos com Pessoal	27
7.	APRESENTAÇÃO DO PLANO DE INVESTIMENTO	28
7.1	Tipologia e Estrutura dos Investimentos.....	28
7.1.1	Investimentos.....	28
7.1.2	Amortizações e Depreciações	29
7.1.3	Inventários.....	29
7.1.4	Clientes.....	30
7.1.5	Fornecedores.....	30
7.1.6	Clientes vs. Fornecedores	30
8.	APRESENTAÇÃO DO PLANO DE FINANCIAMENTO	31
8.1	Estrutura de Financiamento.....	31
8.2	Demonstração de Resultados	32
8.3	Balanco	33
8.4	Avaliação na Ótica do Projeto	34
8.5	Análise Financeira	35
8.5.1	Principais Indicadores Financeiros do Projeto e da Empresa	35
9.	CONCLUSÕES SOBRE O ESTUDO DE IMPACTO DO PROJETO DE INVESTIMENTO	37

1. INTRODUÇÃO

1.1 Objetivos

O presente documento tem como princípio a aproximação a um modelo de análise de viabilidade que se centra no levantamento e definição estratégica, avaliando as diretrizes de execução de um plano de investimento, projetando os diversos impactos resultantes na estrutura e modelo de negócio da empresa.

Além de um documento de natureza analítica, procura dar-se ao leitor uma perspetiva real do direcionamento estratégico a seguir com base em diversos indicadores e metodologias de análise e avaliação estratégica e financeira.

2. APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

2.1 Identificação da Empresa

NOME OU DESIGNAÇÃO SOCIAL:		Dalper – Cutelaria e Produtos de Mesa, S.A.	
MORADA (SEDE):		Rua S. Martinho, nº1853	
CÓDIGO-POSTAL:	4805-537	LOCALIDADE:	Sande (S. Martinho)
DISTRITO:	Braga	CONCELHO:	Guimarães
NIF/NIPC:		500577498	
DIMENSÃO:		Empresa média	
NATUREZA JURÍDICA:		Sociedade Anónima	
CAPITAL SOCIAL:		1.000.000,00 €	
CAE PRINCIPAL:		25710-R3	
CAE SECUNDÁRIO:		-	
OBJETO SOCIAL:		Fabricação de Cutelaria	

2.2 Constituição da Sociedade

SÓCIOS/ACCIONISTAS:	Reinales SGPS
QUOTAS/AÇÕES:	87,5%
SÓCIOS/ACCIONISTAS:	Herança indivisa
QUOTAS/AÇÕES:	22,5%

2.3 Histórico da Empresa

A Dalper – Cutelarias e Produtos de Mesa. SA, doravante designada por Dalper, é uma empresa portuguesa que tem como atividade principal a fabricação de cutelarias, estando sediada na freguesia de Sande S. Martinho, Caldas das Taipas, concelho de Guimarães, distrito de Braga. A Dalper foi constituída nos anos 70, tendo em 1976 assumido a forma jurídica de sociedade por quotas, e posteriormente, em 2002 adotado a forma jurídica de sociedade anónima.

A empresa integra o Grupo DALPER fundado nos anos 50 sendo atualmente um dos maiores fabricantes de Cutelarias do mundo. Composto por várias empresas dedicadas à produção e distribuição de talheres, louças e utensílios de cozinha. A produção considerada de alta qualidade pelo mercado, juntamente com a representação em importantes mercados internacionais, permitiu ao Grupo DALPER obter a liderança ibérica na sua área de negócios podendo ainda destacar-se a nível internacional.

Com a colaboração de uma equipa de trabalho constituída por 82 pessoas e um parque de máquinas com uma capacidade produtiva de cerca de 700.000 peças/mês, a Dalper sustenta o seu desenvolvimento em fatores críticos como o *design*, qualidade e tecnologia produtiva, recorrendo a materiais inovadores e ao *know-how* e experiência da sua equipa de trabalho.

Com quase 40 anos de experiência, a Dalper traçou um caminho de excelência, tendo desde cedo percebido que o seu futuro passava pelo investimento sistemático não apenas em tecnologia produtiva, renovando e melhorando o parque de máquinas, mas também pelo investimento no capital humano, apostando na formação profissional como ferramenta para a renovação e aquisição de novos conhecimentos e competências, e pelo investimento na internacionalização, apostando na procura sistemática de novos mercados em países com

elevado potencial de crescimento. O caminho assim trilhado, não foi isento de percalços, realçando a difícil situação vivida pela empresa no início da década de 80 que culminou em 1984 com a alteração da sua estrutura social e, mais recentemente, a difícil situação económica nacional e a redução drástica do consumo que se traduziu numa diminuição significativa do volume de vendas, sobretudo no mercado ibérico, onde se verificou uma quebra do volume e vendas acima dos 50%, fazendo com que a empresa passasse por dificuldades. No sentido de fazer face a essas adversidades e para contrariar essa tendência negativa no volume de vendas, a promotora direccionou a sua estratégia para a internacionalização, sendo que, de momento está presente em mais de 30 mercados, disponibilizando aos seus clientes mais de 40 modelos.

Com a constante aposta na internacionalização, através do fortalecimento da posição nos mercados já existentes e na procura de novos mercados, espera-se que a Dalper aumente gradualmente as suas vendas. Para além disso, a implementação do projeto de investimento vai permitir à Dalper prestar um serviço de excelência e por esta via afirmar-se a nível global como uma empresa de cutelarias de referência.

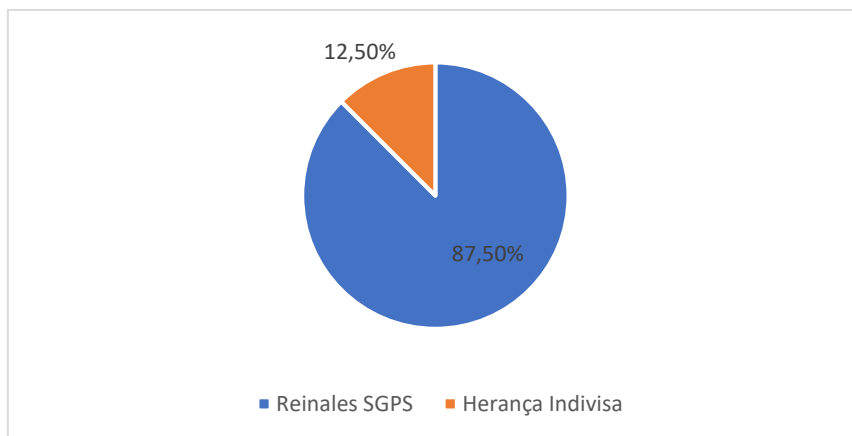
2.4 Visão, Missão e Valores

A **missão** da Dalper assenta em oferecer aos seus clientes as melhores soluções, através da qualidade dos seus produtos, para uso doméstico e profissional, criando valor para a empresa, clientes, e colaboradores, procurando o crescimento sustentado quer no mercado nacional quer internacional. Assim, a sua aposta passa por produzir produtos de excelência que superam a sua evidente funcionalidade transformando-se num acessório de moda, que aliado ao seu design demonstra requinte através dos seus detalhes.

Como **visão** a Dalper pretende ser uma referência no setor das cutelarias, sustentando o seu forte posicionamento a nível ibérico e alcançar um posicionamento privilegiado a nível europeu e mundial através da adoção de novas posturas de gestão organizacional, investindo na inovação tecnológica com vista à definição de novas linhas e de um design ainda mais atrativo promovendo a conquista, satisfação e fidelização de novos clientes nos mercados alvos visionando obter liderança Europeia no fabrico de cutelarias.

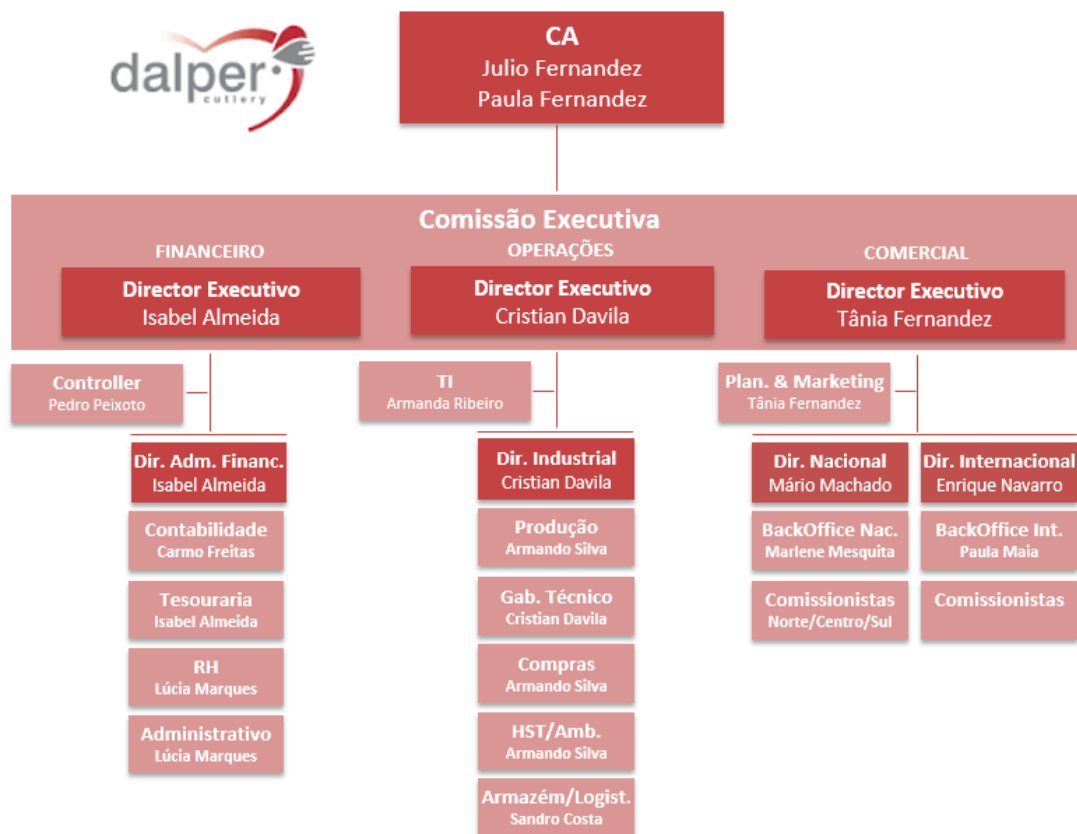
2.5 Estrutura Legal

A Dalper apresenta um capital social de um milhão de euros, detido em 87,5% pela Reinales SGPS, e 12,5% de herança indivisa.



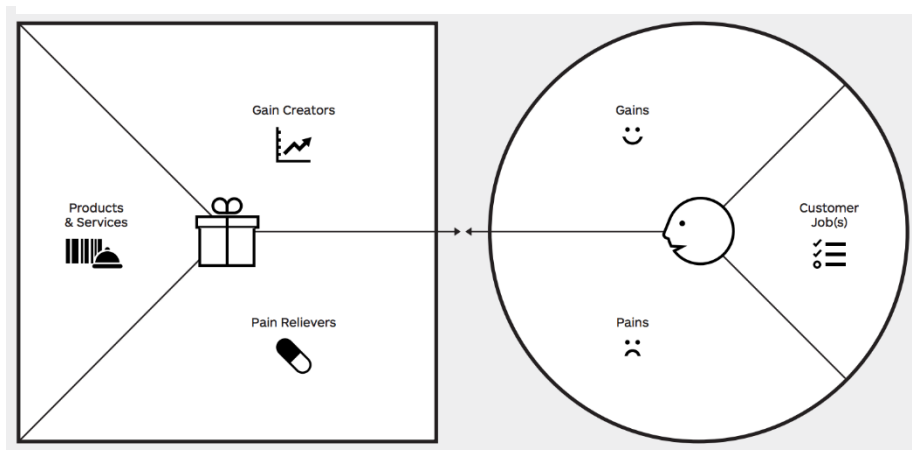
2.6 Organograma

Na seguinte figura pode-se consultar o organograma da Dalper onde está representada a estrutura organizacional da mesma, as relações hierárquicas, bem como a divisão de setores e cargos de responsabilidade.



2.7 Análise à Proposta de Valor

Value Proposition Model Canvas



A Dalper enquadra-se num posicionamento a jusante na Cadeia de Valor Vertical, adicionando valor naquele que é o seu core business, ou seja, a fabricação de produtos de cutelaria. A vantagem competitiva da promotora baseia-se num alto valor percebido pelos clientes através de uma relação qualidade/preço, sendo que essa vantagem competitiva é sinónimo de uma procura contínua. Assim, pelo facto que a pretensão da promotora passa por um aumento de vendas internacionais, um fortalecimento da posição nos países onde já atua, e a conquista de novos mercados, deverá ser necessário uma reestruturação horizontal da cadeia de valor, projetando o seu atual modelo de negócio para uma procura superior, sendo capaz de integrar os seus processos primários e de suporte nesta realidade.

Esta reorganização potenciará a manutenção das vantagens competitivas sobre os concorrentes e um forte reforço do seu posicionamento dando enfoque nos seus fatores críticos de competitividade.

2.8 Análise ao Posicionamento da Empresa

Analisando o posicionamento da Dalper no seu mercado, a estratégia a assumir deverá passar pela Liderança Global de Custos, procurando uma vantagem de custo no seu segmento-alvo.

A aposta da empresa na diferenciação dos seus produtos, nomeadamente em características específicas em termos de qualidade de fabricação/design, não é suficiente para o mercado onde a empresa está instalada, uma vez que a possibilidade de cópia por parte dos seus rivais pode acontecer a qualquer momento.

Nessa ótica, a estratégia competitiva de passar por uma redução dos custos operacionais em toda a transversalidade da cadeia de valor, é uma solução que a empresa tem em vista, e que só poderá ser atingida no âmbito da execução de um projeto de investimento considerado como da máxima importância para as ambições estratégicas da empresa. Neste sentido, tornar-se-á necessário controlar e otimizar de forma minuciosa todos os custos que a sua atividade agrega.

Com a aposta na otimização operacional, a Dalper ganhará capacidade produtiva e competitiva face aos concorrentes nacionais e internacionais, uma vez que poderá proceder à gestão criteriosa da sua atividade, reduzindo prazos de entrega, aumentando a sua margem e tendo uma maior capacidade de adaptabilidade perante as mudanças do mercado.

2.9 Modelo de negócio tipo: Indústrias Produtivas

Como anteriormente referido, o core business da Dalper dirige-se à fabricação de produtos de cutelaria e de mesa. Neste sentido, torna-se impreterível a utilização de fatores de produção tais como equipamento, maquinaria e pessoal especializado. A empresa caracteriza-se, assim, por “capital intensivo”, na medida em que se exigem elevados investimentos em ativos fixos de forma a acompanharem as necessidades de progressão do modelo de negócio da empresa, permitindo-lhe um maior controlo sobre os principais elos da cadeia de valor, desde a conceção e desenvolvimento do produto até à sua comercialização.

Não obstante o referido anteriormente, a empresa tem necessidade em apostar na sua inovação, nomeadamente no seu processo produtivo pela aquisição de equipamentos munidos de avançadas tecnologias para poder corresponder às exigências do mercado em que se insere. Um possível investimento poderá também ajudar na correção de falhas existentes no planeamento que condicionam a produtividade e as metodologias utilizadas, traduzindo-se em problemas estruturais em falhas na capacidade de resposta dada aos clientes.

3. ANÁLISE DA ENVOLVENTE EXTERNA

A composição do tecido empresarial nacional do ramo da cutelaria localiza-se principalmente na região norte, sendo maioritariamente empresas de cariz familiar, que conheceram um desenvolvimento importante nas últimas décadas ao implantar-se em novos mercados, e modernizando a sua oferta em conjunto com uma maior aposta em termos qualitativos.

A nível nacional poderão ser consideradas como principais marcas concorrentes, as que provêm de empresas competitivas que atuam no mesmo mercado que a promotora, tais como a CUTIPOL, HERDMAR, JOMAFE, CUTAL, IVO CUTELARIAS, MAFIL, entre outras.

Tendo em conta a expansão internacional da Dalper, foram igualmente reconhecidos alguns concorrentes nos mercados internacionais onde atua, nomeadamente nos países Europeus, Asiáticos, Africanos e Sul-americanos, destacando-se os seguintes: a Hefra - Platerow Hefra S.A., La Forge de Laguiole S.A., Guy Degrenne S.A., Christofle - Orfèvrerie Christofle S.A.S., Amefa B.V., Casa Bugatti - SAN MARCO di Francesco Bugatti & C.SAPA, Villeroy & Boch AG, WMF Chile - Comercial Los Andes S.A.

No que diz respeito à sua presença nos mercados internacionais, a Dalper está presente em 31 países (Espanha, Países Baixos, Dinamarca, Finlândia, França, Rússia, Reino Unido, Polónia, Suécia, Alemanha, Roménia, Áustria, Grécia, Bulgária, Bélgica, Itália, Lituânia, Chipre, Hungria, República Checa, Angola, África do Sul, Tunísia, Marrocos, Moçambique, Brasil, Chile, Emirados Árabes Unidos, Malásia, Hong Kong e Índia). No futuro e integrado na estratégia internacional da promotora, a empresa pretende fortalecer a sua atuação nestes mercados, e entrar de forma eficiente e sustentada em novos mercados cuja aceitabilidade aos produtos da Dalper poderá ser muito convidativa (maior aposta nos mercados latino-americanos, norte americanos e europeus).

Neste âmbito e analisando a concorrência, percebe-se que Dalper já compete com concorrentes cuja capacidade de abranger vários mercados ao mesmo tempo é importante, tendo já uma estratégia internacional bem-sucedida, conseguida ao longo dos anos, permitindo umas importantes quotas de mercado e construir uma ótima relação junto dos stakeholders, promovendo uma maior eficiência. Os concorrentes internacionais listados anteriormente, partilham posicionamentos similares ao da Dalper, apostando fortemente em aspetos

qualitativos, quer seja pela escolha das matérias-primas, quer pela própria conceção dos produtos.

Por todos estes motivos, a Dalper deverá focar-se no reforço tanto na marca e produtos, bem como no departamento comercial, dando dimensão aos seus produtos junto dos seus segmentos alvo, tendo sempre em consideração as particularidades culturais e socioeconómicas de cada mercado alvo individualmente.

3.1 Análise SWOT

Pontos Fortes:

- Know-how do negócio;
- Chefias intermédias com elevada experiência;
- Qualidade dos produtos;
- Boa imagem da empresa no mercado;
- Localização numa zona de grande tradição na produção de produtos de cutelaria.

Pontos Fracos:

- Parque de máquinas pouco versátil;
- Fraca flexibilidade da produção;
- Elevados consumos de energia;
- Sistema de informação não otimizado;
- Hardware antiquado.

Ameaças:

- Irregularidade da economia e dos mercados, sobretudo o nacional;
- Os produtos de cutelaria não são um bem de primeira necessidade;

- Concorrência de empresas provenientes e mercados com baixo custo de produção;
- Variação das tendências de e dos gostos dos consumidores.

Oportunidades:

- Expansão das exportações;
- Novas tecnologias produtivas;
- Novas ferramentas de marketing;
- Produção de novos produtos com aposta no design inovador.

4. ENQUADRAMENTO DO PROJETO

4.1 Sumário do Projeto

A Dalper tem em equação a candidatura e execução de um projeto de investimento, ao abrigo do Portugal 2020, concretamente o SI Inovação, a realizar numa janela temporal de 24 meses, procurando auferir de incentivos direcionados para a inovação das empresas Portuguesas.

Montante de Investimento (Total e Elegível) e do Incentivo Aprovado

Sistema de Incentivos	Investimento Total	Investimento Elegível	Incentivo	% Incentivo
SI Inovação	€ 2.673.118,58	€ 2.664.593,58	€ 1.332.296,79	50%

4.2 Diretrizes estratégicas

As áreas de competitividade críticas da Dalper são as que se encontram expressas abaixo.

1. Inovação do processo produtivo:

O parque de máquinas da Dalper, apresenta várias debilidades, nomeadamente no que respeita à automatização das tarefas, sendo que grande parte dos trabalhos executados ainda estão muito dependentes dos seus colaboradores, tornando o processo produtivo mais lento e com fragilidades funcionais que condicionam a estratégia de desenvolvimento e crescimento que a promotora pretende atingir. Por isso a Dalper necessita de apostar na inovação do seu processo produtivo através da aquisição de novos equipamentos munidos da mais avançada tecnologia como é o caso da tecnologia CNC e em novos sistemas de integração e articulação dos mesmos.

2. Inovação no sistema de gestão da produção:

O planeamento e a gestão da produção é uma das problemáticas mais críticas dentro da empresa, uma vez que uma má gestão do processo produtivo poderá implicar a incapacidade de responder às solicitações e requisitos dos clientes e desta forma impedir o crescimento e desenvolvimento da Dalper na procura de novos clientes e de novos mercados. Embora existam diretrizes produtivas delineadas, estas não são as mais adequadas para responder aos novos desafios, na medida em que existem falhas no planeamento que condicionam os tempos produtivos e as metodologias utilizadas, o que se traduz em problemas estruturais e em falhas nas respostas aos clientes, situação que fragiliza a posição da Dalper no mercado e condiciona

o seu posicionamento competitivo. Existe por isso a necessidade de apostar num novo sistema de gestão do processo produtivo.

3. Aumento da oferta de modelos apostando no design:

A Dalper mantém uma aposta contínua no desenvolvimento de novos modelos, contando com uma vasta gama de produtos. No entanto, essa oferta não é suficiente para atingir os seus objetivos de aumento das quotas de mercado e de aumentar o rol de países onde estão representados, uma vez que ocorre uma saturação das possibilidades de escolha por parte dos potenciais clientes e por conseguinte dos consumidores finais, sendo por isso preponderante aumentar a oferta de modelos para alargar o seu portfólio e desta forma, apresentar aos seus clientes. Este aumento dos modelos terá de assentar basicamente numa forte aposta no design, de forma a adequá-lo aos gostos dos consumidores, sendo que as tendências são diferentes em cada uma das regiões do globo. A aposta na consultoria especializada em Engenharia e Desenvolvimento do Produto aliada às novas metodologias de marketing apresentam-se como preponderantes para assegurar o cumprimento dos objetivos estratégicos.

4. Aposta no know-how:

O conhecimento é a base de funcionamento de qualquer empresa, pois é a partir deste que se retira a capacidade de desenvolver as várias tarefas necessárias para a resposta aos requisitos dos mercados. Os colaboradores da Dalper possuem um elevado conhecimento fruto da experiência obtida ao longo dos anos. Esta mais valia permite com que a empresa obtenha produtos de qualidade e possa dar uma resposta aos seus clientes. Neste sentido e aliado a estes saberes a empresa aposta continuamente na formação dos seus quadros técnicos por forma a que os seus colaboradores possam responder de forma satisfatória a todas as solicitações que lhes são exigidas.

5. Fortalecimento da Internacionalização:

A Dalper está presente em vários países, tendo uma boa posição no mercado em alguns deles e apresentando apenas vendas esporádicas para outros. Mas é necessário procurar novos clientes nesses países de modo a fortalecer a sua posição e também explorar novos mercados e países diferentes e que representam uma oportunidade de crescimento e de aumento do volume de vendas bastante representativo, apresentando-se como fulcral para o cumprimento dos objetivos estratégicos traçados. Sendo fundamental a aposta em novas e atuais ferramentas de marketing.

Através de uma profunda análise SWOT percebe-se facilmente que associando os pontos fortes, como a qualidade dos produtos, as oportunidades como o fortalecimento da posição nos mercados atuais e a expansão para novos mercados, apresenta restrições agregadas, interpostas por pontos fracos como fraca flexibilidade do processo produtivo, que são ameaçados pela concorrência dos países mais desenvolvidos nos segmentos de gama alta e dos países emergentes pelos preços mais baixos, que desperta a atenção nos pontos fortes e oportunidades evidenciadas na análise SWOT. Por isso, este projeto visa vários investimentos que passam pela aposta na inovação produtiva, na otimização organizacional e nos procedimentos de marketing, permitindo a criação de valor através da maximização das potencialidades e na diminuição das fragilidades.

4.3 Diretrizes e Caracterização do Projeto

Tendo em consideração as diversas oportunidades e fragilidades a Dalper desenvolveu um plano de ação que procura além de capacitar a proposição de valor da empresa, dinamizar o modelo de negócio para uma abordagem focada na sustentabilidade e crescimento ao longo dos próximos anos. Assim, definiram-se os objetivos estratégicos:

- Consolidar a posição da empresa no mercado, aumentando o número de clientes e de mercados, através do reforço da internacionalização;
- Aumentar o volume de vendas;
- Reduzir os custos operacionais;
- Diminuir os tempos de resposta aos clientes;
- Assegurar maior eficiência dos processos através da inovação ao nível da tecnologia produtiva e processual;
- Diversificar a gama de produtos, apostando no design;
- Melhorar a imagem da empresa no mercado;
- Potenciar as suas marcas próprias no mercado;
- Aumentar o número de mercados de atuação, diversificando os clientes e conquistando grandes grupos de revendedores;
- Apostar de forma fugaz na eficiência energética e na gestão de recursos

5. AVALIAÇÃO DO PROJETO DE INVESTIMENTO

5.1 Execução dos Investimentos

A estratégia da empresa passa por um crescimento orientado para o mercado externo aproveitando o know-how existente e a boa imagem, melhorando o serviço e a relação com os atuais clientes e procurando novos clientes, em novos mercados.

A filosofia de trabalho da Dalper é definida pela excelência do serviço, com uma diversidade na oferta e uma resposta adaptada a cada mercado. Além da vasta gama de modelos, a promotora desenvolve, através do estudo e conhecimento de cada mercado, modelos específicos adequados às diferentes necessidades, hábitos e gostos dos mais exigentes consumidores.

Investir implica comprometer recursos na expectativa de obter benefícios futuros. Ao comprometer recursos, a Dalper incorre num custo de oportunidade, na medida em que sacrifica a hipótese de poder despende os seus recursos hoje, em ambiente certo, optando por investi-los numa alternativa que devolve resultados futuros, em ambiente de risco e incerteza.

Desta forma, os investimentos projetados estão categorizados de acordo com diferentes critérios, nomeadamente:

- a) **Investimentos de expansão**, cujo objetivo é aumentar a capacidade produtiva da empresa, de forma a corresponder ao aumento da procura.
- b) **Investimentos de inovação**, perante a mudança nas preferências e na exigência dos consumidores, a Dalper opta por diversificar a sua atividade através da produção de novos produtos.
- c) **Investimentos estratégicos**, enquadram-se no plano estratégico da empresa a longo prazo, com o objetivo de assegurar o futuro da mesma. Nesta fase, consideram-se investimentos que permitam reduzir o risco do negócio, e ao mesmo tempo expandir a atividade.
- d) **Investimentos obrigatórios**, necessários para que a empresa cumpra a legislação legal em vigor.

Assim, com base em pedidos de cotação junto de potenciais fornecedores, auferiram-se os orçamentos base para a estruturação do quadro de investimentos, enquadrando-se da seguinte forma:

5.1.1 Investimentos em Inovação

Atividade de Inovação: Otimização da capacidade e qualidade produtiva e desenvolvimento de novos produtos de cutelaria.

Designação:

- ✓ Empilhador Gás
- ✓ Empilhador Elétrico
- ✓ Robot automático de 60 TN para corte dentes garfos
- ✓ Prensa automática (1000 ton facas) com linha de corte e laminagem de facas a frio composta por prensa de joelho de 1000 TN mais um laminador
- ✓ Sistema Aspiração Poeiras
- ✓ Máquina Eletroerosão Fio:Accutex: Cursos x/Y 500*300
- ✓ Guilhotina 3 metros - 6mm de corte INOX HGS 30013
- ✓ Máquina amolar facas
- ✓ Transfer automático de polir facas Mod. Pulimetal TCLP 6+4-K
- ✓ Transfer automático de lixar cantos Mod. Pulimetal 4NB CSA
- ✓ 18 Master HPI + 107 Master TL5 + 12 Lampadas E27 + 10 Detetores Movimentos + 2 Variadores de Frequencia
- ✓ Concentrador YOCTO
- ✓ 20 Analisadores (contadores de energia) AWD3
- ✓ Consola de acesso remoto touch
- ✓ Bateria Condensadores MH75040 750KVAR + cabo de alimentação e TI
- ✓ Posto de Transformação

Descrição:

De forma a potenciar o alcance de um posicionamento de referência no segmento onde se insere, a Dalper pretende aumentar a eficácia produtiva atual, assim como diversificar o leque de produtos desenvolvidos, utilizando tecnologias atualizadas e inovadoras. Esta ambição torna-se fulcral na sua estratégia, garantindo uma maior versatilidade nas estratégias de internacionalização futuras.

Um dos processos fulcrais e mais minuciosos de todo o processo produtivo é o corte do metal, pela exigência que apresenta e pela geração de desperdícios de matéria-prima, fator a ter em consideração uma vez que o peso da chapa no custo final do artigo pode ser de 50%. Assim o investimento numa nova guilhotina dotada de tecnologia CNC, que permitirá uma grande

redução dos desperdícios e para além disso permitirá um grande aumento da produtividade por ser mais rápida, mais precisa e proporcionar a obtenção de peças mais perfeitas deverá ser uma realidade. No entanto não é só no corte inicial dos filamentos de chapa que é necessário inovar, mas também no processo de cortar os dentes dos garfos. Para amentar a sua produtividade, a promotora necessita de alterar este processo que apresenta debilidades denotadas, como os elevados tempos das operações, a existência de defeitos excessivos, principalmente nos modelos mais complexos, e que resulta num avultado número de produtos não conformes. Desta forma, acredita-se que a aquisição por parte da Dalper num Robot automático de corte de dentes de garfos com tecnologia CNC que permitirá uma automatização quase total da operação, permitindo realizar as tarefas de corte com maior eficiência deverá ser ponderado. Da mesma forma considera-se fundamental a aquisição de uma máquina automática de corte e laminagem de facas. Esta, dotada da mais avançada tecnologia, assegurará um elevado grau de perfeição na confeção destes produtos e permitirá aumentar em grande escala a capacidade produtiva da Dalper, através do reforço da produção diária e do aumento de artigos disponíveis para os clientes. Ainda de encontro à melhoria do sistema, o investimento numa máquina de eletroerosão a fio que permite aperfeiçoar a produção torna-se importante. O facto de ter moldes uniformes em tamanho e forma permite uma otimização do processo produtivo ao minimizar os tempos para a mudança dos moldes, potenciando a rapidez das tarefas, apresentando ainda um importante contributo para a inovação no design ao permitir a produção de inúmeros tipos de moldes.

Deverá ser considerado da mesma forma um investimento maior em máquinas que permite processos de acabamento de produtos afim de obter uma qualidade final dos produtos muito superior a atual. Os Transferes automáticos de lixar e de polir proporcionarão uma revolução na execução destas tarefas, uma vez que irão aumentar em larga escala a capacidade produtiva. Estes são os equipamentos mais importantes das secções de polir e lixar, sendo que a sua substituição irá permitir um grande aumento de produtividade e qualidade do artigo, possibilitando a versatilidade das máquinas, ou seja, as atuais só permitem polir e lixar facas e com estas existirá a oportunidade de lixar e polir garfos e colheres, aumentando a flexibilidade produtiva. A máquina de amolar facas, permitirá obter facas mais bem afiadas e com o “fio” na medida certa, dará a Dalper uma maior capacidade de satisfazer as necessidades dos clientes.

Todas as operações realizadas ao longo do processo produtivo são suscetíveis de gerar poeiras que permanecem muitas vezes bastante tempo suspensas no ar, o que condiciona a capacidade funcional os nossos colaboradores e que depois se depositam, entre outros sítios, nas máquinas

e equipamentos, conduzindo a que aumente a probabilidade de avaria e degradação dos mesmos, sendo prioritário o investimento num sistema de aspiração de poeiras.

Atividade de Inovação: Eficiência e Otimização Operacional

Designação:

- ✓ Router Cisco
- ✓ 2 Computadores
- ✓ Software de gestão energética
- ✓ Servidor de Voz
- ✓ Upgrade Servidor
- ✓ Postos de Trabalho
- ✓ Comunicações Aastra (hardware)

Descrição:

A Dalper tem a noção que a otimização, inovação e gestão organizacional estão cada vez mais dependentes de recursos informáticos que atuam estrategicamente nas práticas e operações de produção. Assim, o investimento na implementação e instalação de *software* e *hardware* que suportarão a gestão de todo o processo produtivo, aumentando a sua eficiência e otimização operacional deverá ser uma realidade.

Assim, o processo comunicacional, tanto externo como interno, é muito importante para o bom funcionamento de qualquer empresa, sendo que o mesmo deve ser eficaz e simples, mas para isso é necessário que existam as condições necessárias para que tal aconteça. Por esta razão um investimento num novo sistema comunicacional, o Aastra, apoiado por um servidor de voz deverá ser adquirido. Este novo sistema de comunicação contribuirá para a otimização dos processos, na medida em que permitirá diminuir bastante o tempo que é mal empregue a comunicar interna e externamente, assim como dará um importante contributo para o sucesso do processo de fortalecimento da internacionalização desejada.

Para que seja possível inovar no processo produtivo através da adoção de novas medidas e da instalação de novas máquinas e equipamentos é necessário que esses investimentos sejam acompanhados de ferramentas informáticas, tornando-se necessário o investimento em equipamentos informáticos para vários postos de trabalho e na realização de upgrades ao servidor.

5.1.2 Investimentos estratégicos

Atividade de Inovação: Eficiência e Otimização Operacional

Designação:

- ✓ Consultoria Especializada em Planeamento e Gestão da Produção;
- ✓ Aprovisionamento e Gestão de Stocks e Engenharia e desenvolvimento de Produto
- ✓ Formação em Gestão de Stocks e Planeamento da Produção (60h - 1 Turma - 10 formandos)
- ✓ Formação em Metodologia Lean (80h - 1 Turma - 13 formandos)
- ✓ Formação em Inovação - Desenvolvimento de Produto (50h - 1 Turma - 5 formandos)

Descrição:

A Dalper tem a noção que a rentabilidade máxima dos meios disponíveis não implica necessariamente gastos financeiros e investimentos avultados. Por isso mesmo, é visível a necessidade da implementação e integração de princípios e práticas operacionais e organizacionais que foquem a criação de valor ao cliente, estando inicialmente centrada na identificação e otimização/eliminação de atividades designadas por atividades que não acrescentam valor, nomeadamente excesso de produção, elevados tempos de espera, transportes desnecessários, excesso de procedimentos, excesso de stocks, movimentos desnecessários e defeitos, e que como tal não contribuem para a cadeia de valor, gerando prejuízos em vez de benefícios. Os investimentos a serem efetuados conduzirão ao aumento da capacidade produtiva havendo necessidade redefinir novos procedimentos de gestão da produção e de aprovisionamento e gestão de stocks, recorrendo para tal a uma entidade consultora que complementarmente com a ação de formação em Aprovisionamento e Gestão de Stocks e Metodologia Lean, visam otimizar estes processos. Por outro lado, para que consiga cumprir o objetivo estratégico de diferenciar os seus produtos, a Dalper deverá investir em Consultoria Especializada em Engenharia e Desenvolvimento do Produto e em formação específica.

Atividade de Inovação: Estudos e diagnósticos

Designação:

- ✓ Consultoria de Marketing: Emirados Árabes Unidos; Finlândia; Reino Unido; Noruega; África do Sul; Estados Unidos da América; México; Colômbia; Peru; Brasil; Turquia

- ✓ Estudo de Avaliação de Impacto de Projeto

Descrição:

Embora a Dalper já detenha experiência quanto à internacionalização, , explorando cerca de 31 mercados, é fulcral a realização de um estudo prévio para mercados de grande interesse para a promotora, nomeadamente Emirados Árabes Unidos; Finlândia; Reino Unido; Noruega; África do Sul; Estados Unidos da América; México; Colômbia; Peru; Brasil e Turquia. Como Boa prática, deve recorrer-se a entidades especializadas em internacionalização e marketing para a realização da consultoria de marketing e assim sustentar o alcance dos seus objetivos e sucesso internacional. Estes serviços não só vão proporcionar mecanismos de aumento de visibilidade e notoriedade à empresa, como também irão permitir um conhecimento mais profundo desses mesmos mercados, nomeadamente da concorrência, segmentação, canais de distribuição, perfil dos consumidores, regime geral de importação, entre outras informações, permitindo desta forma que a Dalper defina uma estratégia de penetração e reforço internacional bem-sucedida, definindo assim um plano de ação coerente, audaz e dinâmico para o sucesso da Dalper na internacionalização.

5.1.3 Investimentos obrigatórios

Designação: TOC/ROC

Descrição:

Um controlo e monitorização contínuos à atividade da Dalper apresenta-se como fulcral na gestão da empresa num mercado tão competitivo como o atual, promovendo desta forma o seu desenvolvimento e crescimento sustentável.

Objetivos:

- ✓ Certificação legal de contas
- ✓ Planificar, organizar e coordenar a execução da contabilidade
- ✓ Responsabilidade pela regularidade técnica, nas áreas contabilística e fiscal

5.1.4 Planeamento e Execução do Investimento

Nº	Designação	Investimento	Elegível	Classificação das despesas
1	Consultoria de Marketing - Emirados Árabes Unidos	19.795,00	19.795,00	Estudos e diagnósticos - Planos de Marketing
2	Consultoria de Marketing - Finlândia	15.680,00	15.680,00	Estudos e diagnósticos - Planos de Marketing
3	Consultoria de Marketing - Reino Unido	13.870,00	13.870,00	Estudos e diagnósticos - Planos de Marketing
4	Consultoria de Marketing - Noruega	15.680,00	15.680,00	Estudos e diagnósticos - Planos de Marketing
5	Consultoria de Marketing - África do Sul	17.930,00	17.930,00	Estudos e diagnósticos - Planos de Marketing
6	Consultoria de Marketing - Estados Unidos da América	18.770,00	18.770,00	Estudos e diagnósticos - Planos de Marketing
7	Consultoria de Marketing - México	23.310,00	23.310,00	Estudos e diagnósticos - Planos de Marketing
8	Consultoria de Marketing - Colômbia	22.710,00	22.710,00	Estudos e diagnósticos - Planos de Marketing
9	Consultoria de Marketing - Peru	20.850,00	20.850,00	Estudos e diagnósticos - Planos de Marketing
10	Consultoria de Marketing - Brasil	20.850,00	20.850,00	Estudos e diagnósticos - Planos de Marketing
11	Consultoria de Marketing - Turquia	17.590,00	17.590,00	Estudos e diagnósticos - Planos de Marketing
12	Servidor de Voz	4.459,36	4.459,36	Equipamentos informáticos
13	Upgrade Servidor	23.399,03	23.399,03	Software standard ou específico
14	Postos de Trabalho	18.365,42	18.365,42	Equipamentos informáticos
15	Comunicações Aastra (hardware)	1.382,00	1.382,00	Equipamentos informáticos
16	Comunicações Aastra (hardware)	1.269,00	1.269,00	Equipamentos informáticos
17	Empilhador Gás	18.000,00	18.000,00	Máquinas e Equipamentos
18	Empilhador Elétrico	19.000,00	19.000,00	Máquinas e Equipamentos
19	Robot automático de 60 TN para corte dentes garfos	225.000,00	225.000,00	Máquinas e Equipamentos

20	Prensa automática (1000 ton facas) com linha de corte e laminagem de facas a frio composta por prensa de joelho de 1000 TN mais um laminador	362.500,00	362.500,00	Máquinas e Equipamentos
21	Sistema Aspiração Poeiras	212.500,00	212.500,00	Máquinas e Equipamentos
22	Máquina Eletroerosão Fio:Accutex: Cursos x/Y 500*300	133.000,00	133.000,00	Máquinas e Equipamentos
23	Guilhotina 3 metros - 6mm de corte INOX HGS 30013	78.125,00	78.125,00	Máquinas e Equipamentos
24	Máquina amolar facas	243.750,00	243.750,00	Máquinas e Equipamentos
25	Transfer automático de polir facas Mod. Pulimetal TCLP 6+4-K	587.500,00	587.500,00	Máquinas e Equipamentos
26	Transfer automático de lixar cantos Mod. Pulimetal 4NB CSA	350.000,00	350.000,00	Máquinas e Equipamentos
27	18 Master HPI + 107 Master TL5 + 12 Lâmpadas E27 + 10 Detetores Movimentos + 2 Variadores de Frequência	29.875,00	29.875,00	Máquinas e Equipamentos
28	Router Cisco	500,00	500,00	Equipamentos informáticos
29	2 Computadores	2.000,00	2.000,00	Equipamentos informáticos
30	Software de gestão energética	8.000,00	8.000,00	Software standard ou específico
31	Concentrador YOCTO	1.100,00	1.100,00	Equipamentos informáticos
32	20 Analisadores (contadores de energia) AWD3	2.000,00	2.000,00	Equipamentos informáticos
33	Consola de acesso remoto touch	1.200,00	1.200,00	Equipamentos informáticos
34	Bateria Condensadores MH75040 750KVAR + cabo de alimentação e TI	17.583,77	17.583,77	Máquinas e Equipamentos
36	Posto de Transformação	59.750,00	59.750,00	Construção de edifícios/obras de remodelação industria
37	Consultoria Especializada em Planeamento e Gestão da Produção	16.000,00	16.000,00	Estudos e diagnósticos - Estudos
38	Consultoria Especializada em Aprovisionamento e Gestão de Stocks	15.600,00	15.600,00	Estudos e diagnósticos - Estudos
39	Consultoria Especializada em Engenharia e desenvolvimento de Produto	14.000,00	14.000,00	Estudos e diagnósticos - Estudos
40	Formação em Gestão de Stocks e Planeamento da Produção (60h - 1 Turma - 10 formandos)	2.700,00	0,00	Despesas não elegíveis

41	Formação em Metodologia Lean (80h - 1 Turma - 13 formandos)	4.200,00	0,00	Despesas não elegíveis
42	Formação em Inovação - Desenvolvimento de Produto (50h - 1 Turma - 5 formandos)	1.625,00	0,00	Despesas não elegíveis
43	Despesa TOC	5.000,00	5.000,00	TOC/ROC
44	Estudo de avaliação do impacto do projeto	6.700,00	6.700,00	Estudos e diagnósticos - Estudos
Total Investimento		2.673.118,58	2.664.593,58	

6. APRESENTAÇÃO DO PLANO DE EXPLORAÇÃO

6.1 Tipologia e Estrutura de Rendimentos

6.1.1 Volume de Negócios

Apresenta-se a evolução do volume de negócios desde o ano pré projeto.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Meses de Atividade	12	12	12	12	12	12
Taxa de crescimento das vendas	-	7%	8%	7%	7%	7%
Taxa de inflação	-0,30%	0,50%	nd	nd	nd	nd
Volume de negócios (VN)	5 036 070	5 409 108	5 843 732	6 268 098	6 725 187	7 189 568
IVA 23%	1 158 296	1 244 095	1 344 058	1 441 663	1 546 793	1 653 601
Total do VN c/IVA	6 194 366	6 653 203	7 187 791	7 709 761	8 271 980	8 843 169

n.d - não disponível

Com base nas projeções efetuadas desde o pré-projeto até ao ano pós-projeto, é espetável que a empresa aumente o seu volume de negócios. Este crescimento positivo não só é baseado na experiência e know-how obtidos ao longo dos anos e da relação com os seus atuais clientes, como também pela nova estratégia delineada pela empresa aquando da implementação do presente projeto de investimento. Como visão a Dalper almeja ser uma referência no setor das cutelarias, fidelizando os seus atuais clientes a nível ibérico e alcançando um posicionamento privilegiado nos mercados internacionais. Para isso será necessário adotar novas posturas de gestão organizacional, investindo na inovação tecnológica, num design mais atrativo dos seus produtos e na produção e diversificação de novos modelos de produtos. Desta forma a Dalper terá condições para consolidar a sua posição nos mercados já presentes e conquistar novos clientes. Alicerçada a esta estratégia, a empresa pretende investir na área da internacionalização e marketing, com o objetivo de dinamizar a sua posição nos mercados onde atua e de garantir quotas de mercado expressivas nos potenciais mercados para onde pretende comercializar.

O presente projeto de investimento contempla, assim, investimentos que permitirão o desenvolvimento e produção de novos modelos de talheres, apoiando-se em máquinas e procedimentos de gestão de produção e de stocks tecnologicamente mais evoluídos, proporcionando, desta forma, uma melhor resposta aos requisitos dos seus clientes bem como apostando em fatores dinâmicos de competitividade que permitirão que a mesma se distancie positivamente dos seus concorrentes. Apesar da sua presença em mercados externos, os meios

e mecanismos que utiliza não são os meus adequados, fazendo com que as vendas para estes sejam apenas residuais, não apresentando um contributo significativo para o seu volume de negócios. Com a implementação do presente projeto, a Dalper, através da utilização de sofisticadas e atuais ferramentas de marketing, irá potenciar a sua capacidade de internacionalização, impulsionando o aumento da sua carteira de clientes internacionais e por conseguinte o aumento das suas vendas externas.

6.2 Tipologia e Estrutura de Gastos

6.2.1 Custo das Mercadorias Vendidas e das Matérias Consumidas

Apresenta-se a evolução do Custo das Mercadorias Vendidas e das Matérias Consumidas (CMVM) desde o ano pré projeto.

CMVMC	2014	2015	2016	2017	2018	2019
MERCADO NACIONAL	482 240	506 641	527 059	548 300	570 396	593 383
Produto	482 240	506 641	527 059	548 300	570 396	593 383
MERCADO EXTERNO	1 851 860	2 002 786	2 186 642	2 364 853	2 557 589	2 752 861
Produto	1 851 860	2 002 786	2 186 642	2 364 853	2 557 589	2 752 861
TOTAL CMVMC	2 334 100	2 509 428	2 713 701	2 913 153	3 127 985	3 346 244

Relativamente à estrutura de custos de mercadorias vendidas e matérias consumidas, os valores ao longo dos anos em análise foram obtidos a partir da média do peso do CMVM face ao volume de negócios dos dois últimos anos face ao ano pré-projeto (2012 e 2013). Assim, e tal como é observado na tabela acima, os custos vão aumentando durante o período de execução do projeto, fruto do maior volume de vendas que é esperado ser atingido com a execução do mesmo.

6.2.2 Fornecimentos e Serviços externos

Os gastos gerais suportados pela empresa no âmbito do presente projeto são:

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Nº de Meses	12	12	12	12	12	12
Subcontratos	59 635	60 828	62 045	63 906	65 823	67 140
Serviços especializados						
Trabalhos especializados	187 874	195 929	191 424	194 167	196 992	198 932
Publicidade e propaganda	103 544	101 318	111 767	118 120	124 664	129 157
Comissões	49 383	50 370	51 378	52 919	54 507	55 597
Conservação e reparação	66 006	67 326	68 673	70 733	72 855	74 312
Materiais						
Ferramentas e utensílios de desgaste rápido	3 504	3 575	3 646	3 755	3 868	3 945
Material de escritório	2 360	2 407	2 455	2 529	2 605	2 657
Energia e fluidos						
Electricidade	207 615	211 767	216 003	222 483	229 157	233 740
Combustíveis	12 439	12 688	12 942	13 330	13 730	14 004
Água	30	30	31	32	33	34
Deslocações, estadas e transportes						
Deslocações e Estadas	102 871	104 928	107 027	110 238	113 545	115 816
Transportes de mercadorias	84 205	85 889	87 607	90 235	92 942	94 801
Serviços diversos						
Rendas e alugueres	36 052	36 773	37 509	38 634	39 793	40 589
Comunicação	26 660	27 193	27 737	28 569	29 426	30 015
Seguros	25 923	26 442	26 971	27 780	28 613	29 185
Royalties	1 197	1 220	1 245	1 282	1 321	1 347
Contencioso e notariado	828	844	861	887	914	932
Despesas de representação	2 566	2 617	2 669	2 749	2 832	2 889
Limpeza, higiene e conforto	16 237	16 562	16 893	17 400	17 922	18 280
Outros serviços						
TOTAL FSE	988 930	1 008 709	1 028 883	1 059 749	1 091 542	1 113 373
FSE - Custos Fixos	988 930	1 008 709	1 028 883	1 059 749	1 091 542	1 113 373
FSE - Custos Variáveis	-	-	-	-	-	-
Variação Relativa	-	2,00%	2,00%	3,00%	3,00%	2,00%

No que diz respeito aos Fornecimentos e Serviços Externos (FSE), estima-se que entre 2015 e 2019 sofram um crescimento médio de 2,4%. Esta tendência crescente, embora pouco significativa, está associada ao aumento da produção e dos investimentos previstos com o presente projeto, nomeadamente ao nível de despesas com consultorias, nos anos de 2015 a 2017. A acrescer a esta evolução, está também a forte aposta na internacionalização e no marketing. Não obstante a Dalper já ter presença no mercado internacional, o facto de delinear uma nova estratégia para a promoção e prospeção de novos clientes e fidelização dos atuais, isso permitirá reunir condições mais sólidas e eficazes para que o seu volume de negócios aumente. Neste sentido, é expectável que a rubrica de deslocações e estadas e publicidade e propaganda sofra um aumento ao longo dos anos de execução do projeto. Apesar deste aumento ligeiro na rubrica de FSE, crê-se que seja essencial para a prossecução da estratégia delineada pela empresa por forma a ganhar capacidade competitiva face aos concorrentes nacionais e internacionais.

6.2.3 Estrutura e Custos com Pessoal

Apresenta-se a evolução da estrutura de pessoal da empresa.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Nº Meses	14	14	14	14	14	14

Estrutura do Pessoal	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Administração / Direção	3	3	3	3	3	3
Administrativo e Financeiro	5	6	6	6	6	6
Comercial / Marketing	3	3	4	4	4	4
Produção / Operacional	55	55	55	56	58	58
Engenharia, Conceção e Projeto	0	1	1	1	1	1
Aprovisionamento	16	16	16	16	16	16
TOTAL	82	84	85	86	88	88

Considerando a estrutura de pessoal a Dalper prevê contratar 6 novos colaboradores até ao pós-projeto, dos quais 4 com qualificações superiores, contribuindo desta forma para a promoção do emprego da região. A empresa pretende afirmar-se como um importante motor da economia e empregabilidade da sua região, contribuindo como tal para a persecução dos objetivos temáticos do Programa Operacional Inclusão Social e Emprego.

Gastos com Pessoal	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Remunerações:						
Órgãos Sociais	126 000 €	129 780 €	132 376 €	136 347 €	140 437 €	144 650 €
Pessoal	691 600 €	712 348 €	726 594 €	748 392 €	770 843 €	793 971 €
Encargos sobre remunerações	194 180 €	200 005 €	204 005 €	210 125 €	216 429 €	222 922 €
Seguros Acidentes de Trabalho	8 176 €	8 421 €	8 590 €	8 847 €	9 113 €	9 386 €
Gastos de ação social	84 734 €	87 276 €	89 021 €	91 692 €	94 443 €	97 276 €
TOTAL	1 104 690 €	1 137 831 €	1 160 585 €	1 195 403 €	1 231 265 €	1 268 205 €

Em relação aos gastos com pessoal, estima-se um aumento gradual desta rubrica, fruto da própria atividade da empresa. Atualmente a maioria dos trabalhadores da empresa apresenta níveis de qualificação bastante baixos, o que impede que seja competitiva nos mercados onde opera. Deste modo, a transmissão de novas competências e saberes torna-se uma das prioridades da Dalper. Neste sentido, a empresa pretende aumentar por via de ações de formação o nível de qualificações dos seus colaboradores, tornando-os mais capazes para a realização das suas funções e ao mesmo tempo capazes de corresponder de forma satisfatória às inovações que vão surgindo.

7. APRESENTAÇÃO DO PLANO DE INVESTIMENTO

7.1 Tipologia e Estrutura dos Investimentos

7.1.1 Investimentos

Apresentam-se os investimentos realizados no âmbito da execução do presente projeto.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ATIVO						
Ativos fixos tangíveis	161 612	255 989	1 721 475	1 638 587	1 259 569	880 552
Propriedades de investimento	2 077 918	1 921 516	1 765 113	1 608 711	1 452 308	1 295 906
Ativos intangíveis		183 313	103 383	13 663	3 900	
Total do Investimento	2 239 531	2 360 817	3 589 972	3 260 961	2 715 778	2 176 458

Ao longo dos anos em análise, concretamente a partir do ano de 2015, prevê-se que a empresa aumente o seu ativo, fruto dos investimentos previstos no projeto de investimento.

De um modo mais pormenorizado, apresenta-se em seguida, os investimentos em ativos fixos tangíveis e ativos intangíveis associados aos investimentos realizados em 2014 e aos investimentos que se preveem ser realizados ao longo do presente projeto de investimento, concretamente durante os anos de 2015 a 2017.

ATIVOS FIXOS TANGÍVEIS	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Equipamento básico		176 485	1 842 375	350 000		
Outros ativos fixos tangíveis	215 483					
Total	215 483	176 485	1 842 375	350 000		
Total acumulado	215 483	391 968	2 234 343	2 584 343	2 584 343	2 584 343
PROPRIEDADES DE INVESTIMENTO	2 234 321					
Total acumulado	2 234 321	2 234 321	2 234 321	2 234 321	2 234 321	2 234 321
ATIVOS FIXOS INTANGÍVEIS	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Programas de computador		8 000				
Outros activos intangíveis		266 969	17 590	11 700		
Total		274 969	17 590	11 700		
Total acumulado		274 969	292 559	304 259	304 259	304 259
TOTAL ACUMULADO	2 449 804	2 901 257	4 761 222	5 122 922	5 122 922	5 122 922

O presente projeto, permitirá que a Dalper realize investimentos em máquinas e equipamentos tecnologicamente mais avançados, versáteis e eficientes. Com esta aquisição estima-se que a empresa ganhe vantagens competitivas ao nível do seu processo produtivo e desta forma garanta uma melhor eficiência e adequação às necessidades que surgirão no cumprimento dos seus objetivos estratégicos.

7.1.2 Amortizações e Depreciações

Considerando o ativo fixo tangível e o ativo intangível da empresa, será necessário elaborar o mapa de amortizações e depreciações que se apresenta em seguida.

Mapa Resumo das Amortizações e Depreciações						
Ativos Fixos Tangíveis	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Equipamento básico		28 238	323 018	379 018	379 018	379 018
Outros ativos fixos tangíveis	53 871	53 871	53 871	53 871		
Total	53 871	82 108	376 888	432 888	379 018	379 018
Total acumulado	53 871	135 979	512 867	945 756	1 324 773	1 703 791
Propriedades de investimento	156 402	156 402	156 402	156 402	156 402	156 402
Total acumulado	156 402	312 805	469 207	625 610	782 012	938 415
Ativos Intangíveis	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Projectos de desenvolvimento		2 667	2 667	2 667		
Outros activos intangíveis		88 990	94 853	98 753	9 763	3 900
Total		91 656	97 520	101 420	9 763	3 900
Total acumulado		91 656	189 176	290 596	300 359	304 259
Total Amortizações e Depreciações	210 273	330 167	630 810	690 710	545 183	539 320
Total Amortizações e Depreciações Acumulado	210 273	540 440	1 171 251	1 861 961	2 407 145	2 946 465

Com base no quadro supra, espera-se que com os investimentos realizados as amortizações e depreciações tendam a aumentar ao longo dos anos, uma vez que, os anos de 2015 a 2017 serão os anos de maior investimento. Tal facto gerará um aumento das amortizações e depreciações no período de 2018 e 2019. Salienta-se que foram aplicadas as taxas de amortização e depreciação conforme previstas no Decreto Regulamentar nº25 /2009 de 14 de setembro.

7.1.3 Inventários

O prazo médio de inventários é um indicador de atividade que mede (em dias) os níveis de eficiência de gestão de stocks. Observando os valores registados em 2012 e 2013, a Dalper apresentou um n.º de dias de 261 e 253, respetivamente. Com a implementação do presente projeto de investimento é expectável que o n.º de dias médio durante os anos de execução do projeto seja de 183 dias. Esta redução de cerca de 70 dias é significativa para a empresa, uma vez que permite não só ter menos stock acumulado em armazém como também melhorar a sua gestão de aprovisionamento. Apesar desta diminuição aconselha-se a empresa não baixar em demasia o n.º de dias pois deverá ter sempre um limite de stock consoante o seu volume de vendas, de forma a que não haja rutura dos mesmos.

7.1.4 Clientes

Quanto ao prazo médio de recebimento é um indicador de atividade que mede o tempo (em dias) que os clientes costumam pagar as suas dívidas. Em 2012 e 2013 a empresa registou um prazo médio de recebimento de 159 dias e 151 dias, respetivamente. Esta tendência aparentemente decrescente será reforçada com a realização do presente projeto, uma vez que se espera que com a implementação do mesmo, o n.º de dias médios durante os anos de execução do projeto baixe para 138 dias. Esta diminuição do n.º de dias será bastante favorável à Dalper, visto que permite desafogar a mesma de eventuais problemas de liquidez que venha a ter e demonstrar eficiência quer na cobrança quer no poder negocial da empresa perante o cliente.

7.1.5 Fornecedores

No que diz respeito ao prazo médio de pagamento, trata-se, igualmente de um indicador de atividade e mede a duração (em dias) que a empresa costuma pagar aos seus fornecedores. Observando os dados de 2012 e 2013, o prazo médio de pagamento aos fornecedores foi de 328 dias e 272 dias, respetivamente. Prevê-se que com a implementação do projeto de investimento, este decréscimo venha a ocorrer ao longo dos anos de execução do mesmo, estimando-se que chegue a registar em 2019 um n.º de dias na ordem dos 217. Esta redução é igualmente positiva para a empresa pois dá uma imagem ao fornecedor que a mesma se encontra em boas condições financeiras e que rapidamente consegue satisfazer as suas obrigações.

7.1.6 Clientes vs. Fornecedores

Confrontando o prazo médio de recebimento com o prazo médio de pagamento verifica-se que a empresa primeiro recebe dos clientes e só depois paga aos seus fornecedores. Isso permite à Dalper manter os seus níveis de liquidez equilibrados e demonstrar uma posição financeira sólida perante os seus fornecedores.

8. APRESENTAÇÃO DO PLANO DE FINANCIAMENTO

8.1 Estrutura de Financiamento

Apresentados os investimentos descritos previamente, inicia-se uma nova secção onde expõe o financiamento necessário para a implementação do projeto de investimento.

A estrutura de financiamento do presente projeto prevista em sede de candidatura apresenta-se da seguinte forma:

Rubricas de Financiamento	2015	2016	2017	Total	% Invest.
Capitais Próprios	221 464	446 816		668 280	25%
Capital	221 464	446 816		668 280	25%
Prestações Suplementares Capital					
Autofinanciamento					
Financiamentos	229 990	1 413 149	361 700	2 004 839	75%
Financiamento de Instituições de Crédito	4 262,58	483 166	180 850	668 279	25%
Empréstimos por Obrigações					
Financiamento de Sócios/Acionistas					
Suprimentos Consolidados					
Outras dívidas a Sócios/Acionistas					
Fornecedores de Investimentos					
Locação Financeira					
Incentivo	225 727	929 983	180 850	1 336 560	50%
Não Reembolsável (INR)				-	
Reembolsável (IR)	225 727	929 983	180 850	1 336 560	50%
Outros					
FINANCIAMENTO TOTAL	451 454	1 859 965	361 700	2 673 119	100%
INVESTIMENTO TOTAL	451 454	1 859 965	361 700	2 673 119	100%
INVESTIMENTO ELEGÍVEL TOTAL	442 929	1 859 965	361 700	2 664 594	100%

Com base no quadro supra prevê-se que a Dalper financie o projeto de investimento através capital próprio e de empréstimo de instituições de crédito (cada um a representar 25% do financiamento total). O restante financiamento (50%) é efetuado via incentivo não reembolsável. É expectável que o ano de maior financiamento seja o de 2016 representando 70% do investimento total realizado nos três anos.

8.2 Demonstração de Resultados

Tendo em consideração a informação previamente descrita, apresenta-se a Demonstração de Resultados.

Unidade de medida: Euros

Demonstração de Resultados	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Rendimentos e Gastos						
Vendas e serviços prestados	5 036 070	5 409 108	5 843 732	6 268 098	6 725 187	7 189 568
Subsídios à exploração						
Ganhos/perdas imputados de subsidiárias, associadas a empreendimentos conjuntos						
Variação nos inventários da produção						
Custo das mercadorias vendidas e das matérias consumidas	-2 334 100	-2 509 428	-2 713 701	-2 913 153	-3 127 985	-3 346 244
Fornecimentos e serviços externos	-988 930	-1 008 709	-1 028 883	-1 059 749	-1 091 542	-1 113 373
Gastos com o pessoal	-1 104 690	-1 137 831	-1 160 585	-1 195 403	-1 231 265	-1 268 205
Imparidade de inventários (perdas/reversões)						
Provisões (aumentos/reduções)						
Aumentos/reduções de justo valor						
Outros rendimentos e ganhos						
Outros gastos e perdas						
EBITDA	608 351	753 142	940 563	1 099 793	1 274 396	1 461 746
Gastos/reversões de depreciação e de amortização	-210 273	-330 167	-630 810	-690 710	-545 183	-539 320
Imparidade de Investimentos depreciables/amortizáveis (perdas/reversões)						
Resultado operacional (antes de gastos de financiamento e impostos)	398 077	422 974	309 753	409 082	729 213	922 426
Juros e rendimentos similares obtidos	-	-	-	-	1 283	5 233
Juros e gastos similares suportados	-181 455	-184 594	-192 742	-148 947	-94 568	-57 794
Resultado antes de impostos	216 623	238 380	117 010	260 135	635 928	869 865
Imposto sobre o rendimento do período	-49 823	-54 827	-26 912	-59 831	-146 264	-200 069
Resultado líquido do período	166 799	183 553	90 098	200 304	489 665	669 796

8.3 Balanço

Conjugando a informação supracitada, apresenta-se através das rubricas gerais do Balanço o setor real e o setor financeiro da empresa.

Unidade de medida: Euros

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ATIVO						
Ativo não corrente	2 239 531	2 360 817	3 589 972	3 260 961	2 715 778	2 176 458
Ativos fixos tangíveis	161 612	255 989	1 721 475	1 638 587	1 259 569	880 552
Propriedades de investimento	2 077 918	1 921 516	1 765 113	1 608 711	1 452 308	1 295 906
Ativos intangíveis	-	183 313	103 383	13 663	3 900	-
Acionistas/sócios	-	-	-	-	-	-
Outros ativos financeiros	-	-	-	-	-	-
Ativo corrente	3 101 253	3 327 937	3 667 140	3 847 352	4 307 034	5 152 171
Inventários	1 167 050	1 254 714	1 356 850	1 456 576	1 563 992	1 673 122
Clientes	1 906 203	2 045 224	2 205 779	2 362 776	2 531 741	2 703 496
Estado e outros entes públicos	-	-	76 510	-	-	-
Acionistas/sócios	-	-	-	-	-	-
Outras contas a receber	-	-	-	-	-	-
Diferimentos	-	-	-	-	-	-
Ativos financeiros	-	-	-	-	-	-
Caixa e depósitos bancários	28 000	28 000	28 000	28 000	211 300	775 553
Total do Ativo	5 340 784	5 688 754	7 257 112	7 108 313	7 022 811	7 328 628
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO						
Capital próprio	1 166 799	1 797 543	3 264 440	3 645 594	4 135 259	4 805 055
Capital realizado	1 000 000	1 221 464	1 668 280	1 668 280	1 668 280	1 668 280
Reservas legais	-	166 799	350 352	440 450	640 755	1 130 419
Outras reservas	-	-	-	-	-	-
Outros instrumentos de capital próprio	-	-	-	-	-	-
Outras variações no capital próprio	-	225 727	1 155 710	1 336 560	1 336 560	1 336 560
Resultado líquido do período	166 799	183 553	90 098	200 304	489 665	669 796
PASSIVO						
Passivo não corrente	2 117 726	1 697 911	1 687 976	1 345 582	822 339	299 095
Provisões	-	-	-	-	-	-
Financiamentos obtidos	2 117 726	1 697 911	1 687 976	1 345 582	822 339	299 095
Passivo corrente	2 056 258	2 193 300	2 304 696	2 117 137	2 065 214	2 224 478
Fornecedores	1 498 131	1 583 110	1 679 960	1 780 063	1 887 105	1 990 831
Estado e outros entes públicos	63 870	72 908	26 912	70 317	178 109	233 647
Acionistas/sócios	-	-	-	-	-	-
Financiamentos obtidos	494 258	537 282	597 824	266 757	-	-
Outras contas a pagar	-	-	-	-	-	-
Total do passivo	4 173 984	3 891 211	3 992 672	3 462 719	2 887 553	2 523 573
Total do capital próprio e passivo	5 340 784	5 688 754	7 257 112	7 108 313	7 022 811	7 328 628
Passivo / Ativo	78,15%	68,40%	55,02%	48,71%	41,12%	34,43%
Controlo do balanço (A=CP+P)	-	-	-	-	-	-
Capital Próprio / Ativo	21,85%	31,60%	44,98%	51,29%	58,88%	65,57%
Ativo corrente / Passivo corrente	150,82%	151,73%	159,12%	181,72%	208,55%	231,61%

8.4 Avaliação na Ótica do Projeto

A Avaliação na ótica do Projeto, permite aferir em que medida é que o Projeto de Investimento tem viabilidade económico-financeira, ou seja, em que medida é que o Projeto de investimento consegue gerar valor para a empresa. Para tal, recorre-se ao cálculo *do Free Cash Flow* (FCF), isto é, o *cash flow* que fica disponível para remunerar e reembolsar o capital investido.

Com base nos dados disponibilizados pela Demonstração de Resultados e pelo Balanço é possível obter o cálculo do FCF.

Rubricas [EUR]	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Meios Libertos do Projecto						
Resultados Operacionais (EBIT) x (1-IRC)	306 520	325 690	238 510	314 993	561 494	710 268
Depreciações e amortizações	210 273	330 167	630 810	690 710	545 183	539 320
Provisões do exercício						
	516 793	655 857	869 320	1 005 704	1 106 677	1 249 588
Investim./Desinvest. em Fundo Manéio						
Fundo de Manéio	- 1 589 076	- 137 671	- 260 433	- 69 623	- 147 979	- 175 426
CASH FLOW de Exploração	- 1 072 283	518 186	608 887	936 081	958 698	1 074 163
Investim./Desinvest. em Capital Fixo						
Capital Fixo	- 2 449 804	- 451 454	- 1 859 965	- 361 700		
Free cash-flow	- 3 522 087	66 733	- 1 251 078	574 381	958 698	1 074 163
CASH FLOW acumulado	- 3 522 087	-3 455 354	- 4 706 432	-4 132 052	-3 173 354	- 2 099 191

Na perspectiva do Projecto	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Free Cash Flow to Firm	- 3 522 087	66 733	-1 251 078	574 381	958 698	1 074 163	32 034 609
WACC	6,13%	6,62%	7,14%	7,54%	8,08%	8,52%	8,52%
Factor de actualização	1,00	1,07	1,14	1,23	1,33	1,44	1,56
Fluxos actualizados	- 3 522 087	62 590	- 1 095 244	467 576	722 061	745 502	20 487 335
	- 3 522 087	-3 459 496	- 4 554 740	-4 087 164	-3 365 103	- 2 619 601	17 867 735
Valor Actual Líquido (VAL)	17 867 735						
Taxa Interna de Rentabilidade	44,66%						
Pay Back period	6 Anos						

Tendo em conta os resultados obtidos verifica-se um Valor Atualizado Líquido - VAL > 0, ou seja, de 17.867.735 € sugerindo que a empresa deve investir, ou seja, que o projeto é viável tendo em conta a taxa de actualização (determinada pelo custo médio ponderado do capital – WACC). O VAL sendo positivo, demonstra que os *cash flows* produzidos pelo projeto são suficientes para cobrir o investimento inicial realizado no horizonte temporal considerado e ainda remunerar os credores e os sócios/acionistas.

Para um VAL nulo a TIR corrigida é de 44.66%, ou seja, o valor da TIR corrigida é superior à taxa do custo médio ponderado do capital ao longo da vida útil do projeto, concluindo-se que o projeto é viável na Ótica do Projeto.

Quanto ao prazo de recuperação do capital investido é de 6 anos. Assim, pela ótica do projeto, conclui-se que o projeto de investimento é suficientemente rentável para recuperar o investimento, tendo capacidade para gerar um excedente.

8.5 Análise Financeira

8.5.1 Principais Indicadores Financeiros do Projeto e da Empresa

Não obstante os resultados e considerações do ponto anterior, é imprescindível efetuar uma análise dos indicadores económicos e financeiros de modo a complementar a tomada de decisão anteriormente defendida.

Sendo assim, na Tabela seguinte apresenta-se os vários resultados obtidos a partir da Demonstração de Resultados e do Balanço.

INDICADORES ECONÓMICOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Taxa de Crescimento do Negócio		7,41%	8,04%	7,26%	7,29%	6,91%
Rentabilidade Líquida sobre o rédito	3,31%	3,39%	1,54%	3,20%	7,28%	9,32%

INDICADORES ECONÓMICOS - FINANCEIROS	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Return On Investment (ROI)	3,12%	3,23%	1,24%	2,82%	6,97%	9,14%
Rendibilidade do Activo (ROA)	7,45%	7,44%	4,27%	5,75%	10,38%	12,59%
Rotação do Activo	94,29%	95,08%	80,52%	88,18%	95,76%	98,10%
Rendibilidade dos Capitais Próprios (ROE)	14,30%	10,21%	2,76%	5,49%	11,84%	13,94%

INDICADORES FINANCEIROS	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Autonomia Financeira	21,85%	31,60%	44,98%	51,29%	58,88%	65,57%
Solvabilidade Total	127,95%	146,19%	181,76%	205,28%	243,21%	290,41%
Cobertura dos encargos financeiros	219,38%	229,14%	160,71%	274,65%	771,10%	1596,06%

INDICADORES DE LIQUIDEZ	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Liquidez Corrente	1,51	1,52	1,59	1,82	2,09	2,32
Liquidez Reduzida	0,94	0,95	1,00	1,13	1,33	1,56

INDICADORES DE RISCO NEGÓCIO	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Margem Bruta	1 713 041	1 890 972	2 101 149	2 295 196	2 505 661	2 729 952
Grau de Alavanca Operacional (GAO)	430,33%	447,07%	678,33%	561,06%	343,61%	295,95%
Grau de Alavanca Financeira (GAF)	183,77%	177,44%	264,72%	157,26%	114,67%	106,04%

Relativamente à taxa de crescimento do volume de negócios é esperado que a Dalper apresente um crescimento positivo durante os anos de execução do projeto. Mais uma vez, este crescimento não só é apoiado na experiencia e nos saberes obtidos ao longo dos anos como

também através da implementação do projeto de investimento. A nova estratégia delineada pela Dalper passa pela adoção de novas metodologias de gestão operacional, assentado não só na inovação tecnológica como também na diversificação da sua gama de produtos e apostando num design mais inovador e atrativo. Esta nova abordagem desenvolvida pela empresa irá criar condições para que mesma consolide a sua relação com os seus atuais clientes como também exportar para novos mercados até então por explorar. De igual forma, os indicadores económico-financeiros vão apresentar valores mais satisfatórios ao longo dos anos. Analisando em pormenor o indicador ROA, ou seja, rentabilidade do ativo da empresa, verifica-se que a partir do ano 2016, isto é, durante o período de execução do projeto, o mesmo comece a aumentar, querendo isto dizer, que a capacidade dos recursos investidos no ativo vai começar a gerar maior rentabilidade. Quanto à ROE, é um indicador que relaciona o nível de resultados líquidos com o montante investido pelos sócios/acionistas e pelos resultados gerados pela própria empresa. A partir de 2016, estima-se, igualmente, que a rentabilidade das aplicações dos sócios comece a aumentar. Observando os valores obtidos no rácio rotação do ativo, verifica-se que em 2016 a percentagem baixa ligeiramente, fruto do maior investimento ocorrer nesse ano. Já em 2017 o valor começa a ter uma tendência inversa, uma vez que a eficiência com que a empresa está a utilizar os seus ativos é cada vez maior.

No que diz respeito aos indicadores Financeiros, concretamente a autonomia financeira, prevê-se um incremento ao longo dos anos. Este rácio é de extrema importância na análise e na contratação de operações de financiamento bem como na avaliação do risco financeiro e global da empresa. Observando os valores sempre superiores a 25%, revela que a Dalper tem garantida a sua independência e um risco reduzido.

Quanto aos indicadores de liquidez, é espectável que aumentem ao longo dos anos, o que leva a concluir que a empresa revela capacidade para solver as suas dívidas de curto prazo com recurso ao seu ativo corrente.

Por fim, no que diz respeito aos indicadores de risco de negócio, estima-se que a Margem Bruta vá aumentar ao longo da execução do projeto, fruto da evolução positiva do volume de negócios. Observando o GAO, isto é, o indicador que relaciona a Margem Bruta e os resultados operacionais, conclui-se que no ano 2016 o risco da empresa aumente, uma vez que grande parte da Margem Bruta é absorvida por gastos fixos. Contudo, a partir do ano 2017 estima-se que as vendas cresçam e neste sentido, o risco da empresa comece gradualmente a diminuir. Quanto ao GAF, este avalia a capacidade de o negócio da empresa fazer face aos compromissos financeiros, neste sentido quanto maior o GAF maior é o risco financeiro. Observando os valores

estimados, conclui-se que apesar do risco financeiro ter aumentado significativamente no ano de 2016, prevê-se que esta percentagem diminua ao longo da execução do projeto até ao ano pós-projeto.

9. CONCLUSÕES SOBRE O ESTUDO DE IMPACTO DO PROJETO DE INVESTIMENTO

A inovação do ponto de vista organizacional, do produto, do processo e do marketing são consideradas imprescindíveis para que o crescimento possa ocorrer nas empresas, atuando como facilitadores da modernização. A inovação tem assim assumido maior importância num mercado globalizado, onde a diferenciação é fundamental para a sobrevivência de qualquer empresa, bem como para se manterem na linha da frente em relação aos concorrentes.

A relevância deste tema é reforçada pela importância que a inovação representa nos fatores competitivos das empresas nacionais e de cutelaria em particular. Porém, a inovação é um processo exigente, longo e difícil que obriga a formulação cuidadosa de uma estratégia consistente com objetivos a atingir, e uma cautelosa implementação, com motivação e ferramentas adequadas de monitorização e controlo.

A Dalper, tem ao longo dos anos assentado invariavelmente numa posição de destaque no mercado em que se insere. Com quase 40 anos de experiência, traçou um caminho de excelência, tendo sempre percebido que o desenvolvimento passa pelo investimento, sendo que nesta fase acredita que a estratégia adequada olhando para sua própria realidade é de liderança global de custos, procurando uma vantagem de custo no seu segmento-alvo. A aposta da empresa na diferenciação não é suficiente para competir neste mercado, uma vez que a possibilidade de cópia por parte dos seus concorrentes é forte. Assim, a estratégia competitiva de passar por uma redução de custos operacionais em toda a transversalidade da cadeia de valor, é uma solução a ser considerada para a promotora, que só poderá ser atingida no âmbito da execução de um projeto de investimento considerado como da máxima importância para as ambições estratégicas da empresa.

Atualmente a Dalper detém um processo, caracterizado por algumas máquinas/equipamentos e métodos organizacionais limitados perante os concorrentes futuros com os quais a empresa irá competir. Assim, torna-se fulcral para a promotora, desenvolver investimentos que contemplam máquinas e equipamentos para a introdução de linhas de produção modernizadas

e inovadoras, investindo em sistemas de eficiência organizacional, bem como energética, associado a soluções informáticas de última geração.

Por outro lado, e inserida em toda uma estratégia de marketing internacional, a Dalper poderá dispor através da concretização de investimentos em marketing, de maiores informações e conhecimentos dos mercados em que tenciona introduzir-se, conseguindo reduzir os riscos associados à subjacente internacionalização de um modelo de negócio como este, e deverá no seu projeto de investimento apostar em consultorias de marketing para os diferentes mercados selecionados. As consultorias de marketing são assim uma ferramenta imprescindível para exemplificar estratégias e medidas de comunicação e marketing à serem implementadas em várias circunstâncias (ex. feiras; publicidade; material gráfico; etc.).

No contexto económico-financeiro prevê-se que com a implementação do presente projeto de investimento, a Dalper aumente os seus níveis de faturação. Apoiada não só pela vasta experiência e know-how obtido ao longo dos anos, como também na nova estratégia delineada pela mesma, nomeadamente, pela adoção de novas metodologias de gestão operacional. Esta reformulação irá permitir à Dalper, criar condições para que a mesma consolide a sua relação com os seus clientes, tanto atuais como potenciais.

Ao nível dos indicadores económico-financeiros é expectável que melhorem durante a execução do projeto e que no ano pós-projeto revelem uma posição sólida, ou seja, não só se prevê que os recursos investidos no ativo da empresa gerem rentabilidade como também os resultados das aplicações dos sócios comecem a aumentar. Para além disso, a empresa ao longo dos anos vai apresentando uma autonomia financeira superior a 25%, o que demonstra a sua baixa dependência a capitais alheios.

Com base nos resultados obtidos verifica-se um Valor Atualizado Líquido - VAL > 0, ou seja, de 17.867.735 € sugerindo que a empresa deve investir, ou seja, que o projeto é viável tendo em conta a taxa de atualização (determinada pelo custo médio ponderado do capital – WACC). Para um VAL nulo a TIR corrigida é de 44.66%, ou seja, o valor da TIR corrigida é superior à taxa do custo médio ponderado do capital (que ronda os 6,13% e os 8,52%) ao longo da vida útil do projeto, concluindo-se que o projeto é viável na Ótica do Projeto.