

Aviso	2022-SI-04	Internacionalização das PME - Projetos Conjuntos
Projeto	C671451865-00004939	ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA

Mecanismo Especial de Antecipação

Sistemas de Incentivos às Empresas - Internacionalização das PME

Projetos conjuntos

Índice de páginas

Versão 1.02

1	Projeto e promotor(es)
2	Dados do promotor
3	Atividades e mercados
4	Balanço e Demonstração de Resultados
5	Caracterização geral do projeto
6	Lista das PME participantes
7	Dados das PME participantes
8	Critérios de seleção das PME participantes
9	Lista de ações
10	Detalhe da ação
11	Ações a implementar - plano de ação
12	Pessoal e outros custos de acompanhamento do projeto
13	Competências da equipa coordenadora
14	Enquadramento temático
15	Critérios de seleção
16	Declarações
17	Efeito incentivo

Projeto e promotor(es)

Caracterização do projeto

Designação

Candidatura Individual ☒ Copromoção ☐

Promotor(es)

Nº	NIF	Sigla	Nome
1	501419411	ANIET	ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA

Resumo

(breve descrição do projeto para efeitos de divulgação, que evidencie de forma clara o seu objetivo)

O Projeto Pedra E+ 2023/24 tem como objetivo reforçar a capacitação empresarial para a internacionalização de PME que integram a cadeia de valor da Pedra Natural através do conhecimento, da prospeção e da presença (física e também digital) em mercados tradicionais e de oportunidades, de modo a alavancar as suas exportações de valor, aumentar a sua base e capacidade exportadora e contribuir para a notoriedade internacional da oferta portuguesa.

O plano de ação conjunto, que estimulará sinergias e dimensão crítica na fileira, contempla ações presenciais, com participação em certames internacionais dedicados ao setor, missões de prospeção e inversas, mas também dinâmicas de comunicação e de ação comercial via digital e presença web dirigidas aos segmentos de mercado online do B2B e do B2C, valorizando oferta com forte componente tecnológica e de design com procura crescente no mercado global.

Contactos

Responsável técnico pelo projeto

Nome

E-mail

Telefone Função

Outro contacto

NIF

Entidade

Responsável

Telefone

Os contactos indicados serão utilizados para efeitos do projeto

Dados do promotor

Dados do promotor

NIF	501419411		
Nome	ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA		
Morada	R JÚLIO DINIS Nº 931-1º-ESQ		
Cód. Postal	4050-327	PORTO	
Concelho	Porto	Freguesia	União das freguesias de Lordelo do Ouro e Massarelos
Telefone	226096699	E-mail	geral@aniet.pt
URL	http://www.aniet.pt/		
Natureza jurídica	Associação de direito privado		
Data de constituição	1975-01-10	Data de início de atividade	1990-01-02
Fins lucrativos	☐ Sim ☒ Não	Património associativo	130.197,02
Tipo da entidade	Associação empresarial (sem fins lucrativos)		
Privada/Pública	Privada		

Atividade(s) económica(s) do promotor

CAE	Designação	%
94110	Actividades de organizações económicas e patronais	100,00

Atividade económica

☐ Declaração c/ Sim ☒ Declaração c/ Não ☐ Sem declaração

A declaração do ano 2021 indica que a entidade não se enquadra no âmbito dos Auxílios de Estado.

Entidade adjudicante CCP

☐ Declaração c/ Sim ☒ Declaração c/ Não ☐ Sem declaração

A declaração do ano 2021 indica que entidade não se enquadra como entidade adjudicante.

Nível territorial

Nacional ☒

Regional ☐

☐ Norte ☐ Centro ☐ Lisboa ☐ Alentejo ☐ Algarve

Dados do promotor

Âmbito sectorial

☐ Construção ☒ Indústria ☐ Comércio ☐ Turismo ☐ Serviços ☐ Transportes ☒ Outros

Postos de trabalho do promotor

Área Funcional	Nível de Qualificação	2021		
		M	H	Total
Administração/Direção	Nível 6	1	-	1
Administrativa/Financeira	Nível 6	1	-	1
Administrativa/Financeira	Nível 4	1	-	1
Comercial/Marketing	Nível 7	1	-	1
Comercial/Marketing	Nível 6	1	-	1

Atividades e mercados

Promotor

ANIET:: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA

Atividades e mercados

Historial da atividade da entidade promotora no âmbito das ações de promoção internacional

Principais mercados abrangidos / ações promovidas

Há mais de uma década que a ANIET desenvolve a estratégia de suporte coletivo à internacionalização das PME do setor da Pedra Natural, que representa. Atendendo às carências específicas destas PME, e objetivando um perfil exportador de valor, promove inúmeras ações de reforço da notoriedade de Portugal no exterior e de apoio à capacitação empresarial para fatores competitivos como a qualidade, a inovação, o design, a sofisticação, a tecnologia, a sustentabilidade e o conhecimento dos mercados

Acumula profunda experiência no apoio às empresas (conceção, divulgação, preparação, acompanhamento e avaliação em feiras, prospeções, visitas de importadores, campanhas de imagem e comunicação):

- Informação sobre os mercados, potenciais clientes e certames

- Presença assídua em certames nacionais de visibilidade internacional STONE/CONCRETA/TEKTÓNICA

- Organização integral e participação de PME em ações de promoção internacional:

- Missões empresariais Rússia e Argélia (2013)

- Projeto Conjunto “exportar Pedra com Valor” (2014/15) - 1 Feira Natural Stone Show, Reino Unido; 2 Missões Prospeção e 1 Missão Inversa, Mercado Marroquino - 28 participações, 15 empresas, 300 contactos

- Projeto Conjunto “PME–Pedra com Valor” (2015/16): 2 Feiras Marmomac, Itália; 1 Feira Stone, Polónia; 1 Feira TISE, EUA; 1 Missão Inversa, Alemanha - 32 participações, 11 empresas, 600 contactos

- Projeto Conjunto “Pedra E+” (2016/18): 2 Feiras TISE, EUA; 1 Missão Prospeção, EUA; 1 Feira Natural Stone Show, Reino Unido; 2 Feiras Marmomac, Itália; 1 Feira Stone+tec, Alemanha - 39 participações, 11 empresas, 1237 contactos

- Projeto Conjunto “Pedra E+2020” (2019/21): 2 Feiras TISE e 1 Missão Prospeção, EUA; 1 Feira Natural Stone Show, Reino Unido, 1 Feira Marmomac, Itália, 2 Missões virtuais Mercados Nórdicos e Europa Central – 66 participações; 24 empresas, 1688 contactos

- Marmomac 2022: 17 empresas

- Projetos SIAC Internacionalização (desde 2015)—ações de promoção no Dubai, Alemanha, Finlândia, EUA e Itália

As lições aprendidas mostram que o caminho é de, paulatinamente e de forma consistente, alargar a base exportadora e conquistar mercados, mantendo o relacionamento de confiança e parceria existente com as empresas (como se comprova pela fidelização ao longo dos diversos projetos), a par de novas angariações, que permite acompanhar a sua evolução e crescimento sólido mantendo foco em estratégias de promoção continuadas e persistentes.

A seleção dos mercados com as empresas tem vindo a centrar-se em abordagens aos mercados de proximidade, com histórico de parcerias comerciais e com potencial de crescimento para as exportações do setor (Marrocos e Argélia), com prestígio no panorama internacional e impulsionadores de negócios internacionais (Itália), mercados com alguma tradição mas com forte crescimento nas exportações do setor (Reino Unido) e, mais recentemente, mercados de oportunidade e em crescimento (EUA, Polónia, Alemanha e Finlândia)

Como resultado da auscultação realizada, aposta-se agora na diversificação de mercados-alvo, juntando novos destinos de oportunidade para o setor—Canadá, Emiratos Árabes Unidos, Suécia e restantes mercados nórdicos

Após articulação com a AICEP sobre o plano de ação conjunto (reuniões de 22 e 28/11/2022 e informação remetida em 29/11/2022 e 20/12/2022), definiu-se como mercados-alvo e principais motivações:

- Itália (Feira Marmomac), histórico de continuidade, com reconhecido prestígio e centralidade no panorama internacional é presença indispensável.

- Reino Unido (Feira Natural Stone Show), objetivo de consolidação de posições e aumento de quota (aposta global das rochas ornamentais à exceção das ardósias)

- EUA (Feira TISE), pelo potencial para consolidar contactos com clientes/importadores deste mercado de grande dimensão e crescer em quota de mercado (principalmente em produtos acabados de pedras naturais de cantaria ou construção e lousas) e por ser um mercado de oportunidade

- Alemanha (Feira Stone+Tec), objetivo de penetração num mercado cliente de oferta com forte componente de design (aposta global da rocha ornamental)

- Canadá (Feira StoneTech Canada), país dos G7, com crescimento na construção, é mercado de oportunidade com elevado poder de compra e preferência por produto acabado que liberta maiores margens (cliente maioritário de pedras naturais de cantaria ou construção)

- Emiratos Árabes Unidos (Feira The Big5), referência como placa giratória comercial para importantes mercados asiáticos, é cliente essencialmente de mármore, abertura ao calcário e algum granito, com elevado poder de compra e valorização de standards e design europeus. Para conhecimento do mercado e um primeiro contacto com prescritores, a ANIET promoveu em 2022 duas ações de networking neste certame (SIAC), estando agora reunidas as melhores condições para a participação coletiva das empresas na feira

- Suécia e restantes mercados nórdicos (1 Prospeção e 1 Inversa): historicamente com elevado poder de compra, são mercados que apresentam um significativo potencial de crescimento em segmentos de maior valor acrescentado. Pretende-se criar uma rede de contactos com prescritores (arquitetos, designers de interiores...) nesta região pelo seu papel decisivo na definição de projetos. As ações anteriormente encetadas na Finlândia (presença feira Finnbuild e ação de promoção) permitiram estabelecer pontos de contacto a explorar com as empresas

O projeto aposta também na promoção da inovação de marketing, contemplando novas estratégias de marketing digital e presença web para os segmentos de mercado online daqueles mercados como alavancagem do e-commerce e da transição digital nas empresas participantes.

Com a implementação deste projeto objetiva-se designadamente (indicadores adiante detalhados):

- Aumento da sua intensidade exportadora para 53,88%

- Realização de 1100 contactos comerciais

- Efetivação de pelo menos 50 negócios resultantes das ações

- Implementação de ferramentas digitais para os negócios os negócios online: 7

Balço e Demonstração de Resultados

Promotor ANIET:: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA

Origem Preenchimento Manual Dados disponíveis Fonte

Código IES MYF31FNPHZKE

Balço

DR

Rubrica 2021

ATIVO

Ativo não corrente	112.740,96
Ativos fixos tangíveis	91.743,98
Propriedades de investimento	20.996,98
Goodwill	0,00
Ativos intangíveis	0,00
Ativos biológicos	0,00
Participações financeiras - método da equivalência patrimonial	0,00
Participações financeiras - outros métodos	0,00
Acionistas/sócios	0,00
Outros ativos financeiros	0,00
Ativos por impostos diferidos	0,00
Investimentos financeiros	0,00
Ativo corrente	788.528,30
Inventários	0,00
Ativos biológicos	0,00
Clientes	189.015,32
Adiantamentos a fornecedores	0,00
Estado e outros entes públicos	0,00
Acionistas/sócios	0,00
Outras contas a receber	448.192,42
Diferimentos	0,00
Ativos financeiros detidos para negociação	0,00
Outros ativos financeiros	0,00
Ativos não correntes detidos para venda	0,00
Outros ativos correntes	0,00
Caixa e depósitos bancários	151.320,56
TOTAL DO ATIVO	901.269,26

Rubrica	2021
CAPITAL PRÓPRIO	
Capital realizado	130.197,02
Ações (quotas) próprias	0,00
Outros instrumentos de capital próprio	0,00
Prêmios de emissão	0,00
Reservas legais	0,00
Outras reservas	14.618,17
Resultados transitados	173.416,27
Ajustamentos em ativos financeiros	0,00
Excedentes de revalorização	0,00
Outras variações no capital próprio	0,00
Resultado líquido do período	2.011,99
Interesses minoritários	0,00
Dividendos antecipados	0,00
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO	320.243,45
PASSIVO	
Passivo não corrente	0,00
Provisões	0,00
Financiamentos obtidos	0,00
Responsabilidades por benefícios pós-emprego	0,00
Passivos por impostos diferidos	0,00
Outras contas a pagar	0,00
Passivo corrente	581.025,81
Fornecedores	247.809,70
Adiantamentos de clientes	0,00
Estado e outros entes públicos	24.527,13
Acionistas/sócios	0,00
Financiamentos obtidos	170.933,44
Outras contas a pagar	137.755,54
Diferimentos	0,00
Passivos financeiros detidos para negociação	0,00
Outros passivos financeiros	0,00
Passivos não correntes detidos para venda	0,00
Outros passivos correntes	0,00
TOTAL DO PASSIVO	581.025,81
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO + PASSIVO	901.269,26

Balanço e Demonstração de Resultados

Balanço	DR
Rubrica	2021
Vendas e serviços prestados	339.510,50
Subsídios à exploração	294.794,03
Ganhos/perdas imputados de subsidiárias, associadas a empreendimentos conjuntos	0,00
Variação nos inventários da produção	0,00
Trabalhos para a própria entidade	0,00
Custo das mercadorias vendidas e das matérias consumidas	0,00
Fornecimentos e serviços externos	591.266,48
Gastos com o pessoal	136.393,61
Imparidade de inventários (perdas/reversões)	0,00
Imparidade de dívidas a receber (perdas/reversões)	-440,40
Provisões (aumentos/reduções)	0,00
Imparidade de investimentos não depreciables/amortizáveis (perdas/reversões)	0,00
Outras imparidades (perdas/reversões) / Imparidades (perdas/reversões)	0,00
Aumentos/reduções de justo valor	0,00
Outros rendimentos e ganhos	150.550,71
Rendimentos suplementares	0,00
Outros	150.550,71
Outros gastos e perdas	49.428,33
Impostos indiretos	0,00
Outros	49.428,33
Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos	8.207,22
Gastos/reversões de depreciação e de amortização	1.881,52
Imparidade de Investimentos depreciables/amortizáveis (perdas/reversões)	0,00
Resultado operacional (antes de gastos de financiamento e impostos)	6.325,70
Juros e rendimentos similares obtidos	0,00
Juros e gastos similares suportados	4.313,71
Resultado antes de impostos	2.011,99
Imposto sobre o rendimento do período	0,00
Resultado líquido do período	2.011,99
Resultado das atividades descontinuadas (líquido de impostos) incluído no resultado líquido do período	0,00

Caracterização geral do projeto

Calendarização e investimento

Data início	2023-01-01	Ano pré-projeto	2021	Elegível	1.581.613,19
Data fim	2024-12-31	Ano pós-projeto	2025	Empresas	1.321.425,30
N.º meses	24,00			Promotor(es)	260.187,89

Fundamente de que forma o projeto contribui para os objetivos e prioridades do Aviso

O projeto, como preconizado pelo Aviso e em cumprimento do enquadramento legal aplicável, pretende contribuir para alavancar as exportações de valor nas PME da Pedra Natural Portuguesa e a sua notoriedade, alargar a sua base e capacidade exportadora e apoiar a presença em mais mercados e mais clientes, pelos canais tradicionais e por via da economia digital. Procura-se apoiar a consolidação de posições em mercados tradicionais, mas também encontrar novos mercados, emergentes ou de oportunidade.

Para tal é essencial o conhecimento sobre as mutações dos mercados e as tendências do consumo, ter visão da oferta da concorrência, acesso a prescritores e dialogar com fornecedores de tecnologias, pois aportam experiências, conhecimento e contactos essenciais para a modernização das organizações e melhoria das suas posições competitivas, desenhando novos canais para ir ao encontro da procura.

O plano de ação proposto responde a estas preocupações quer através da presença em feiras internacionais de referência, ações de prospeção e missões inversas com interlocutores de novos mercados quer através de novos canais de venda e de marketing digital internacional.

O plano de intervenção conjunta integra, de forma otimizada, soluções coerentes e comuns às dificuldades de acesso aos mercados externos das empresas participantes, contribuindo para reforçar a sua notoriedade pela dimensão da presença coordenada e pelas sinergias que proporciona. Pretende facilitar o conhecimento e acesso a esses mercados, novos processos de participação e de divulgação a nível internacional, incluindo novas abordagens do marketing-mix, práticas inovadoras de comunicação pela utilização de ferramentas de marketing digital para estabelecer contactos e alargar áreas de intervenção comercial e pelo estímulo a práticas de benchmarking, dentro e fora do setor, para acelerar processos de inovação de valorização dos recursos, incorporação tecnológica e de design como elementos diferenciadores nos mercados.

Ações a implementar

Descrição do projeto

Identificação e justificação das ações incluídas no projeto no quadro das empresas a envolver

O projeto é dirigido a PME do setor da Pedra Natural que exercem atividades de extração (pedreiras) e/ou transformação, produção e comercialização de massas minerais e depósitos minerais. Inclui ainda fabricantes de equipamentos para extração e transformação destes recursos naturais e atividades de aplicação/construção da pedra, que integram a sua cadeia de valor alargada, empresas que aportam benefícios à promoção conjunta e acrescentam sinergias à oferta nacional, que são valorizadas pelos mercados, sobretudo nos de maior poder económico.

O setor português é um dos principais players internacionais em volume (6º) e em valor (7º), pelo que grande parte das empresas tem presença nos mercados externos (ou procura ter), com graus de maturidade diferentes, que foram tidos em conta na conceção das ações a realizar.

O programa de intervenção iniciou-se com a auscultação às empresas, para análise das suas necessidades e desafios bem como às suas estratégias e grau de maturidade em processos de internacionalização, designadamente mercados, segmentos, processos de inovação em curso, canais de comercialização e experiência de promoção internacional. Para este processo contou também o histórico de iniciativas coletivas promovidas pela ANIET e a auscultação efetuada a profissionais e outros stakeholders ligados ao setor, e ainda entidades do sistema científico-tecnológico, como é o caso presente do Instituto da Construção (entidade ligada ao polo tecnológico da FEUP – Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto) através do suporte à inovação tecnológica e empresarial que irá fornecer.

Estes trabalhos permitiram detetar carências comuns nas empresas a intervencionar, sobre as quais se pretende agir, e que se prendem com:

- Necessidade de meios financeiros (LIQUIDEZ) para dar continuidade aos processos de internacionalização, essenciais num cenário pós pandémico, de restrições energéticas e abrandamento do crescimento económico mundial
- Desconhecimento do trabalho da CONCORRÊNCIA DIRETA dos players internacionais (designadamente dos mercados asiáticos) e dos OUTROS PRODUTOS DE REVESTIMENTO que imitam, à perfeição, o padrão estético dos materiais rochosos naturais e que estão a conquistar segmentos tradicionais da pedra
- Reduzidos níveis de práticas de INOVAÇÃO que sejam fator de DIFERENCIAÇÃO, pelo conhecimento sobre novos produtos e acabamentos, desenvolvimentos tecnológicos de extração, transformação e aplicação de pedra natural, em constante evolução
- Necessidade de aumentar a VISIBILIDADE da pedra natural portuguesa em certames de prestígio para desenvolver um posicionamento diferenciado e valioso (com benefícios de escala, sinergias e alianças estratégicas potenciadas pela participação conjunta)
- Falta de CONTACTOS em grandes mercados e/ou mercados emergentes com poder de compra e em rota de crescimento

-Necessidade de ALARGAR ÁREAS DE INTERVENÇÃO (base exportadora), pela exploração de mercados de oportunidades e de nichos

-Necessidade de penetrar em SEGMENTOS de mercado que VALORIZEM PRODUTOS DIFERENCIADOS, com elevada incorporação de design e tecnologia (prescritores como arquitetos, designers, entre outros, e importadores), que libertem margens superiores

-Falta de informação especializada sobre os mercados, evolução e posições no comércio setorial internacional, identificação de tendências e antevisão de oportunidades que orientem escolhas e aportem VISÃO ESTRATÉGICA

-Diminuta ação comercial em dinâmicas de MARKETING E COMUNICAÇÃO VIA DIGITAL para alcançar clientes rapidamente, de forma relevante, personalizada e mais eficaz

-Diminuta aposta em modelos de negócio em CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO ONLINE (num setor que praticamente só vende nos canais tradicionais), aproveitando a rota de crescimento mundial deste segmento e seu potencial no acesso quase instantâneo a mercados globais.

-Ausência de CENÁRIOS DE SUSTENTABILIDADE PELA DIGITALIZAÇÃO, que permitam aproveitar a oportunidade gerada pelo e-procurement baseado em BIM (Building Information Modelling) para o comércio internacional de produtos standard na Pedra Natural

-POSICIONAMENTO da Pedra Natural como mero fornecedor e não parceiro tecnológico e facilitador da gestão da informação ao nível da cadeia de abastecimento da Arquitetura Engenharia e Construção (AEC)

Perante estes desafios foi concebido um conjunto de atividades como respostas e soluções comuns às empresas participantes, numa abordagem abrangente, concertada e potenciadora de sinergias, para garantir reforço da sua presença internacional:

-Ações de promoção presencial, utilização de tecnologias para contacto online e ativação de ferramentas web para os canais digitais, e,

-Produção de informação, fomento de debate e reflexão a proporcionar em ações de suporte com impacte transversal e que contribuam para a sua capacitação para a internacionalização

Assim, o plano contempla:

-PRESENÇA EM FEIRAS INTERNACIONAIS DE REFERÊNCIA: que funcionam como plataforma e centro de negócios para o setor (Itália, incontornável, interesse generalizado das empresas em participar na Marmomac independentemente do grau de maturidade), em mercados de oportunidade e em crescimento já trabalhados para crescimento/consolidação de quota (ex: Estados Unidos, Alemanha, Reino Unido, com interesse crescente por parte das empresas), em mercados de oportunidade e não tradicionais para penetração e conquista de mercado (Canadá, Emiratos Árabes Unidos). Os certames foram cuidadosamente selecionados de modo a, para além da vertente de promoção comercial, garantirem às empresas (e também por isso é manifesto o seu interesse em integrar a comitiva) acesso às mais recentes tecnologias/desenvolvimentos da indústria essenciais à inovação da oferta nacional, a possibilidade de conhecerem o que oferece e como trabalha a concorrência direta internacional (estratégias de benchmarking), contactarem com os desafios da concorrência de produtos substitutos aí presentes e perceberem inclusivamente as tendências da procura

-REALIZAÇÃO DE MISSÕES DE PROSPEÇÃO (Suécia) e MISSÕES INVERSAS (Mercados Nórdicos) EM MERCADOS DE OPORTUNIDADE - em que se perspetivam oportunidades de penetração e abertura à oferta portuguesa, possibilitando o contacto direto com grupos específicos de prescritores e importadores relevantes

-PRESENÇA WEB EM MARKETPLACES/CRIAÇÃO DE LOJAS PRÓPRIAS ONLINE e desenvolvimento do plano correspondente de promoção: para impulsionar o surgimento de modelos de negócio para o digital (B2B ou B2C) contempla-se o apoio para adesão a plataforma internacional para promoção das empresas e dos seus produtos e a criação de lojas online próprias para venda direta

-Implementação de CAMPANHAS DE PROMOÇÃO DIGITAL: continuando a aposta no digital iniciada no projeto conjunto “Pedra E+2020”, mantém-se o enfoque em ultrapassar resistências endémicas das empresas e em conquistar uma maior maturidade digital. Para dinamizar a inovação do marketing serão realizadas ações digitais via estratégias de Social Media Marketing, Content Marketing, Search Engine Optimization e Display Advertising por garantirem melhor adesão, adequação aos requisitos de segmentos de consumo identificados nos mercados-alvo e resultados mais impactantes no target selecionado (arquitetos, projetistas, designers, decoradores, e também importadores e construtores) e, assim, maior probabilidade de manutenção futura da prática pelas empresas

-Conceção de CONTEÚDOS DIGITAIS: embora ainda não presentes no e-commerce, as empresas manifestaram a necessidade de acompanhar a rápida evolução da ação comercial e marketing no atual contexto, via meios promocionais em suporte digital (produção de vídeos institucionais e/ou de produtos/obras e catálogos) que lhes permitam dar resposta às solicitações de potenciais clientes que as contactam, para promoção em missões/feiras e para ações de sua própria iniciativa

-MATERIAL DE PROMOÇÃO físico: apesar de se estar a presenciar uma transição gradual para suportes promocionais digitais, a verdade é que os catálogos físicos ainda desempenham um importante papel na promoção de produtos e marcas no setor, motivo que justificou a integração desses suportes comerciais no âmbito do projeto

-Toda a estratégia de capacitação das PME, tendo em conta as suas dificuldades, é suportada por informação técnica relevante, consultoria especializada e ações de sensibilização, para garantir adequada PREPARAÇÃO PARA A PARTICIPAÇÃO NAS AÇÕES:

- .características dos mercados alvo, posições setoriais no comércio bilateral e oportunidades detetadas
- .conhecimento das tendências de mercado e do consumo orientam a inovação da oferta pelo design e incorporação tecnológica, cada vez mais valorizados pelos setores clientes do habitat, como a arquitetura, design e paisagismo.
- .boas práticas e casos de sucesso nacionais e internacionais de pares na transição para a economia digital que induzam as empresas a implementar nas suas organizações por replicação de modelos ou adequação de processos de transformação digital vigentes
- .desafios e impacto na internacionalização da Pedra Natural, cenários de sustentabilidade e recomendações às PME no contexto colaborativo do e-procurement baseado em BIM

-Finalmente, haverá momentos para a PARTILHA DE BOAS PRÁTICAS, DEBATE E DISCUSSÃO, de suporte à capacitação empresarial, pela importância que têm na criação de bases de conhecimento, mormente num contexto de transformação digital, e pelo seu potencial de indução de mudança de visão e postura das PME num ambiente de forte competição internacional a que têm de aprender a responder para incrementar negócios.

São estas as principais ações que contarão com adequado planeamento e preparação prévia, acompanhadas e apoiadas pela equipa técnica da ANIET e sempre que necessário com apoio de técnicos especializados, monitorizadas e avaliadas no decurso do projeto de modo a garantir o alcance dos resultados previstos e seu impacto nos processos de internacionalização das PME participantes.

Demonstrar a natureza incremental deste projeto (Ponto 6 do Aviso – Preencher apenas quando tenha candidaturas aprovadas no Aviso 10/SI/2021)

A ANIET não tem projetos aprovados ao abrigo do Aviso para Apresentação de Candidaturas n.º 10/SI/2021.

Lista das PME participantes

Características do projeto conjunto

Nº de Empresas envolvidas no projeto conjunto

Apresentado 24

Previsto 30

Identificação das PME participantes

Nº	NIF	Sigla	Nome	Amostra	Documento
1	502793520	PME 1	CONSTRUÇÕES PARDAIS - IRMÃOS MONTEIROS LDA	-	-
2	507073363	PME 2	TELMO DUARTE - COMÉRCIO DE PEDRAS NATURAIS, S.A.	-	-
3	501757295	PME 3	HÉLIO & MONTEIRO LDA	-	-
4	502125810	PME 4	PEDREIRA DE MONTARIOL, LDA	-	-
5	503057720	PME 5	MVC - MÁRMORES DE ALCobaça LDA	-	-
6	502681128	PME 6	OLIVEIRA RODRIGUES - GRANITOS DE PEDRAS SALGADAS LDA	-	-
7	505280035	GNT-GRANITOS DO NORTE.LDA	GNT - GRANITOS DO NORTE LDA	-	-
8	501995900	PME 8	NITAL-GRANITO NATURAL LDA	-	-
9	504277383	PME 9	FRAVIZEL - EQUIPAMENTOS METALOMECAÑICOS, S.A.	-	-
10	504441833	PME 10	GRA 2003 - GRANITOS E MÁRMORES LDA	-	-
11	505632012	PME 11	SÓ CUBOS - GRANITOS, UNIPessoAL LDA	-	-
12	503310867	FR	FRAZÃO - ROCHAS, S.A.	-	-
13	515618160	SP	SPECIAL PROBABLY LDA	-	-
14	502862521	COREMAQ	COREMAQ - COMÉRCIO E REPARAÇÃO DE MÁQUINAS, S.A.	S	OK
15	506668894	PME 15	VALSTONE - COMÉRCIO DE CALCÁRIOS LDA	-	-
16	501049827	PME 16	MARMOGUIA-MÁRMORES E CANTARIAS LDA	-	-
17	500959544	DP	DIMPOMAR - ROCHAS PORTUGUESAS, LIMITADA	-	-
18	501623655	Fafstone	FERNANDO ALMEIDA & FILHOS LDA	S	OK
19	501319344	PME 19	MOCAMAR-MÁRMORES DE ALCANEDE, LIMITADA	-	-
20	503187526	PME 20	NATSTONE, S.A.	-	-
21	505364344	PME 21	PREGO & FERNANDES, EXTRACÇÃO DE PEDRA LDA	-	-
22	502214244	PME 22	TRANSGRANITOS - MÁRMORES E GRANITOS DO ALTO TÂMEGA LDA	S	OK
23	505458365	REGO	REGO, UNIPessoAL LDA	-	-
24	504039466	PME 24	GRANISELREAL - SOCIEDADE DE COMERCIALIZAÇÃO DE PEDRAS NATURAIS LDA	-	-

Dados das PME participantes

Dados das PME

NIF	502793520		
Nome	CONSTRUÇÕES PARDAIS - IRMÃOS MONTEIROS LDA		
Morada	Estrada da Zona Industrial, nº 235		
Cód. Postal	4575-060	ALPENDURADA E MATOS	
Concelho	Marco de Canaveses	Freguesia	Alpendorada, Várzea e Torrão
Telefone	255611682	E-mail	geral@pardaisgranites.com
URL			
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	500.040,00
Data de constituição	1992-05-04	Data de início de atividade	1992-05-05
Dimensão	Média Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
23703	Fabricação de artigos de granito e de rochas, n.e.	80,00
41200	Construção de edifícios (residenciais e não residenciais)	10,00
08112	Extracção de granito ornamental e rochas similares	5,00
42110	Construção de estradas e pistas de aeroportos	5,00

Localização

Designação	SEDE				
Concelho	Marco de Canaveses	Freguesia	Alpendorada, Várzea e Torrão		
A empresa tem um estabelecimento nesse concelho?		Sim	☐	Não	☐
A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento?		Sim	☐	Não	☐
Justificação de localização diferente					

CAE

23703	Fabricação de artigos de granito e de rochas, n.e.
CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?	
Justificação de CAE diferente	

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2021	8.636.507,66	2.295.935,71
Pós-projeto	2025	9.250.000,00	3.000.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2022-12-20 Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

NIF	507073363		
Nome	TELMO DUARTE - COMÉRCIO DE PEDRAS NATURAIS, S.A.		
Morada	Rua Principal, s/n, Chã		
Cód. Postal	2495-354	FÁTIMA	
Concelho	Ourém	Freguesia	Fátima
Telefone	249534965	E-mail	info@telmoduarte.com
URL			
Natureza jurídica	Sociedade Anónima	Capital Social	500.000,00
Data de constituição	2004-08-30	Data de início de atividade	2004-08-30
Dimensão	Média Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
23701	Fabricação de artigos de mármore e de rochas similares	99,00
08113	Extracção de calcário e cré	1,00

Localização

Designação	SEDE		
Concelho	Ourém	Freguesia	Fátima

A empresa tem um estabelecimento nesse concelho? Sim ☐ Não ☐

A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento? Sim ☐ Não ☐

Justificação de localização diferente

CAE

23701	Fabricação de artigos de mármore e de rochas similares
------------------------------------	---

CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?

Justificação de CAE diferente

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2021	14.211.791,87	11.414.642,74
Pós-projeto	2025	16.451.925,56	11.985.374,88

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

NIF	501757295		
Nome	HÉLIO & MONTEIRO LDA		
Morada	Rua do Monte, nº 6		
Cód. Postal	4575-034	ALPENDURADA E MATOS	
Concelho	Marco de Canaveses	Freguesia	Alpendorada, Várzea e Torrão
Telefone	255615452	E-mail	geral@helioemonteiro.pt
URL	http://www.helioemonteiro.pt		
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	200.000,00
Data de constituição	1986-11-24	Data de início de atividade	1987-01-02
Dimensão	Pequena Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
23703	Fabricação de artigos de granito e de rochas, n.e.	93,00
47112	Comércio a retalho em outros estabelecimentos não especializados, com predominância de produtos alimentares, bebidas ou tabaco	7,00

Localização

Designação	SEDE				
Concelho	Marco de Canaveses	Freguesia	Alpendorada, Várzea e Torrão		
A empresa tem um estabelecimento nesse concelho?		Sim	☐	Não	☐
A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento?		Sim	☐	Não	☐
Justificação de localização diferente					

CAE

23703	Fabricação de artigos de granito e de rochas, n.e.
CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?	
Justificação de CAE diferente	

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2021	1.710.712,88	897.179,88
Pós-projeto	2025	2.050.000,00	1.070.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo	2022-12-19	Amostra	☐
----------------	---	---------	--------------------------

Dados das PME participantes

Dados das PME

NIF	502125810		
Nome	PEDREIRA DE MONTARIOL, LDA		
Morada	Rua Lopes Gonçalves, nº 1		
Cód. Postal	4700-227	BRAGA	
Concelho	Braga	Freguesia	União das freguesias de Celeirós, Aveleda e Vimieiro
Telefone	253626464	E-mail	rosaribeiro@jcgroup.pt
URL			
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	199.519,16
Data de constituição	1988-12-22	Data de início de atividade	1989-02-01
Dimensão	Média Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
08112	Extracção de granito ornamental e rochas similares	100,00

Localização

Designação	SEDE				
Concelho	Braga	Freguesia	União das freguesias de Celeirós, Aveleda e Vimieiro		
A empresa tem um estabelecimento nesse concelho?		Sim	☐	Não	☐
A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento?		Sim	☐	Não	☐
Justificação de localização diferente					

CAE

08112	Extracção de granito ornamental e rochas similares
CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?	
Justificação de CAE diferente	

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2021	1.073.721,03	58.156,50
Pós-projeto	2025	3.000.000,00	300.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo	2022-12-20	Amostra	☐
----------------	---	---------	--------------------------

Dados das PME participantes

Dados das PME

NIF	503057720		
Nome	MVC - MÁRMORES DE ALCobaça LDA		
Morada	ATAÍJA DE CIMA		
Cód. Postal	2460-713	ALJUBARROTA (SÃO VICENTE)	
Concelho	Alcobaça	Freguesia	Aljubarrota
Telefone	262505060	E-mail	alexandre@mvc.pt
URL	http://www.mvc.pt		
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	500.000,00
Data de constituição	1993-09-01	Data de início de atividade	1993-09-06
Dimensão	Pequena Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
23701	Fabricação de artigos de mármore e de rochas similares	100,00

Localização

Designação	SEDE				
Concelho	Alcobaça	Freguesia	Aljubarrota		
A empresa tem um estabelecimento nesse concelho?		Sim	☐	Não	☐
A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento?		Sim	☐	Não	☐
Justificação de localização diferente					

CAE

23701	Fabricação de artigos de mármore e de rochas similares
CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?	
Justificação de CAE diferente	

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2021	2.814.426,33	2.104.387,69
Pós-projeto	2025	3.940.196,86	3.051.362,15

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo	2022-12-21	Amostra	☐
----------------	---	---------	--------------------------

Dados das PME participantes

Dados das PME

NIF	502681128		
Nome	OLIVEIRA RODRIGUES - GRANITOS DE PEDRAS SALGADAS LDA		
Morada	PEDRAS SALGADAS		
Cód. Postal	5450-156	BORNES DE AGUIAR	
Concelho	Vila Pouca de Aguiar	Freguesia	Bornes de Aguiar
Telefone	259434106	E-mail	geral@or-granitos.com
URL			
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	175.000,00
Data de constituição	1992-01-03	Data de início de atividade	1992-01-06
Dimensão	Pequena Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
08112	Extracção de granito ornamental e rochas similares	65,00
23703	Fabricação de artigos de granito e de rochas, n.e.	34,00
08121	Extracção de saibro, areia e pedra britada	1,00

Localização

Designação	SEDE		
Concelho	Vila Pouca de Aguiar	Freguesia	Bornes de Aguiar

A empresa tem um estabelecimento nesse concelho? Sim ☐ Não ☐

A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento? Sim ☐ Não ☐

Justificação de localização diferente

CAE

08112	Extracção de granito ornamental e rochas similares
------------------------------------	---

CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?

Justificação de CAE diferente

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2021	2.559.471,21	1.157.506,41
Pós-projeto	2025	3.500.000,00	1.200.000,00

Dados das PME participantes

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo

Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

NIF	505280035		
Nome	GNT - GRANITOS DO NORTE LDA		
Morada	Avenida Principal nº. 1115		
Cód. Postal	4625-070	FAVÕES	
Concelho	Marco de Canaveses	Freguesia	Bem Viver
Telefone	255588770	E-mail	fernanda.melo@granitosdonorte.com
URL	http://www.granitosdonorte.com		
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	1.130.000,00
Data de constituição	2001-01-23	Data de início de atividade	2001-02-01
Dimensão	Média Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
23703	Fabricação de artigos de granito e de rochas, n.e.	70,00
08112	Extracção de granito ornamental e rochas similares	15,00
41200	Construção de edifícios (residenciais e não residenciais)	12,00
43110	Demolição	1,00
43120	Preparação dos locais de construção	1,00
35113	Produção de electricidade de origem eólica, geotérmica, solar e de origem, n.e.	1,00

Localização

Designação	SEDE		
Concelho	Marco de Canaveses	Freguesia	Bem Viver

A empresa tem um estabelecimento nesse concelho? Sim ☐ Não ☐

A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento? Sim ☐ Não ☐

Justificação de localização diferente

CAE

23703	Fabricação de artigos de granito e de rochas, n.e.
------------------------------------	---

CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?

Justificação de CAE diferente

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2021	5.409.092,24	2.845.355,27
Pós-projeto	2025	7.000.000,00	4.200.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2022-12-27 Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

NIF	501995900		
Nome	NITAL-GRANITO NATURAL LDA		
Morada	Rua das Pedreiras, s/n		
Cód. Postal	4800-440	GONDOMAR GMR	
Concelho	Guimarães	Freguesia	União das freguesias de Souto Santa Maria, Souto São Salvador e Gondomar
Telefone	253478360	E-mail	joaorodrigues@gaciave.com
URL			
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	74.819,67
Data de constituição	1988-03-25	Data de início de atividade	1998-06-19
Dimensão	Pequena Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
08112	Extracção de granito ornamental e rochas similares	90,00
46732	Comércio por grosso de materiais de construção (excepto madeira) e equipamento sanitário	8,00
23703	Fabricação de artigos de granito e de rochas, n.e.	2,00

Localização

Designação	SEDE		
Concelho	Guimarães	Freguesia	União das freguesias de Souto Santa Maria, Souto São Salvador e Gondomar

A empresa tem um estabelecimento nesse concelho? Sim ☐ Não ☐

A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento? Sim ☐ Não ☐

Justificação de localização diferente

CAE

08112	Extracção de granito ornamental e rochas similares
------------------------------------	---

CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?

Justificação de CAE diferente

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2021	973.923,96	527.584,33
Pós-projeto	2025	1.200.000,00	650.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2022-12-21 Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

NIF	504277383		
Nome	FRAVIZEL - EQUIPAMENTOS METALOMECÂNICOS, S.A.		
Morada	Pé da Pedreira		
Cód. Postal	2025-161	ALCANEDE	
Concelho	Santarém	Freguesia	Alcanede
Telefone	243409220	E-mail	tiago.sousa@fravizel.com
URL	http://www.fravizel.pt		
Natureza jurídica	Sociedade Anónima	Capital Social	750.000,00
Data de constituição	1998-11-16	Data de início de atividade	1998-11-16
Dimensão	Média Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
28920	Fabricação de máquinas para as indústrias extractivas e para a construção	93,00
33120	Reparação e manutenção de máquinas e equipamentos	6,00
28300	Fabricação de máquinas e de tractores para a agricultura, pecuária e silvicultura	1,00

Localização

Designação	SEDE		
Concelho	Santarém	Freguesia	Alcanede

A empresa tem um estabelecimento nesse concelho? Sim ☐ Não ☐

A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento? Sim ☐ Não ☐

Justificação de localização diferente

CAE

28920	Fabricação de máquinas para as indústrias extractivas e para a construção
------------------------------------	--

CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?

Justificação de CAE diferente

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2021	10.845.631,75	1.856.091,03
Pós-projeto	2025	15.000.000,00	5.000.000,00

Dados das PME participantes

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo

Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

NIF	504441833		
Nome	GRA 2003 - GRANITOS E MÁRMORES LDA		
Morada	Rua de Tapados, nº 905		
Cód. Postal	4575-051	ALPENDURADA E MATOS	
Concelho	Marco de Canaveses	Freguesia	Alpendorada, Várzea e Torrão
Telefone	255611741	E-mail	geral@gra2003.pt
URL	https://gra2003.pt/pt/		
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	249.398,95
Data de constituição	1999-02-05	Data de início de atividade	1999-02-05
Dimensão	Pequena Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
23703	Fabricação de artigos de granito e de rochas, n.e.	99,00
23701	Fabricação de artigos de mármore e de rochas similares	1,00

Localização

Designação	SEDE		
Concelho	Marco de Canaveses	Freguesia	Alpendorada, Várzea e Torrão

A empresa tem um estabelecimento nesse concelho? Sim ☐ Não ☐

A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento? Sim ☐ Não ☐

Justificação de localização diferente

CAE

23703	Fabricação de artigos de granito e de rochas, n.e.
------------------------------------	---

CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?

Justificação de CAE diferente

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2021	2.273.655,63	1.148.896,02
Pós-projeto	2025	2.950.000,00	1.500.200,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

NIF	505632012		
Nome	SÓ CUBOS - GRANITOS, UNIPessoal LDA		
Morada	Rua de S. João Baptista 2371 Airão S. João Batipta		
Cód. Postal	4805-494	SÃO JOÃO BAPTISTA AIRÃO	
Concelho	Guimarães	Freguesia	União das freguesias de Airão Santa Maria, Airão São João e Vermil
Telefone	252997720	E-mail	socubosgranitos@hotmail.com
URL			
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	100.000,00
Data de constituição	2001-09-05	Data de início de atividade	2001-09-05
Dimensão	Pequena Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
23703	Fabricação de artigos de granito e de rochas, n.e.	80,00
41200	Construção de edifícios (residenciais e não residenciais)	10,00
42990	Construção de outras obras de engenharia civil, n.e.	10,00

Localização

Designação	SEDE		
Concelho	Guimarães	Freguesia	União das freguesias de Airão Santa Maria, Airão São João e Vermil

A empresa tem um estabelecimento nesse concelho? Sim ☐ Não ☐

A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento? Sim ☐ Não ☐

Justificação de localização diferente

CAE

23703	Fabricação de artigos de granito e de rochas, n.e.
------------------------------------	---

CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?

Justificação de CAE diferente

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2021	1.076.653,81	166.563,00
Pós-projeto	2025	1.399.649,95	201.600,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2022-12-28 Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

NIF	503310867		
Nome	FRAZÃO - ROCHAS, S.A.		
Morada	ALCANEDE		
Cód. Postal	2025-161	ALCANEDE	
Concelho	Santarém	Freguesia	Alcanede
Telefone	243400598	E-mail	frazao-rochas@grupofrazao.com
URL	http://www.frazao-rochas.com		
Natureza jurídica	Sociedade Anónima	Capital Social	500.000,00
Data de constituição	1994-11-15	Data de início de atividade	1995-01-01
Dimensão	Pequena Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
23701	Fabricação de artigos de mármore e de rochas similares	100,00

Localização

Designação	SEDE				
Concelho	Santarém	Freguesia	Alcanede		
A empresa tem um estabelecimento nesse concelho?		Sim	☐	Não	☐
A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento?		Sim	☐	Não	☐
Justificação de localização diferente					

CAE

23701	Fabricação de artigos de mármore e de rochas similares
CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?	
Justificação de CAE diferente	

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2021	1.012.336,21	321.744,22
Pós-projeto	2025	1.113.569,83	353.918,64

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo	2022-12-19	Amostra	☐
----------------	---	---------	--------------------------

Dados das PME participantes

Dados das PME

NIF	515618160		
Nome	SPECIAL PROBABLY LDA		
Morada	Avenida Beato Nuno, 370, B2, 1.º Esq		
Cód. Postal	2495-401	FÁTIMA	
Concelho	Ourém	Freguesia	Fátima
Telefone	918137833	E-mail	ricardo@specialprobably.com
URL	http://www.specialprobably.com		
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	358.500,00
Data de constituição	2019-09-04	Data de início de atividade	2019-09-05
Dimensão	Micro Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
08113	Extracção de calcário e cré	40,00
46732	Comércio por grosso de materiais de construção (excepto madeira) e equipamento sanitário	1,00
08111	Extracção de mármore e outras rochas carbonatadas	35,00
47410	Comércio a retalho de computadores, unidades periféricas e programas informáticos, em estabelecimentos especializados	1,00
62090	Outras actividades relacionadas com as tecnologias da informação e informática	1,00
33140	Reparação e manutenção de equipamento eléctrico	1,00
62010	Actividades de programação informática	1,00
62020	Actividades de consultoria em informática	1,00
70220	Outras actividades de consultoria para os negócios e a gestão	1,00
43210	Instalação eléctrica	1,00
80200	Actividades relacionadas com sistemas de segurança	1,00
74100	Actividades de design	1,00
46421	Comércio por grosso de vestuário e de acessórios	1,00
33120	Reparação e manutenção de máquinas e equipamentos	1,00
33200	Instalação de máquinas e de equipamentos industriais	1,00
46630	Comércio por grosso de máquinas para a indústria extractiva, construção e engenharia civil	1,00
46120	Agentes do comércio por grosso de combustíveis, minérios, metais e de produtos químicos para a indústria	1,00
23701	Fabricação de artigos de mármore e de rochas similares	5,00
23703	Fabricação de artigos de granito e de rochas, n.e.	5,00

Dados das PME participantes

Localização

Designação

Concelho

Freguesia

A empresa tem um estabelecimento nesse concelho? Sim ☐ Não ☐

A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento? Sim ☐ Não ☐

Justificação de localização diferente

CAE

CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?

Justificação de CAE diferente

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2021	1.568.717,37	1.391.731,33
Pós-projeto	2025	2.196.204,32	1.878.837,30

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo

Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

NIF	502862521		
Nome	COREMAQ - COMÉRCIO E REPARAÇÃO DE MÁQUINAS, S.A.		
Morada	Pé da Pedreira		
Cód. Postal	2025-161	ALCANEDE	
Concelho	Santarém	Freguesia	Alcanede
Telefone	243409020	E-mail	geral@coremaq.pt
URL	http://coremaq.pt/		
Natureza jurídica	Sociedade Anónima	Capital Social	510.000,00
Data de constituição	1992-10-08	Data de início de atividade	1992-10-08
Dimensão	Média Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
33120	Reparação e manutenção de máquinas e equipamentos	79,00
46630	Comércio por grosso de máquinas para a indústria extractiva, construção e engenharia civil	21,00

Localização

Designação	SEDE		
Concelho	Santarém	Freguesia	Alcanede

A empresa tem um estabelecimento nesse concelho? Sim ☐ Não ☐

A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento? Sim ☐ Não ☐

Justificação de localização diferente

CAE

33120	Reparação e manutenção de máquinas e equipamentos
------------------------------------	--

CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?

Justificação de CAE diferente

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2021	2.218.796,22	483.664,40
Pós-projeto	2025	2.000.000,00	400.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo Amostra ☒

Dados das PME participantes

Dados das PME

NIF	506668894		
Nome	VALSTONE - COMÉRCIO DE CALCÁRIOS LDA		
Morada	R DOS BARREIROS-MENDIGA		
Cód. Postal	2480-215	MENDIGA	
Concelho	Porto de Mós	Freguesia	União das freguesias de Arrimal e Mendiga
Telefone	966910680	E-mail	comercial@valstone.pt
URL			
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	50.000,00
Data de constituição	2003-08-22	Data de início de atividade	2003-08-22
Dimensão	Micro Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
46732	Comércio por grosso de materiais de construção (excepto madeira) e equipamento sanitário	95,00
23701	Fabricação de artigos de mármore e de rochas similares	2,00
49410	Transportes rodoviários de mercadorias	3,00

Localização

Designação	SEDE		
Concelho	Porto de Mós	Freguesia	União das freguesias de Arrimal e Mendiga

A empresa tem um estabelecimento nesse concelho? Sim ☐ Não ☐

A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento? Sim ☐ Não ☐

Justificação de localização diferente

CAE

46732	Comércio por grosso de materiais de construção (excepto madeira) e equipamento sanitário
------------------------------------	---

CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?

Justificação de CAE diferente

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2021	576.378,48	0,00
Pós-projeto	2025	800.000,00	100.000,00

Dados das PME participantes

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo

Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

NIF	501049827		
Nome	MARMOGUIA-MARMORES E CANTARIAS LDA		
Morada	PAREDES DO BAIRRO		
Cód. Postal	3780-611	PAREDES DO BAIRRO	
Concelho	Anadia	Freguesia	União das freguesias de Amoreira da Gândara, Paredes do Bairro e Ancas
Telefone	231528130	E-mail	carla.ribeiro@marmoguia.pt
URL	http://www.marmoguia.pt		
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	300.000,00
Data de constituição	1980-03-14	Data de início de atividade	1980-03-14
Dimensão	Pequena Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
23701	Fabricação de artigos de mármore e de rochas similares	100,00

Localização

Designação	SEDE		
Concelho	Anadia	Freguesia	União das freguesias de Amoreira da Gândara, Paredes do Bairro e Ancas

A empresa tem um estabelecimento nesse concelho? Sim ☐ Não ☐

A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento? Sim ☐ Não ☐

Justificação de localização diferente

CAE

23701	Fabricação de artigos de mármore e de rochas similares
------------------------------------	---

CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?

Justificação de CAE diferente

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2021	637.321,97	408.429,52
Pós-projeto	2025	1.000.000,00	800.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

NIF	500959544		
Nome	DIMPOMAR - ROCHAS PORTUGUESAS, LIMITADA		
Morada	Herdade da Vigária		
Cód. Postal	7160-062	BENCATEL	
Concelho	Vila Viçosa	Freguesia	Bencatel
Telefone	268408128	E-mail	dimpomar@dimpomar.com
URL	http://www.dimpomar.com		
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	99.759,58
Data de constituição	1980-01-21	Data de início de atividade	1980-03-25
Dimensão	Média Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
23701	Fabricação de artigos de mármore e de rochas similares	100,00

Localização

Designação	SEDE				
Concelho	Vila Viçosa	Freguesia	Bencatel		
A empresa tem um estabelecimento nesse concelho?		Sim	☐	Não	☐
A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento?		Sim	☐	Não	☐
Justificação de localização diferente					

CAE

23701	Fabricação de artigos de mármore e de rochas similares
CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?	
Justificação de CAE diferente	

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2021	4.907.457,93	3.638.631,61
Pós-projeto	2025	5.800.000,00	4.350.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo	2022-12-22	Amostra	☐
----------------	---	---------	--------------------------

Dados das PME participantes

Dados das PME

NIF	501623655		
Nome	FERNANDO ALMEIDA & FILHOS LDA		
Morada	Rua Barca da Seara, nº. 668		
Cód. Postal	4625-141	MAGRELOS	
Concelho	Marco de Canaveses	Freguesia	Bem Viver
Telefone	255582042	E-mail	facontabilidade@sapo.pt
URL	http://fafstone.pt		
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	2.500.000,00
Data de constituição	1985-12-10	Data de início de atividade	1986-03-26
Dimensão	Média Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
23703	Fabricação de artigos de granito e de rochas, n.e.	36,00
47523	Comércio a retalho de material de bricolage, equipamento sanitário, ladrilhos e materiais similares, em estabelecimentos especializados	30,00
42910	Engenharia hidráulica	1,00
08112	Extracção de granito ornamental e rochas similares	15,00
42110	Construção de estradas e pistas de aeroportos	1,00
23630	Fabricação de betão pronto	15,00
77320	Aluguer de máquinas e equipamentos para a construção e engenharia civil	1,00
08121	Extracção de saibro, areia e pedra britada	1,00

Localização

Designação	SEDE				
Concelho	Marco de Canaveses	Freguesia	Bem Viver		
A empresa tem um estabelecimento nesse concelho?		Sim	☐	Não	☐
A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento?		Sim	☐	Não	☐
Justificação de localização diferente					

CAE

23703	Fabricação de artigos de granito e de rochas, n.e.
CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?	

Dados das PME participantes

Justificação de CAE diferente

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2021	13.507.722,92	7.836.218,62
Pós-projeto	2025	16.209.267,50	9.055.378,79

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2022-12-23

Amostra ☒

Dados das PME participantes

Dados das PME

NIF	501319344		
Nome	MOCAMAR-MÁRMORES DE ALCANEDE, LIMITADA		
Morada	Pé da Pedreira, r/c		
Cód. Postal	2025-161	ALCANEDE	
Concelho	Santarém	Freguesia	Alcanede
Telefone	243400687	E-mail	saulgomes@mocamar.com.pt
URL	http://www.mocamar.com.pt		
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	124.699,47
Data de constituição	1982-06-29	Data de início de atividade	1982-06-29
Dimensão	Pequena Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
23701	Fabricação de artigos de mármore e de rochas similares	60,00
23703	Fabricação de artigos de granito e de rochas, n.e.	10,00
08111	Extração de mármore e outras rochas carbonatadas	30,00

Localização

Designação	SEDE		
Concelho	Santarém	Freguesia	Alcanede

A empresa tem um estabelecimento nesse concelho? Sim ☐ Não ☐

A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento? Sim ☐ Não ☐

Justificação de localização diferente

CAE

23701	Fabricação de artigos de mármore e de rochas similares
------------------------------------	---

CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?

Justificação de CAE diferente

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2021	1.527.378,41	906.580,93
Pós-projeto	2025	2.500.000,00	2.300.000,00

Dados das PME participantes

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo

Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

NIF	503187526		
Nome	NATSTONE, S.A.		
Morada	ZONA INDUSTRIAL DE RIO MAIOR		
Cód. Postal	2040-357	RIO MAIOR	
Concelho	Rio Maior	Freguesia	Rio Maior
Telefone	243999030	E-mail	geral@natstone.pt
URL	http://www.natstone.pt		
Natureza jurídica	Sociedade Anónima	Capital Social	1.000.000,00
Data de constituição	1994-04-03	Data de início de atividade	1994-04-03
Dimensão	Pequena Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
23701	Fabricação de artigos de mármore e de rochas similares	95,00
08111	Extracção de mármore e outras rochas carbonatadas	1,00
41200	Construção de edifícios (residenciais e não residenciais)	1,00
68100	Compra e venda de bens imobiliários	3,00

Localização

Designação	SEDE				
Concelho	Rio Maior	Freguesia	Rio Maior		
A empresa tem um estabelecimento nesse concelho?		Sim	☐	Não	☐
A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento?		Sim	☐	Não	☐
Justificação de localização diferente					

CAE

23701	Fabricação de artigos de mármore e de rochas similares
CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?	
Justificação de CAE diferente	

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2021	3.481.146,54	2.906.131,83
Pós-projeto	2025	4.525.490,50	3.632.664,79

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2022-12-29 Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

NIF	505364344		
Nome	PREGO & FERNANDES, EXTRACÇÃO DE PEDRA LDA		
Morada	SABADÃO		
Cód. Postal	4990-256	PONTE DE LIMA	
Concelho	Ponte de Lima	Freguesia	Arcozelo
Telefone	258944254	E-mail	geral@pregoferndes.pt
URL	http://www.pregoferndes.pt		
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	75.000,00
Data de constituição	2001-03-26	Data de início de atividade	2001-04-01
Dimensão	Pequena Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
23703	Fabricação de artigos de granito e de rochas, n.e.	96,00
43992	Outras actividades especializadas de construção diversas, n.e.	1,00
77320	Aluguer de máquinas e equipamentos para a construção e engenharia civil	1,00
08112	Extracção de granito ornamental e rochas similares	1,00
08121	Extracção de saibro, areia e pedra britada	1,00

Localização

Designação	SEDE				
Concelho	Ponte de Lima	Freguesia	Arcozelo		
A empresa tem um estabelecimento nesse concelho?		Sim	☐	Não	☐
A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento?		Sim	☐	Não	☐
Justificação de localização diferente					

CAE

23703	Fabricação de artigos de granito e de rochas, n.e.
CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?	
Justificação de CAE diferente	

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2021	2.277.807,69	1.034.105,02
Pós-projeto	2025	2.505.588,46	1.447.747,03

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2022-12-29 Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

NIF	502214244		
Nome	TRANSGRANITOS - MÁRMORES E GRANITOS DO ALTO TÂMEGA LDA		
Morada	FABRICA DA TRANSGRANITOS-APARTADO 26-TELÕES		
Cód. Postal	5450-280	TELÕES VPA	
Concelho	Vila Pouca de Aguiar	Freguesia	Alfarela de Jales
Telefone	259469346	E-mail	lbc@sapo.pt
URL			
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	1.000.000,00
Data de constituição	1989-07-05	Data de início de atividade	1989-07-05
Dimensão	Pequena Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
23703	Fabricação de artigos de granito e de rochas, n.e.	80,00
23701	Fabricação de artigos de mármore e de rochas similares	18,00
68100	Compra e venda de bens imobiliários	1,00
08112	Extracção de granito ornamental e rochas similares	1,00

Localização

Designação	SEDE				
Concelho	Vila Pouca de Aguiar	Freguesia	Alfarela de Jales		
A empresa tem um estabelecimento nesse concelho?		Sim	☐	Não	☐
A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento?		Sim	☐	Não	☐
Justificação de localização diferente					

CAE

23703	Fabricação de artigos de granito e de rochas, n.e.
CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?	
Justificação de CAE diferente	

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2021	5.190.628,00	3.235.470,00
Pós-projeto	2025	7.500.000,00	4.500.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2022-12-29 Amostra ☒

Dados das PME participantes

Dados das PME

NIF	505458365		
Nome	REGO, UNIPessoal LDA		
Morada	ZONA INDUSTRIAL FONTISCOS LT 1		
Cód. Postal	4780-470	SANTO TIRSO	
Concelho	Santo Tirso	Freguesia	União das freguesias de Santo Tirso, Couto (Santa Cristina e São Miguel) e Burgães
Telefone	252850434	E-mail	geral@rego-lda.com
URL			
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	200.000,00
Data de constituição	2001-09-25	Data de início de atividade	2001-10-01
Dimensão	Pequena Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
28920	Fabricação de máquinas para as indústrias extractivas e para a construção	100,00

Localização

Designação	SEDE		
Concelho	Santo Tirso	Freguesia	União das freguesias de Santo Tirso, Couto (Santa Cristina e São Miguel) e Burgães

A empresa tem um estabelecimento nesse concelho? Sim ☐ Não ☐

A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento? Sim ☐ Não ☐

Justificação de localização diferente

CAE

28920	Fabricação de máquinas para as indústrias extractivas e para a construção
------------------------------------	--

CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?

Justificação de CAE diferente

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2021	1.343.093,84	109.615,40
Pós-projeto	2025	1.477.403,22	300.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

NIF	504039466		
Nome	GRANISELREAL - SOCIEDADE DE COMERCIALIZAÇÃO DE PEDRAS NATURAIS LDA		
Morada	Rua da Richeira, nº 78, Lugar da Timpeira, Mosteirô		
Cód. Postal	5000-036	ANDRÃES	
Concelho	Vila Real	Freguesia	União das freguesias de Vila Real (Nossa Senhora da Conceição, São Pedro e São Dinis)
Telefone	259330600	E-mail	pedrasvreal@granisel.eu
URL			
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	150.000,00
Data de constituição	1997-10-09	Data de início de atividade	1997-10-09
Dimensão	Pequena Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
46732	Comércio por grosso de materiais de construção (excepto madeira) e equipamento sanitário	99,00
74900	Outras actividades de consultoria, científicas, técnicas e similares, n.e.	1,00

Localização

Designação	SEDE		
Concelho	Vila Real	Freguesia	União das freguesias de Vila Real (Nossa Senhora da Conceição, São Pedro e São Dinis)

A empresa tem um estabelecimento nesse concelho? Sim ☐ Não ☐

A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento? Sim ☐ Não ☐

Justificação de localização diferente

CAE

46732	Comércio por grosso de materiais de construção (excepto madeira) e equipamento sanitário
------------------------------------	---

CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?

Justificação de CAE diferente

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2021	3.220.544,88	1.416.148,40
Pós-projeto	2025	5.000.000,00	2.500.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2022-12-27 Amostra ☐

Crêterios de seleção das PME participantes

Crêterios de seleção e caracterização geral do perfil das PME participantes

Os cr terios de seleção adotados visam criar um grupo de empresas orientado para um mesmo objetivo de aumentar a presença nos mercados externos, através de ações coletivas de internacionalização que visem melhorar a imagem e visibilidade junto de potenciais clientes que, preferencialmente, valorizem a oferta de produtos/soluções com maior valor acrescentado.

Sob o ponto de vista de valorização da indústria extrativa e transformadora da pedra natural e reforço da imagem nos mercados, no processo de seleção são estabelecidos cr terios que assegurem uma intervenção coletiva homog nea e coerente e que poderão conduzir à seleção ou não das empresas que tenham manifestado o interesse em participar.

A avaliação tem em conta as experiências de vendas em alguns mercados externos, a organização interna, a capacidade de perceção sobre fatores imateriais de competitividade e as necessidades a colmatar para melhorar a gestão e dinamizar a a  o comercial. Assim é ponderado:

- Exercício de atividades relacionadas com o setor da Pedra Natural
- Existência de um gestor responsável que seja o interlocutor com a ANIET e entidades especializadas
- Conhecimento sobre as variáveis do negócio e abertura para dinamizar novos canais de distribuição, designadamente no online
- Solidez da estrutura financeira da empresa para suportar os custos da participação nos eventos e para prossecura  o dessa estratégia após projeto
- Organização interna capaz de dar resposta às solicitações decorrentes das iniciativas nos mercados externos (em dimensão ou em resposta tecnológica) e visão para dinamizar as sinergias alavancadas pela participação coletiva
- Disponibilidade e empenho para integrar as ações com os mercados externos (incluindo mercados não tradicionais) e nas dinâmicas complementares proporcionadas pelo projeto, afetando recursos/meios adequados   participação
- Produtos e serviços com elevado potencial de exportação para os mercados alvo, principalmente oferta diferenciadora (novos acabamentos, aplicações multifuncionais, com desenho técnico, que possam incorporar tecnologia, forte componente de design...) e serviços especializados relacionados
- Empenho na valorização da qualidade do serviço, da inovação organizativa e do marketing, e abertura a práticas de cooperação alargada (inter e intrasectorial e com entidades tecnológicas e ligadas à inovação)
- Grau de abertura a iniciativas que constituam novas formas de abordagem aos mercados, nomeadamente por via da utilização de ferramentas de marketing sofisticadas e da implementação de ferramentas e metodologias associados à Indústria 4.0 (ex: Data Templates para BIM)

- Capacidade para correr riscos, designadamente na abordagem a mercados ainda não trabalhados

As atividades de seleção integram, designadamente, visitas às empresas para observação direta das condições de laboração, entrevistas, inquéritos, auscultação telef nica e informação/esclarecimento aos empresários; em posterior análise e, em conjugac  o com as necessidades e oportunidades identificadas e coletivas, contribuem para a definição das ações. Estes trabalhos preveem o envolvimento da equipa do promotor e o apoio de consultores.

Em termos de condições de participação, e com vista   eventual participação no projeto, são aferidos pela ANIET e comprovados (ou assumidos, consoante o caso) pelas empresas o cumprimento os cr terios de elegibilidade previstos no artigo 13.  do Decreto-Lei n.  159/2014, assim como as condições específicas elencadas no Aviso n.  04/SI/2022.

No acordo de pr -adesão são estabelecidas, logo   partida para que adiram conscientemente e de forma responsável ao projeto, as obrigações solidárias e individuais a incorrer pela participação:

1. Preparar-se adequadamente para a participação nas ações do projeto
 2. Fornecer os elementos necessários ao acompanhamento da participação, designadamente inquéritos e pedidos de informação para avaliação da ação e seus resultados
 3. Apresentar os dados necessários   avaliação dos resultados e impacto do projeto (aumento do volume das exportações das PME), incluindo a resposta atempada aos inquéritos e entrevistas efetuadas no âmbito do projeto;
 4. Fornecer atempadamente as informações solicitadas pelo promotor e participar nas reuniões para que seja convocada.
- Dada a natureza dos apoios públicos a conceder, o não cumprimento das condições estabelecidas poderá colocar em causa a atribuição do incentivo correspondente."

Em situações omissas haverá recurso   legislação aplicável. São t mbem estabelecidos em pré-adesão os custos estimados e condições de pagamento da participação

Tendo em conta o perfil das empresas já com pr -adesão:

- cerca de 29% dedicam-se   fabricação de artigos de granito e de rochas-CAE 23703
 - as restantes repartem-se por atividades ligadas à fabricação de artigos de mármore e de rochas similares-CAE 23701,   fabricação de artigos em ardósia-CAE 23702,   extração de granito ornamental e rochas similares-CAE 08112,   extração de saibro, areia e pedra britada-CAE 08121,   fabricação de máquinas para as indústrias extrativas e para a construção-CAE 28920, ao comércio por grosso de combustíveis, minérios, metais e de produtos químicos para a indústria-CAE 46120,   reparac  o e manutenção de máquinas e equipamentos-CAE 33120 e ao comércio por grosso de materiais de construção e equipamento sanitário-CAE 46732
 - são essencialmente PME das zonas Norte (54%), Alentejo (25%) e Centro (21%).
- Dedicam-se   extração (em pedreira) e/ou transformação de rochas calcárias (inclui mármores), granitos e outras rochas siliciosas. As empresas transformadoras convertem os blocos extraídos das pedreiras, em artigos destinados a pavimentos, revestimentos, lajes, alvenarias, guias, cubos, mobiliário urbano, paisagismo, reabilitação patrim nio, aplicações habitat (bancadas, painéis, mobiliário),   arte funerária, escultura, e/ou   sua comercialização. Incluem-se ainda empresas que se dedicam   produção de equipamentos de alta tecnologia para a pedra e construção.

O seu potencial é elevado e suportado por produtos de grande qualidade a nível mundial, principalmente granitos (predominantes na zona Norte) calcários (Centro), mármore (Alentejo) e ardósias (Valongo), o que determina vantagens naturais que justificam ações coletivas de apoio ao crescimento e à internacionalização dos negócios.

São PME que evidenciam necessidades comuns e têm importante peso regional ao nível do emprego, das exportações e da aposta em inovação.

Existe uma perspetiva mais centrada no processo produtivo do que em estratégias de promoção e marketing e de marca, incipientes face à evolução dos mercados e níveis superiores de resposta da concorrência internacional, e carências na área comercial, designadamente no que se refere à entrada em redes de distribuição no canal online (atuam essencialmente em canais de distribuição tradicional).

No que diz respeito à ligação existente entre as empresas, parte significativa já participou em anteriores projetos de internacionalização promovidos pela ANIET, mas manifestam ainda reduzidas estratégias de cooperação entre elas designadamente, para aquisição de escala e complementaridade da oferta.

Em matéria de inovação, dependem fortemente de fatores externos, uma vez que a tecnologia dos equipamentos é predominante na cadeia de valor, pela eficiência dos processos de extração, transformação e otimização ambiental. Isto é, inovar deriva, em parte, da capacidade de desenvolvimento tecnológico dos equipamentos, fatores que se pretendem alavancar pela integração de fornecedores destes equipamentos no projeto, bem como a aproximação a Entidades não empresariais do SI&I. O setor insere-se na categoria “influência dos fornecedores” e da “natureza das fontes”, neste caso, dos recursos naturais, pelo que requer estreita cooperação entre agentes económicos de diversas procedências para inovar e otimizar recursos económicos (ambientais, humanos, materiais, ...).

Têm vindo a desenvolver esforços no sentido de incorporar as mais recentes tecnologias nos processos produtivos, mais recentemente em termos de eficiência energética, que lhes permitem já oferecer produtos com novos acabamentos e funcionalidades e soluções especializadas, em resposta à procura, principalmente internacional, na fileira do AEC, de arquitetos, paisagistas, designers e decoradores, já evidente em obras de relevo em diversos mercados comunitários e fora da UE.

Maioritariamente exportadoras, embora com pesos diferentes com França, Espanha, Alemanha na lista dos maiores compradores, objetivam entrar em novos segmentos, mais exigentes, contudo mais rentáveis, explorando oportunidades em mercados emergentes e de oportunidades, como é o caso do Canadá, da Suécia e restantes mercados nórdicos e dos Emiratos Árabes Unidos, com valores residuais de exportação. Reiteram a importância da presença na Marmomac - Itália.

Demonstraram também interesse pelas iniciativas previstas para o digital, o que é extremamente positivo e mostra que começam a perceber a importância deste canal, porventura acelerado no contexto de pandemia que dinamizou os negócios à distância.

Confirma também que é o momento certo para que se preparem para incorporar valor, principalmente em mercados com fortes tendências de evolução, por novos produtos e aplicações (produtos mais técnicos, novas aplicações e funcionalidades, incorporação tecnológica e de design). Algumas têm já programas de colaboração com arquitetos e designers como forma de promoção junto destes prescritores, mas também para incorporar um maior componente de design nos seus produtos, aproveitando a forte apetência dos mercados por este requisito.

Finalmente:

- .67% das empresas tem em curso pelo menos uma atividade de inovação;

- .25% possui marca própria registada;

- .os principais canais de distribuição utilizados são o canal direto (distribuição própria), seguido pelos canais intermediários (agentes, representantes...) e e-commerce (redes sociais e lojas online).

Lista de ações

Lista de ações

Nº	Tipo	Designação
1	Feiras	Feira The International Surface Event TISE 2023
2	Feiras	Feira The International Surface Event TISE 2024
3	Feiras	Feira Marmomac 2023
4	Feiras	Feira Marmomac 2024
5	Feiras	Feira The Natural StoneShow 2023
6	Feiras	Feira Stone+tec 2024
7	Feiras	Feira StoneTech Canadá 2023
8	Feiras	Feira The Big5 2023
9	Prospecção	Missão Prospecção Suécia
10	Missões	Missão Inversa Mercados Nórdicos
11	Campanhas de Marketing	Suportes promocionais - catálogos físicos
12	Campanhas de Marketing	Conteúdos digitais - vídeos promocionais
13	Campanhas de Marketing	Conteúdos digitais - catálogos digitais
14	Presença Web	Inscrição e otimização da presença em marketplace eletrónicos
15	Presença Web	Criação de lojas próprias online
16	Campanhas de Marketing	Social media marketing
17	Campanhas de Marketing	Content marketing

Indicadores de realização

Nº	Designação	Unidade	Valor
1	N.º de mercados alvo, comunitários e terceiros visados no projeto	Nº	8
2	N.º de mercados abrangidos no âmbito das ações de marketing digital	Nº	8
3	N.º de ações de prospecção e captação de novos clientes nos mercados externos	Nº	2
4	N.º de presenças em feiras e certames internacionais	Nº	8
5	N.º de lojas próprias online criadas	Nº	3
6	N.º de novas adesões a marketplaces	Nº	3

Lista de ações

Indicadores de resultado

Nº	Designação	Unidade	Valor
1	Intensidade das exportações no pós projeto	%	53,88

Detalhe da ação

Ação

1 - Feira The International Surface Event | TISE 2023

Caracterização

Custos

Tipo ação

Feiras

Mercado

Estados Unidos

Descrição / Justificação

Os EUA são atrativos para as empresas nacionais e não se encontram de todo explorados.

Dada a sua enorme dimensão e elevado potencial de crescimento, este é um mercado onde as empresas do setor pretendem consolidar contactos e aumentar a sua quota de mercado.

Em 2021 (Comtrade) importaram 3,8 mil milhões de dólares de Pedra Natural (sobretudo do produto transformado 6802 | Pedras de cantaria ou de construção - 82,5%) com crescimento de 30% face a 2020.

Portugal tem (INE) naquele montante um peso inferior a 1%, com cerca de 29 milhões de euros de rocha ornamental exportada (83,8% atribuídos à exportação de desse mesmo produto 6802). Embora com peso reduzido nas exportações nacionais (6% e crescimento de 27% face a 2020) confirma-se enorme margem de oportunidade de expansão para as empresas nacionais do setor.

A TISE (Las Vegas) é o maior evento da América do Norte para profissionais ligados aos setores de pavimentos e revestimentos, facilitando o acesso a mercados do continente americano (EUA, Canadá, América Latina), e reunindo comerciantes, distribuidores, instaladores, arquitetos e construtores de todo o mundo.

No último ano, perante a crise pandémica, estiveram em exibição cerca de 474 expositores (10% internacionais), verificando-se 57 novos expositores. O evento contou com uma área de exposição de 28.126 m2 e 31% dos visitantes eram novos compradores.

A primeira presença coletiva de empresas nacionais do setor remonta a 2016 e foi da iniciativa da ANIET, e tem vindo a revelar-se uma aposta certa, com um número crescente de empresas a associar-se anualmente. Dada a projeção e importância da feira, e o acesso a prescritores e distribuidores, a aposta de continuidade neste evento tem originado bons resultados em contactos, vendas e visibilidade, razão pela qual as empresas mantêm elevado interesse.

O certame é composto por três feiras de negócios de classe mundial: SURFACES/StonExpo/TileExpo. Com exposição de produtos nas áreas das superfícies, pedra e indústria cerâmica, e eventos como conferências, ações de demonstração de novas tecnologias, networking..., permite conhecer novos produtos e desenvolvimentos tecnológicos para extração/trans formação/aplicação de pedra natural, a concorrência internacional, quer de produtos de pedra, quer de substitutos que imitam e pressionam a capacidade inovadora das Pedras Naturais, e potenciais clientes e parceiros de negócios.

A preparação e acompanhamento decorrerão como descrito no plano de ação - "Tarefas de acompanhamento das empresas na fase da execução dos projetos". A comunicação e presença em feira terá em especial atenção a publicitação dos apoios e a coordenação de imagem, a integração e a homogeneidade das intervenções nacionais presentes, nomeadamente através da marca "Portugal", enquanto elemento coletivo agregador e de projeção do país.

No mapa de investimentos encontram-se discriminadas em detalhe as despesas associadas a esta ação que são as indispensáveis para alcançar as metas propostas.

Ano

2023

Mês

1

N.º de empresas

4

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º

Processos associados

Tipo de atividade

- - -

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação de marketing

Fundamentação de inovação organizacional

Detalhe da ação

Ação 1 - Feira The International Surface Event | TISE 2023

Caracterização Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
1	ANIET	Deslocações - ANIET - TISE 2023 (Las Vegas - EUA - 1 técnico * 2 viagens (ida e volta) * 1.500€)	2023	1	Acompanhamento - Deslocações	Indivisíveis	3.000,00	-
2	ANIET	Deslocações - Empresas (Las Vegas - EUA - 4 empresas * 2 viagens (ida e volta) * 1.500€)	2023	1	Feiras e exposições - Deslocações	Distribuíveis	12.000,00	-
3	ANIET	Alojamento - ANIET - TISE 2023 (1 técnico * 6 noites * 200€/noite)	2023	1	Acompanhamento - Estadias	Indivisíveis	1.200,00	-
4	ANIET	Alojamento - Empresas (4 empresas * 6 noites * 200€/noite)	2023	1	Feiras e exposições - Estadias	Distribuíveis	4.800,00	-
5	ANIET	Aquisição e preparação de informação - mercado e setor (1 consultor * 20 horas * 50€/hora * 1,23 (IVA))	2023	1	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Distribuíveis	1.230,00	-
6	ANIET	Aluguer de Espaço (36m2 (média 9m2/empresa * 4 empresas) *610€/m2)	2023	1	Feiras e exposições - Aluguer de espaço	Distribuíveis	21.960,00	-
7	ANIET	Concepção, construção, decoração, montagem e desmontagem e transporte do stand com imagem comum (4 empresas * 5.200€/empresa)	2023	1	Feiras e exposições - Construção Stand	Distribuíveis	20.800,00	-
8	ANIET	Campanha de marketing e promoção (1 inserção publicitária * 1.353,00 (IVA))	2023	1	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Distribuíveis	1.353,00	-

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
1	ANIET	P	2023	1	Porto	Las Vegas, NV	8.640,00	1	3.000,00
2	ANIET	E	2023	1	Porto	Las Vegas, NV	8.640,00	4	12.000,00

Repartição de custos distribuíveis da ação

Preenchimento obrigatório para ações de "Promoção" e "Prospecção", e para ações do tipo "Feira" quando estejam envolvidas empresas do sector da Agricultura.

Os custos serão atribuídos às empresas designadas, a título de minimis, em fase de decisão da candidatura.

			62.143,00
N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-
Empresas fora do acordo			100,00 62.143,00

Confirma a percentagem de 100,00% prevista para empresas fora do acordo?☒

Detalhe da ação

Ação

2 - Feira The International Surface Event | TISE 2024

Caracterização

Custos

Tipo ação

Feiras

Mercado

Estados Unidos

Descrição / Justificação

A participação na Feira TISE em 2024, dará continuidade à presença da edição anterior, mantendo a aposta que, deste 2016, a ANIET e as empresas têm feito neste que é o maior certame do setor nos EUA.

Aliás, desde então, a Associação já realizou 11 ações de internacionalização no mercado (entre participações em feira, prospeções, missões inversas e ações de promoção) precisamente no sentido de melhorar as condições para alargar áreas de intervenção.

As motivações para manter indiscutível o objetivo de explorar esta mercado de oportunidade são as mesmas já justificadas na ação nº 1 - Feira The International Surface Event | TISE 2023.

Trata-se do maior país da América do Norte, potência mundial, com elevado poder de compra, cuja procura dirigida ao setor se posiciona em segmentos de valor, sendo apreciadora de produtos com sofisticação, requinte e intemporalidade, como é a pedra natural portuguesa. Mostra preferência clara por obras de pedra, produto transformado que oferece maiores margens às exportações nacionais, pelo que a expansão que se pretende alcançar trará certamente excelentes resultados às empresas nacionais.

É também um mercado trendsetter, isto é, os seus prescritores têm um papel determinante nas tendências mundiais de consumo de pedra natural, pelo que as suas guidelines são valiosas para orientar novas abordagens ao marketing mix e suportar opções das empresas, em termos de inovação produtiva e de investimento tecnológico, que criem condições para um posicionamento diferenciado.

Por outro lado, importa conhecer e acompanhar a concorrência, feroz por parte de países como a China, Brasil e Índia.

Tudo isto as empresas poderão alcançar na feira TISE cumprindo, com o apoio do projeto, objetivos de visibilidade, conhecimento do mercado, novos avanços tecnológicos e da concorrência (direta e de produtos alternativos como quartzos, cerâmicos, ...) e de angariação de contactos com novos clientes pois o certame oferece, em paralelo com a exposição, todo um programa de demonstrações de aplicadores, eventos, conferências, apresentações de designers/arquitetos, competições e ações formativas, que aportam capacitação e oportunidades de networking valiosas para as equipas presentes.

Este trabalho no mercado tem inerente um percurso paulatino de crescimento, que não poderá ser interrompido, de modo a ganhar consistência e consolidar posições competitivas.

Novamente, a preparação e acompanhamento em feira (cf descrito em "Tarefas de acompanhamento das empresas na fase da execução dos projetos") será assegurada pela ANIET com atenção à comunicação e presença, garantindo publicitação dos apoios e coordenação de imagem, integração e homogeneidade nas intervenções nacionais presentes, nomeadamente através da marca "Portugal", enquanto elemento coletivo agregador e de projeção do país.

No mapa de investimentos encontram-se discriminadas em detalhe as despesas associadas à ação que são as indispensáveis para alcançar as metas propostas.

Ano

2024

Mês

1

N.º de empresas

6

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º

Processos associados

Tipo de atividade

-

-

-

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação de marketing

Fundamentação de inovação organizacional

Detalhe da ação

Ação 2 - Feira The International Surface Event | TISE 2024

Caracterização Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
1	ANIET	Deslocações - ANIET - TISE 2024 (Las Vegas - EUA - 1 técnico * 2 viagens (ida e volta) * 1.500€)	2024	1	Acompanhamento - Deslocações	Indivisíveis	3.000,00	-
2	ANIET	Deslocações - Empresas (Las Vegas - EUA - 6 empresas * 2 viagens (ida e volta) * 1.500€)	2024	1	Feiras e exposições - Deslocações	Distribuíveis	18.000,00	-
3	ANIET	Alojamento - ANIET - TISE 2024 (1 técnico * 6 noites * 200€/noite)	2024	1	Acompanhamento - Estadias	Indivisíveis	1.200,00	-
4	ANIET	Alojamento - Empresas (6 empresas * 6 noites * 200€/noite)	2024	1	Feiras e exposições - Estadias	Distribuíveis	7.200,00	-
5	ANIET	Aquisição e preparação de informação - mercado e setor (1 consultor * 20 horas * 50€,00/hora * 1,23 (IVA))	2024	1	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Distribuíveis	1.230,00	-
6	ANIET	Aluguer de Espaço (54m2 (média 9m2/empresa * 6 empresas) *610€/m2)	2024	1	Feiras e exposições - Aluguer de espaço	Distribuíveis	32.940,00	-
7	ANIET	Concepção, construção, decoração, montagem e desmontagem e transporte do stand com imagem comum (6 empresas * 5.200€/empresa)	2024	1	Feiras e exposições - Construção Stand	Distribuíveis	31.200,00	-

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
8	ANIET	Campanha de marketing e promoção (1 inserção publicitária * 1.100€ * 1,23 (IVA))	2024	1	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Distribuíveis	1.353,00	-

Deslocações

As distâncias de viagem têm de ser calculadas com o calculador de distâncias apoiado pela Comissão Europeia -

https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/resources/distance-calculator_en

21.000,00

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
1	ANIET	P	2024	1	Porto	Las Vegas, NV	8.640,00	1	3.000,00
2	ANIET	E	2024	1	Porto	Las Vegas, NV	8.640,00	6	18.000,00

Repartição de custos distribuíveis da ação

Preenchimento obrigatório para ações de "Promoção" e "Prospecção", e para ações do tipo "Feira" quando estejam envolvidas empresas do sector da Agricultura.

Os custos serão atribuídos às empresas designadas, a título de minimis, em fase de decisão da candidatura.

91.923,00

N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-

Empresas fora do acordo

100,00

91.923,00

Confirma a percentagem de 100,00% prevista para empresas fora do acordo? ☒

Detalhe da ação

Ação

3 - Feira Marmomac 2023

Caracterização

Custos

Tipo ação

Feiras

Mercado

Itália

Descrição / Justificação

Itália é um dos principais players do setor e forte concorrente de Portugal.

A exportações nacionais para Itália (INE 2021) de 8 milhões de euros (1,74% das exportações nacionais), são principalmente de produtos não transformados (41% de 2515 | Mármore, travertinos, granitos belgas e 27,8% de 9610 | Lousas).

Apesar de as suas importações serem relevantes (361 milhões de euros) (Eurostat), é claro que o posicionamento português face a Itália é essencialmente de concorrência.

É aí que se realiza anualmente a Marmomac. Com estatuto reconhecido de principal centro mundial de negócios B2B para todos os agentes da cadeia de valor deste setor, a feira internacional é a mais importante do mundo dedicada à pedra natural, tecnologias de processamento, tecnologias para aplicações de pedra em arquitetura e design e formação.

Orienta-se para todas as categorias de produtos: mármore, granito e outras pedras naturais, aglomerados e conglomerados, blocos de mármore, granito, calcário, ardósias e outras pedras, máquinas e equipamentos de processamento, meios de transporte e elevação, abrasivos, sistemas de corte de diamantes, produtos químicos e serviços.

É onde as empresas fazem questão de apresentar os seus mais recentes desenvolvimentos em materiais e soluções urbanas, arquitetónicas e de design, onde apostam todo o esforço comercial e de visibilidade para promoção da excelência da pedra nacional, pois é o palco onde a “máquina” dos grandes players internacionais entra em pleno funcionamento.

São inúmeras as oportunidades para desenvolvimento profissional contínuo em técnicas avançadas sobre o uso e engenharia da pedra, matérias e soluções urbanas, arquitetónicas e de design, para além de um extenso programa de eventos e conferências. Lá decorrem experiências educativas e de pesquisa em colaboração com empresas, escolas profissionais e artísticas e prescritores, concursos, exposições e prémios de mérito às empresas.

No último ano, apesar da crise pandémica, estiveram presentes 756 expositores (43,5% internacionais). O evento contou com uma área de exposição de 60.000 m2 e cerca de 30.000 visitantes profissionais (48% internacionais) oriundos de 30 países e 120 nações.

A comitiva da ANIET tem tido presença ininterrupta desde 2015, ano em que participaram 4 empresas, número que subiu para 17 na edição de 2022 e que será novamente ultrapassado mediante os pedidos de adesão já rececionados.

A ANIET acompanhará a preparação da ação e a presença em feira (descrito em “Tarefas de acompanhamento das empresas na fase da execução dos projetos”), com especial cuidado na comunicação e presença para garantir publicitação dos apoios e coordenação de imagem, integração e homogeneidade nas intervenções nacionais presentes, nomeadamente através da marca “Portugal”, enquanto elemento coletivo agregador e de projeção do país.

No mapa de investimentos encontram-se discriminadas em detalhe as despesas associadas à ação que são as indispensáveis para alcançar as metas propostas.

Ano

2023

Mês

9

N.º de empresas

20

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º

Processos associados

Tipo de atividade

- - -

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação de marketing

Fundamentação de inovação organizacional

Detalhe da ação

Ação

3 - Feira Marmomac 2023

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
1	ANIET	Deslocações - ANIET - Marmomac 2023 (Verona - Itália - 1 técnico * 2 viagens (ida e volta) * 275€)	2023	9	Acompanhamento - Deslocações	Indivisíveis	550,00	-
2	ANIET	Deslocações - Empresas (Verona - Itália - 20 empresas * 2 viagens (ida e volta) * 275€)	2023	9	Feiras e exposições - Deslocações	Distribuíveis	11.000,00	-
3	ANIET	Alojamento - ANIET - Marmomac 2023 (1 técnico * 6 noites * 200€/noite)	2023	9	Acompanhamento - Estadias	Indivisíveis	1.200,00	-
4	ANIET	Alojamento - Empresas (20 empresas * 6 noites * 200€/noite)	2023	9	Feiras e exposições - Estadias	Distribuíveis	24.000,00	-
5	ANIET	Aquisição e preparação de informação - mercado e setor (1 consultor * 20 horas * 50€,00/hora * 1,23 (IVA))	2023	9	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Distribuíveis	1.230,00	-
6	ANIET	Aluguer de Espaço (360 m2 (média 18m2/empresa * 20 empresas) *275€/m2)	2023	9	Feiras e exposições - Aluguer de espaço	Distribuíveis	99.000,00	-
7	ANIET	Concepção, construção, decoração, montagem e desmontagem e transporte do stand com imagem comum (20 empresas * 8.500€/empresa)	2023	9	Feiras e exposições - Construção Stand	Distribuíveis	170.000,00	-

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
8	ANIET	Campanha de marketing e promoção (1 inserção publicitária * 1.100€ * 1,23 (IVA))	2023	9	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Distribuíveis	1.353,00	-

Deslocações

As distâncias de viagem têm de ser calculadas com o calculador de distâncias apoiado pela Comissão Europeia -

https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/resources/distance-calculator_en

11.550,00

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
1	ANIET	P	2023	9	Porto	Verona	1.624,00	1	550,00
2	ANIET	E	2023	9	Porto	Verona	1.624,00	20	11.000,00

Repartição de custos distribuíveis da ação

Preenchimento obrigatório para ações de "Promoção" e "Prospecção", e para ações do tipo "Feira" quando estejam envolvidas empresas do sector da Agricultura.

Os custos serão atribuídos às empresas designadas, a título de minimis, em fase de decisão da candidatura.

306.583,00

N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-

Empresas fora do acordo

100,00

306.583,00

Confirma a percentagem de 100,00% prevista para empresas fora do acordo? ☒

Detalhe da ação

Ação

4 - Feira Marmomac 2024

Caracterização

Custos

Tipo ação

Feiras

Mercado

Itália

Descrição / Justificação

A participação na Feira Marmomac em 2024 dará continuidade à presença da edição anterior, mantendo a aposta que, deste 2015, a ANIET e as empresas têm feito neste que é o maior certame mundial dedicado exclusivamente à Pedra Natural. Aliás, a participação em feiras internacionais continua a ser uma ferramenta essencial no fortalecimento das marcas, no alargamento das carteiras de clientes, na perceção da concorrência e na aquisição de novas competências. Sendo que as oportunidades de negócio serão sempre o objetivo principal, a presença anual na Marmomac (Verona) é também uma oportunidade para conquistar grande visibilidade perante potenciais clientes que, anualmente, aproveitam o certame para rever e reunir com importadores, distribuidores ou prescritores.

A feira disponibiliza um programa repleto de iniciativas em áreas como a cultura, a inovação, o design e a formação, vocacionadas não apenas para profissionais diretamente ligados ao setor, mas também dirigidas a prescritores, como arquitetos e designers de interiores, que aí podem estreitar a sua ligação à indústria, ao conhecimento técnico sobre o produto “pedra” e colaboram no desenvolvimento de novas soluções e aplicações que estão a tornar a pedra natural num bem de consumo que incorpora cada vez mais uma forte componente de design e de tecnologia (novos detalhes arquitetónicos e de decoração, pedras retro-iluminadas ou translúcidas, novos acabamentos e aplicações multifuncionais, desenho técnico, iluminação sensorizada em pedra, soluções eficientes energeticamente, protótipos industriais,...)

Por estas razões os espaços de exposição são extremamente disputados e é ansiosamente aguardada a disponibilização de novas vagas anuais. Os espaços estão reservados de uns anos para outros limitando por vezes possibilidade de concertar espaços conjuntos a não ser utilização de espaços provenientes de desistências pontuais. O que justifica ainda mais o cuidado que a ANIET terá em não só garantir publicitação dos apoios mas também assegurar a coordenação de imagem, integração e homogeneidade nas intervenções nacionais presentes (nomeadamente através da marca “Portugal”, enquanto elemento coletivo agregador e de projeção do país), de forma a impactar positivamente todos os visitantes e reforçar a notoriedade da pedra portuguesa.

A Associação, tal como em todas as participações em feira previstas, desenvolverá trabalhos de acompanhamento da preparação das empresas (como recomendação de produtos para exposição, instrumentos de marketing inbound e outbound, informação sobre os mercados, agendamentos e questões logísticas, ...) e na presença em feira (intermediação de reuniões, contactos institucionais, resolução de problemas logísticos e de reservas, ...)

Face ao exposto, serão indispensáveis, para alcançar as metas propostas, investimentos relativos a deslocações e alojamentos, aquisição informação, aluguer de espaço, stands, marketing, ..., discriminados em detalhe no mapa de investimentos.

Ano

2024

Mês

9

N.º de empresas

23

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º

Processos associados

Tipo de atividade

-

-

-

Fundamentação de inovação de marketing

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação organizacional

Detalhe da ação

Ação

4 - Feira Marmomac 2024

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
1	ANIET	Deslocações - ANIET - Marmomac 2024 (Verona - Itália - 1 técnico * 2 viagens (ida e volta) * 275€)	2024	9	Acompanhamento - Deslocações	Indivisíveis	550,00	-
2	ANIET	Deslocações - Empresas (Verona - Itália - 23 empresas * 2 viagens (ida e volta) * 275€)	2024	9	Feiras e exposições - Deslocações	Distribuíveis	12.650,00	-
3	ANIET	Alojamento - ANIET - Marmomac 2024 (1 técnico * 6 noites * 200€/noite)	2024	9	Acompanhamento - Estadias	Indivisíveis	1.200,00	-
4	ANIET	Alojamento - Empresas (23 empresas * 6 noites * 200€/noite)	2024	9	Feiras e exposições - Estadias	Distribuíveis	27.600,00	-
5	ANIET	Aquisição e preparação de informação - mercado e setor (1 consultor * 20 horas * 50€,00/hora * 1,23 (IVA))	2024	9	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Distribuíveis	1.230,00	-
6	ANIET	Aluguer de Espaço (414 m2 (média 18m2/empresa * 23 empresas) *275€/m2)	2024	9	Feiras e exposições - Aluguer de espaço	Distribuíveis	113.850,00	-
7	ANIET	Concepção, construção, decoração, montagem e desmontagem e transporte do stand com imagem comum (23 empresas * 8.500€/empresa)	2024	9	Feiras e exposições - Construção Stand	Distribuíveis	195.500,00	-

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
8	ANIET	Campanha de marketing e promoção (1 inserção publicitária * 1.100€ * 1,23 (IVA))	2024	9	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Distribuíveis	1.353,00	-

Deslocações

As distâncias de viagem têm de ser calculadas com o calculador de distâncias apoiado pela Comissão Europeia -

https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/resources/distance-calculator_en

13.200,00

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
1	ANIET	P	2024	9	Porto	Verona	1.624,00	1	550,00
2	ANIET	E	2024	9	Porto	Verona	1.624,00	23	12.650,00

Repartição de custos distribuíveis da ação

Preenchimento obrigatório para ações de "Promoção" e "Prospecção", e para ações do tipo "Feira" quando estejam envolvidas empresas do sector da Agricultura.

Os custos serão atribuídos às empresas designadas, a título de minimis, em fase de decisão da candidatura.

352.183,00

N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-

Empresas fora do acordo

100,00

352.183,00

Confirma a percentagem de 100,00% prevista para empresas fora do acordo? ☒

Detalhe da ação

Ação

5 - Feira The Natural StoneShow 2023

Caracterização

Custos

Tipo ação

Feiras

Mercado

Reino Unido

Descrição / Justificação

O Reino Unido importou (Comtrade), em 2021, cerca de 966 milhões de dólares em Pedra Natural (com enfoque nos produtos 2516 | Granito, pórfiro, basalto (33,1%) e 6802 | Pedras naturais de cantaria ou de construção (24,1%)) com crescimento de 40% comparativamente a 2020.

As exportações nacionais (INE) de Pedra Natural para o Reino Unido ultrapassaram os 30 milhões de euros (sobretudo produtos do código pautal 6802 | Pedras naturais de cantaria ou de construção com 63,6%), o que representa apenas cerca de 3% nas importações totais daquele país.

Ainda que com reduzido peso nas exportações nacionais (quota de 6,46%, com crescimento de 19% face a 2020) o potencial de expansão confirma a oportunidade para as empresas nacionais do setor, até porque o seu consumo de pedra é fortemente dependente de importações, particularmente no respeito a granito, pórfiro, basalto e ardósia, cujos produtos têm grande procura.

The Natural Stone Show é uma das mais importantes feiras da indústria da pedra a nível europeu realizada de 2 em 2 anos em Londres. Historicamente dedicada à pedra natural e aos produtos e serviços relacionados, proporcionando uma ampla montra de pedras de todo o mundo, incluindo granito, mármore e outras. Em 2023 será complementada por um novo evento – Hard Surfaces – que permitirá alavancar ainda mais visitantes ao certame.

A feira proporciona aos seus visitantes uma diversificada exposição de pedras naturais de todo o mundo e oferece um programa paralelo - The Natural Stone & Building Conservation Conference - com seminários, apresentações e consultoria especializada que é atrativo não só ao setor, mas também a arquitetos, designers, fabricantes, empreiteiros especializados e instaladores presentes.

O certame conta também com um espaço dedicado à apresentação de máquinas e ferramentas, à demonstração de novos produtos e dos mais recentes desenvolvimentos tecnológicos e a networking entre clientes, fornecedores e distribuidores, sendo um local privilegiado para promover os produtos nacionais e estabelecer contactos comerciais a nível internacional.

Conta com mais de 200 expositores, nomeadamente profissionais do setor da pedra natural e seus prescritores (arquitetos, designers, empreiteiros, grossistas e retalhistas de todo o mundo), fornecedores de equipamentos e outros de produtos de superfícies.

A comitiva da ANIET, que tem sido assídua desde 2015, pretende, por isso dar continuidade à sua participação, para consolidação de posições e aumento de quota no mercado.

A ANIET acompanhará a preparação da ação e acompanhamento em feira (cf descrito em “Tarefas de acompanhamento das empresas na fase da execução dos projetos”), com especial cuidado na comunicação e presença para garantir publicitação dos apoios e coordenação de imagem, integração e homogeneidade nas intervenções nacionais presentes, nomeadamente através da marca “Portugal”, enquanto elemento coletivo agregador e de projeção do país.

Ano

2023

Mês

6

N.º de empresas

6

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º

Processos associados

Tipo de atividade

-

-

-

Fundamentação de inovação de marketing

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação organizacional

Detalhe da ação

Ação

5 - Feira The Natural StoneShow 2023

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
1	ANIET	Deslocações - ANIET - Natural Stone Show 2023 (Londres - Reino Unido - 1 técnico * 2 viagens (ida e volta) * 275€)	2023	6	Acompanhamento - Deslocações	Indivisíveis	550,00	-
2	ANIET	Deslocações - Empresas (Londres - Reino Unido - 6 empresas * 2 viagens (ida e volta) * 275€)	2023	6	Feiras e exposições - Deslocações	Distribuíveis	3.300,00	-
3	ANIET	Alojamento - ANIET - Natural Stone Show 2023 (1 técnico * 5 noites * 200€/noite)	2023	6	Acompanhamento - Estadias	Indivisíveis	1.000,00	-
4	ANIET	Alojamento - Empresas (6 empresas * 5 noites * 200€/noite)	2023	6	Feiras e exposições - Estadias	Distribuíveis	6.000,00	-
5	ANIET	Aquisição e preparação de informação - mercado e setor (1 consultor * 20 horas * 50,00€/hora * 1,23 (IVA))	2023	6	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Distribuíveis	1.230,00	-
6	ANIET	Aluguer de Espaço (72m2 (média 12m2/empresa * 6 empresas) * 320€/m2)	2023	6	Feiras e exposições - Aluguer de espaço	Distribuíveis	23.040,00	-
7	ANIET	Concepção, construção, decoração, montagem e desmontagem e transporte do stand com imagem comum (6 empresas * 7.000€/empresa)	2023	6	Feiras e exposições - Construção Stand	Distribuíveis	42.000,00	-

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
8	ANIET	Campanha de marketing e promoção (1 inserção publicitária * 1.100€ * 1,23 (IVA))	2023	6	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Distribuíveis	1.353,00	-

Deslocações

As distâncias de viagem têm de ser calculadas com o calculador de distâncias apoiado pela Comissão Europeia -

https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/resources/distance-calculator_en

3.850,00

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
1	ANIET	P	2023	6	Porto	London	1.301,00	1	550,00
2	ANIET	E	2023	6	Porto	London	1.301,00	6	3.300,00

Repartição de custos distribuíveis da ação

Preenchimento obrigatório para ações de "Promoção" e "Prospecção", e para ações do tipo "Feira" quando estejam envolvidas empresas do sector da Agricultura.

Os custos serão atribuídos às empresas designadas, a título de minimis, em fase de decisão da candidatura.

76.923,00

N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-

Empresas fora do acordo

100,00

76.923,00

Confirma a percentagem de 100,00% prevista para empresas fora do acordo? ☒

Detalhe da ação

Ação

6 - Feira Stone+tec 2024

Caracterização

Custos

Tipo ação

Feiras

Mercado

Alemanha

Descrição / Justificação

A Alemanha importou (Eurostat) em 2021 cerca de 610 milhões de euros de Pedra Natural, com maior incidência nos produtos acabados (6802 | Pedras naturais de cantaria ou construção com 59,6% e 6801 | Pedras para calcetar, lancis e placas com 16,3%) com crescimento de 13% face a 2020.

Desses, foram comprados a Portugal (INE) apenas 5,7%, ou seja, 35 milhões de euros (32,5% de 6802 | Pedras de cantaria ou de construção, 21,7% de 6801 | Pedras para calcetar, lancis e placas), também com crescimento (14%). A Alemanha representa cerca de 7,5% do total de exportações nacionais, mas a sua dimensão e as perspetivas de crescimento justificam continuar a explorar-se a oportunidade de conquistar quota, mais ainda atendendo à características da procura (obras de pedra com maior margem de lucro para as empresas nacionais) neste que é o “motor” da economia europeia.

A Feira Stone+tec (Nuremberg), é um certame bienal dedicado exclusivamente à pedra natural e suas tecnologias.

Trata-se de uma das maiores e mais importantes feiras da indústria da pedra a nível europeu e o ponto de encontro mais importante para esta indústria nas regiões de língua alemã da Europa central (particularmente Áustria, Suíça e também Polónia), tendo como foco a extração, processamento e utilização da pedra natural. Apresenta ainda as diversas possibilidades de processamento e utilização de pedra natural em combinação com outros materiais e produtos químicos, bem como uma visão abrangente da maquinaria e ferramentas necessárias para o manuseamento e processamento dos materiais.

O evento explora e partilha também com os seus visitantes/expositores as tendências e padrões do futuro para o setor da pedra natural potenciando assim a partilha de conhecimento entre os diversos agentes da cadeia de valor do setor presentes no evento. Vista como uma plataforma para os mercados adjacentes, oferece grandes oportunidades de networking e potencial significativo para angariação de novos clientes, pelo que é importantíssimo estreitar relações, manter a posição no mercado e aumentar a quota de mercado das empresas nacionais.

O certame conta com a presença de aproximadamente 9600 visitantes e mais de 540 expositores nas suas edições.

A primeira abordagem a este mercado iniciou-se em 2016, altura em que foi realizada uma missão inversa para perceber a sua receptividade à oferta nacional e, desde então, a Stone+Tec tem integrado todos os projetos conjuntos levados a efeito pela ANIET.

A preparação e acompanhamento encontra-se descrita no plano de ação, em “Tarefas de acompanhamento das empresas na fase da execução dos projetos”. A comunicação e presença em feira terá em atenção a necessidade de publicitação dos apoios e coordenação de imagem, a integração e a homogeneidade das intervenções nacionais presentes, nomeadamente através da marca “Portugal”, enquanto elemento coletivo agregador e de projeção do país. No mapa de investimentos, encontram-se discriminadas as despesas associadas a esta ação.

Ano

2024

Mês

6

N.º de empresas

6

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º

Processos associados

Tipo de atividade

-

-

-

Fundamentação de inovação de marketing

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação organizacional

Detalhe da ação

Ação

6 - Feira Stone+tec 2024

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
1	ANIET	Deslocações - ANIET - STONE+TEC 2024 (Nuremberga - Alemanha - 1 técnico * 2 viagens (ida e volta) * 275€)	2024	6	Acompanhamento - Deslocações	Indivisíveis	550,00	-
2	ANIET	Deslocações - Empresas (Nuremberga - Alemanha - 6 empresas * 2 viagens (ida e volta) * 275€)	2024	6	Feiras e exposições - Deslocações	Distribuíveis	3.300,00	-
3	ANIET	Alojamento - ANIET - Stone+Tec 2024 (1 técnico * 6 noites * 200€/noite)	2024	6	Acompanhamento - Estadias	Indivisíveis	1.200,00	-
4	ANIET	Alojamento - Empresas (6 empresas * 6 noites * 200€/noite)	2024	6	Feiras e exposições - Estadias	Distribuíveis	7.200,00	-
5	ANIET	Aquisição e preparação de informação - mercado e setor (1 consultor * 20 horas * 50€,00/hora * 1,23 (IVA))	2024	6	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Distribuíveis	1.230,00	-
6	ANIET	Aluguer de Espaço (90m2 (média 15m2/empresa * 6 empresas) *200€/m2)	2024	6	Feiras e exposições - Aluguer de espaço	Distribuíveis	18.000,00	-
7	ANIET	Concepção, construção, decoração, montagem e desmontagem e transporte do stand com imagem comum (6 empresas * 6.000€/empresa)	2024	6	Feiras e exposições - Construção Stand	Distribuíveis	36.000,00	-

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
8	ANIET	Campanha de marketing e promoção (1 inserção publicitária * 1.100€ * 1,23 (IVA))	2024	6	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Distribuíveis	1.353,00	-

Deslocações

As distâncias de viagem têm de ser calculadas com o calculador de distâncias apoiado pela Comissão Europeia -

https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/resources/distance-calculator_en

3.850,00

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
1	ANIET	P	2024	6	Porto	Nuremberg	1.761,00	1	550,00
2	ANIET	E	2024	6	Porto	Nuremberg	1.761,00	6	3.300,00

Repartição de custos distribuíveis da ação

Preenchimento obrigatório para ações de "Promoção" e "Prospecção", e para ações do tipo "Feira" quando estejam envolvidas empresas do sector da Agricultura.

Os custos serão atribuídos às empresas designadas, a título de minimis, em fase de decisão da candidatura.

67.083,00

N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-

Empresas fora do acordo

100,00

67.083,00

Confirma a percentagem de 100,00% prevista para empresas fora do acordo? ☒

Detalhe da ação

Ação

7 - Feira StoneTech Canadá 2023

Caracterização

Custos

Tipo ação

Feiras

Mercado

Canadá

Descrição / Justificação

O Canadá é a 8ª maior economia e um dos países mais desenvolvidos do mundo. Importou em 2021 (Comtrade) cerca de 287 milhões de dólares de pedra natural (mais de 80% produto trabalhado (6802)), apresentando retoma (26%) depois de, em 2020, as suas importações terem decrescido 20%. O país tem vindo a valorizar de forma crescente este recurso, que historicamente já usa pela sua robustez ante o clima rigoroso do país, mas também na decoração onde é utilizado, principalmente em consumidores com maior poder de compra, como elemento construtivo central. De Portugal são originários cerca de 1 milhão de euros dessa rocha ornamental, essencialmente produtos do código pautal 6802. Ocupa apenas a 34ª posição no ranking nacional de exportações de pedra natural (0,2%), sendo um mercado de oportunidade que as empresas do setor consideram ser importante começar a explorar, pelo potencial de alargamento da base exportadora, captação de novos clientes e criação de valor na marca.

A StoneTech Canadá (Toronto) é uma feira recente (2021), especializada para a inovação na indústria da pedra e tecnologia. Coorganizada com a KBC Expo, é o único evento anual da indústria B2B no Canadá com foco em produtos relacionados com cozinha + banho + pedra, com oportunidades comerciais únicas para explorar o potencial do mercado canadiano em rápido crescimento.

Proporciona aos visitantes mostras de produtos inovadores e tendências relacionadas com o seu processamento e uso, mas também de produtos substitutos, o que pode ser explorado para compreender a estratégia da concorrência para a região. Oferece um programa de conferências com seminários educativos sobre diferentes setores ligados à e temas críticos e tendências que impactam a indústria pedra, liderado por especialistas e profissionais da indústria e zona de demonstração de inovação para mostrar os desenvolvimentos e inovações nos diferentes setores da indústria.

Reúne mais de 150 expositores anualmente. Em 2021, o evento contou com uma dimensão de 4.000 m2, 500 visitantes estrangeiros num total de 2500 visitantes.

Esta primeira presença no certame pela comitiva da ANIET vem complementar a aposta estratégica de conquista de mercado na América do Norte.

A preparação e acompanhamento encontra-se descrita no plano de ação, em "Tarefas de acompanhamento das empresas na fase da execução dos projetos". A comunicação e presença em feira terão em atenção a necessidade de publicitação dos apoios e, não obstante não estar prevista outra presença coletiva nacional, será assegurada coordenação de imagem, integração e homogeneidade das intervenções nacionais presentes, nomeadamente através da marca "Portugal", enquanto elemento coletivo agregador e de projeção do país.

No mapa de investimentos encontram-se discriminadas em detalhe as despesas associadas a esta ação (a única despesa que não está prevista nas ações anteriores é o transporte de amostras, que tem um preço muito elevado para o Canadá e por isso foi necessário incluí-la).

Ano

2023

Mês

10

N.º de empresas

6

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º

Processos associados

Tipo de atividade

- -

-

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação de marketing

Fundamentação de inovação organizacional

Detalhe da ação

Ação

7 - Feira StoneTech Canadá 2023

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
5	ANIET	Deslocações - ANIET - Stone Tech Canadá 2023 (Toronto - Canadá - 1 técnico * 2 viagens (ida e volta) * 820€)	2023	10	Acompanhamento - Deslocações	Indivisíveis	1.640,00	-
6	ANIET	Deslocações - Empresas (Toronto - Canadá - 6 empresas * 2 viagens (ida e volta) * 820€)	2023	10	Feiras e exposições - Deslocações	Distribuíveis	9.840,00	-
7	ANIET	Alojamento - ANIET - Stone Tech Canadá 2023 (1 técnico * 5 noites * 250€/noite)	2023	10	Acompanhamento - Estadias	Indivisíveis	1.250,00	-
8	ANIET	Alojamento - Empresas (6 empresas * 5 noites * 250€/noite)	2023	10	Feiras e exposições - Estadias	Distribuíveis	7.500,00	-
9	ANIET	Aquisição e preparação de informação - mercado e setor (1 consultor * 20 horas * 50€,00/hora * 1,23 (IVA))	2023	10	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Distribuíveis	1.230,00	-
10	ANIET	Aluguer de Espaço (72m2 (média 12m2/empresa * 6 empresas) *450€/m2) - inclui stand	2023	10	Feiras e exposições - Aluguer de espaço	Distribuíveis	32.400,00	-
11	ANIET	Transporte de amostras (6 empresas * 5.000€/empresa)	2023	10	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Distribuíveis	30.000,00	-
12	ANIET	Campanha de marketing e promoção (1 inserção publicitária * 1.100€ * 1,23 (IVA))	2023	10	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Distribuíveis	1.353,00	-

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
1	ANIET	P	2023	10	Porto	Toronto, ON	5.654,00	1	1.640,00
2	ANIET	E	2023	10	Porto	Toronto, ON	5.654,00	6	9.840,00

Repartição de custos distribuíveis da ação

Preenchimento obrigatório para ações de "Promoção" e "Prospecção", e para ações do tipo "Feira" quando estejam envolvidas empresas do sector da Agricultura.

Os custos serão atribuídos às empresas designadas, a título de minimis, em fase de decisão da candidatura.

			82.323,00
N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-
Empresas fora do acordo			100,00 82.323,00

Confirma a percentagem de 100,00% prevista para empresas fora do acordo?☒

Detalhe da ação

Ação

8 - Feira The Big5 2023

Caracterização

Custos

Tipo ação

Feiras

Mercado

Emiratos Árabes Unidos

Descrição / Justificação

Os EAU são a 2ª maior economia do Médio Oriente com elevado rendimento per capita e valorizam padrões e design europeus. Em 2021 (Comtrade) importaram mais de 295 milhões de dólares de Pedra Natural, essencialmente produtos acabados (6802 | Pedras naturais de cantaria ou construção com mais de 90%), com crescimento de 14% face a 2020.

O país importou (INE) a Portugal 3,9 milhões de euros (também essencialmente o mesmo produto - 99,5%), com uma quota na carteira de clientes nacionais de apenas 0,85% (21ª posição). Trata-se evidentemente de um mercado de oportunidade com espaço para significativo crescimento e afirmação de marca, particularmente no que diz respeito a obras de pedra a produtos transformados com maior valor acrescentado e que permitem às empresas a obtenção de maiores margens de lucro.

A Feira The Big5 é a maior feira de construção realizada nos Emiratos Arabes Unidos. Este é um evento único que combina 5 grandes exposições sob o mesmo paradigma. O perfil do expositor é composto por indústrias de decoração de habitações, materiais de construção, cerâmica, pedra natural, equipamentos e tecnologia.

O evento abarca uma área com mais de 110.000 m2 e reúne mais de 65.000 participantes conectando-os com os mais de 2.500 expositores. Durante o evento são realizadas cerca de 100 conferências apresentadas por especialistas de renome internacional sobre os mais diversificados temas, tendo como finalidade promover a partilha de conhecimento e a interligação entre toda a comunidade.

Atendendo às características particulares do país, com uma cultura empresarial que valoriza as relações pessoais e a confiança mútua, a ANIET já desenvolveu em 2022 duas iniciativas de networking, com o objetivo estreitar ligações de relacionamento com empresas e entidades locais, decisores e influenciadores com interesse e negócios na fileira (construtoras, gabinetes de arquitetura, engenharia e design de interiores, e importadores e distribuidores de materiais de construção) que venham a facilitar a entrada das empresas. Estão agora preparadas as melhores condições para iniciar adequadamente a presença no certame.

Através de um contacto com os organizadores do evento, foi possível obter de antemão a confirmação de que a ANIET será a única associação setorial (da pedra natural) portuguesa presente na edição de 2023 da The Big5. Não obstante, a comunicação e presença em feira terá em atenção a necessidade de coordenação de imagem, a integração e a homogeneidade das intervenções nacionais que venham a estar presentes, nomeadamente através da marca "Portugal", enquanto elemento coletivo agregador e de projeção do país.

A preparação e acompanhamento encontra-se descrita no plano de ação, em "Tarefas de acompanhamento das empresas na fase da execução dos projetos". No mapa de investimentos, encontram-se discriminadas as despesas associadas a esta ação (também aqui foi necessário incluir o transporte de amostras, que tem um preço muito elevado para este mercado).

Ano

2023

Mês

12

N.º de empresas

4

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º

Processos associados

Tipo de atividade

-

-

-

Fundamentação de inovação de marketing

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação organizacional

Detalhe da ação

Ação

8 - Feira The Big5 2023

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
1	ANIET	Deslocações - ANIET - Big5 2023 (Dubai - 1 técnico * 2 viagens (ida e volta) * 820€)	2023	12	Acompanhamento - Deslocações	Indivisíveis	1.640,00	-
2	ANIET	Deslocações - Empresas (Dubai - 4 empresas * 2 viagens (ida e volta) * 820€)	2023	12	Feiras e exposições - Deslocações	Distribuíveis	6.560,00	-
3	ANIET	Alojamento - ANIET - Big5 2023 (1 técnico * 7 noites * 250€/noite)	2023	12	Acompanhamento - Estadias	Indivisíveis	1.750,00	-
4	ANIET	Alojamento - Empresas (4 empresas * 7 noites * 250€/noite)	2023	12	Feiras e exposições - Estadias	Distribuíveis	7.000,00	-
5	ANIET	Aquisição e preparação de informação - mercado e setor (1 consultor * 20 horas * 50€,00/hora * 1,23 (IVA))	2023	12	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Distribuíveis	1.230,00	-
6	ANIET	Aluguer de Espaço (72m2 (média 18m2/empresa * 4 empresas) *650€/m2)	2023	12	Feiras e exposições - Aluguer de espaço	Distribuíveis	46.800,00	-
7	ANIET	Concepção, construção, decoração, montagem e desmontagem e transporte do stand com imagem comum (4 empresas * 12.960€/empresa)	2023	12	Feiras e exposições - Construção Stand	Distribuíveis	51.840,00	-
8	ANIET	Transporte de amostras (4 empresas * 2.500€/empresa)	2023	12	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Distribuíveis	10.000,00	-

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
9	ANIET	Campanha de marketing e promoção (1 inserção publicitária * 1.100€ * 1,23 (IVA))	2023	12	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Distribuíveis	1.353,00	-

Deslocações

As distâncias de viagem têm de ser calculadas com o calculador de distâncias apoiado pela Comissão Europeia -

https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/resources/distance-calculator_en

8.200,00

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
1	ANIET	P	2023	12	Porto	Dubai	6.039,00	1	1.640,00
2	ANIET	E	2023	12	Porto	Dubai	6.039,00	4	6.560,00

Repartição de custos distribuíveis da ação

Preenchimento obrigatório para ações de "Promoção" e "Prospecção", e para ações do tipo "Feira" quando estejam envolvidas empresas do sector da Agricultura.

Os custos serão atribuídos às empresas designadas, a título de minimis, em fase de decisão da candidatura.

124.783,00

N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-

Empresas fora do acordo

100,00

124.783,00

Confirma a percentagem de 100,00% prevista para empresas fora do acordo? ☒

Detalhe da ação

Ação

9 - Missão Prospeção Suécia

Caracterização

Custos

Tipo ação

Prospeção

Mercado

Suécia

Descrição / Justificação

A missão de prospeção à Suécia enquadra-se na estratégia de entrada em mercados nórdicos e está alinhada com o interesse das empresas em explorar mercados de valor, que apresentem condições favoráveis ao alargamento da base exportadora, mas que, sobretudo, sejam capazes de lhes aportar níveis de rentabilidade mais elevados.

Considerada a maior economia nórdica, a Suécia é uma das mais desenvolvidas, competitivas e modernas economias do mundo. Trata-se de um país assente em tecnologias de ponta com elevado nível de sofisticação privilegiando elevados padrões de vida. A posição preponderante da economia sueca é sobretudo explicada pelo alto grau de maturidade tecnológica, capacidade inovadora, cultura empresarial muito sofisticada e um ambiente macroeconómico estável.

Importou (Eurostat) em 2021 cerca de 52 milhões de euros de Pedra Natural, valorizando a oferta de produtos acabados (NC 6802: 53%). Ocupa (INE) a 8ª posição no ranking de clientes nacionais (quota de 2,77%), o que confirma a Suécia como um mercado de oportunidade para o setor.

A missão de prospeção – estimada com uma duração de 4 dias -, que tem como objetivos principais aprofundar o conhecimento do mercado e estabelecer contactos comerciais que venham a resultar em negócios, prevê:

- ? Kick-off Meeting: reunião inicial para recolha de informação e alinhamento de expectativas
- ? Prospeção de contactos: criação da base de dados de potenciais parceiros, contacto para apresentação de informação sobre cada empresa participante, seus produtos/serviços, agendamento de reuniões
- ? Preparação da Missão:
 - A) criação do formulário de perfil de cada empresa e potencial comprador, definição do programa da missão, ponto de situação regular dos contactos realizados e dos resultados obtidos
 - B) Agendamento de deslocações, estadias, espaços e meios necessários.
- ? Missão ao mercado: disponibilização da agenda individual de cada participante, envio às empresas participantes e aos compradores do mercado de toda a informação relevante para a boa execução das reuniões, acompanhamento presencial no decorrer da missão (deslocação ao mercado)
- ? Follow-up individualizado: contactos posteriores à missão com os compradores para avaliação e manutenção de interesse no desenvolvimento de negócios com cada participante, apoio na comunicação entre as partes, avaliação, relatório final.

A equipa da ANIET fará um acompanhamento próximo de todas as fases da ação conforme descrito no plano de ação, em “Tarefas de acompanhamento das empresas na fase da execução dos projetos”.

Previamente à sua preparação a ANIET articulará com a AICEP o respetivo programa, calendarização e outros aspetos necessários para garantir o melhor impacto da presença nacional e coerência com a estratégia de promoção externa da Agência.

No mapa de investimentos, encontram-se discriminadas as despesas necessárias associadas a esta ação.

Ano

2023

Mês

4

N.º de empresas

5

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º

Processos associados

Tipo de atividade

- - -

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação de marketing

Fundamentação de inovação organizacional

Detalhe da ação

Ação

9 - Missão Prospeção Suécia

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
1	ANIET	Deslocações - ANIET - Prospeção Suécia (Gotemburgo - Suécia - 1 técnico * 2 viagens (ida e volta) * 360€)	2023	4	Acompanhamento - Deslocações	Indivisíveis	720,00	-
2	ANIET	Deslocações - Prospeção Suécia (Gotemburgo - Suécia - 5 empresas * 2 viagens (ida e volta) * 360€)	2023	4	Prospeção - Deslocações	Distribuíveis	3.600,00	-
3	ANIET	Alojamento - ANIET - Prospeção Suécia (Gotemburgo - Suécia - 1 técnico * 4 noites * 250€/noite)	2023	4	Acompanhamento - Estadias	Indivisíveis	1.000,00	-
4	ANIET	Alojamento - Empresas (5 empresas * 4 noites * 250€/noite)	2023	4	Prospeção - Estadias	Distribuíveis	5.000,00	-
5	ANIET	Consultoria - preparação e acompanhamento da ação (1 missão (reuniões, prospeção contactos, preparação empresas, deslocação ao mercado, follow-up, ...)) * 1 consultor * 40 dias * 275€/dia * 1,23 (IVA))	2023	4	Prospeção - Contratação de serviços específicos	Distribuíveis	13.530,00	-

Deslocações

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
1	ANIET	P	2023	4	Porto	Göteborg	2.326,00	1	720,00
2	ANIET	E	2023	4	Porto	Göteborg	2.326,00	5	3.600,00

Repartição de custos distribuíveis da ação

Preenchimento obrigatório para ações de "Promoção" e "Prospecção", e para ações do tipo "Feira" quando estejam envolvidas empresas do sector da Agricultura.

Os custos serão atribuídos às empresas designadas, a título de minimis, em fase de decisão da candidatura.

			22.130,00
N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-
Empresas fora do acordo			100,00 22.130,00

Confirma a percentagem de 100,00% prevista para empresas fora do acordo?☒

Detalhe da ação

Ação

10 - Missão Inversa Mercados Nórdicos

Caracterização

Custos

Tipo ação

Missões

Mercado

Dinamarca

Descrição / Justificação

Os países nórdicos (Finlândia, Dinamarca, Suécia e Noruega) são reconhecidos como economias fortes, grande capacidade de gerar e distribuir riqueza, o que se repercute em elevada qualidade de vida e seu poder de compra.

Em termos de tendências mundiais na arquitetura e design ganharam, nos últimos anos, destaque e são atualmente líderes incondicionais de referência. O seu estilo escandinavo, marcado pelas influências das suas condições climáticas, caracteriza-se pelo minimalismo das formas e funcionalidade dos objetos, valorizando os recursos naturais pela intemporalidade e elegância.

Aqui a Pedra Natural é forte candidata, pois nada substitui a sua naturalidade, robustez e sofisticação. Motivo pelo qual:

-a procura destes mercados por pedra é significativa (em conjunto importações de 240 milhões de euros de pedra natural, sobretudo em produtos transformados (cerca de 76%)), e

-é pertinente conseguir alcançar os seus principais prescritores (arquitetos, designers, gabinetes de engenharia, importadores, ...) que são fortemente requisitados para desenvolver projetos (e prescrever pedra natural) no seu mercado interno e em projetos em todo o mundo.

O seu peso (INE) nas exportações nacionais é diminuto: Finlândia 912 mil euros-0,2%; Dinamarca-8,4 milhões de euros-1,8%; Suécia-12,9 milhões de euros-2,8%; Noruega-3,8 milhões de euros-0,8%

Tudo isto justifica manter e aprofundar relações.

A missão inversa (4 dias), que tem como objetivos principais aprofundar o conhecimento do mercado e estabelecer contactos comerciais que venham a resultar em negócios, prevê:

?Kick-off Meeting: recolha de informação

?Prospecção de contactos: criação da base de dados de potenciais parceiros, contacto para apresentação de informação sobre cada empresa participante, seus produtos/serviços, agendamento de reuniões

?Preparação:

C) formulário de perfil empresa/potencial comprador, programa da missão, ponto de situação regular de contactos e resultados

D) Agendamento de deslocações e estadias dos visitantes, espaços e meios

?Visitas: disponibilização de agendas, e de informação relevante para a boa execução das reuniões, acompanhamento presencial no decorrer da missão (visitas a empresas, a explorações, reuniões conjuntas e/ou B2B de apresentação de empresas e produtos)

?Follow-up individualizado: contactos posteriores à missão com os compradores para avaliação da manutenção de interesse no desenvolvimento de negócios, apoio na comunicação entre as partes, avaliação, relatório final.

A ANIET fará acompanhamento próximo de todas as fases da ação (plano de ação, em "Tarefas de acompanhamento das empresas na fase da execução dos projetos").

Previamente à sua preparação a ANIET articulará com a AICEP o respetivo programa, calendarização e outros aspetos necessários para garantir o melhor impacto da presença nacional e coerência com a estratégia de promoção externa da Agência.

No mapa de investimentos, encontram-se discriminadas as despesas necessárias associadas a esta ação.

Ano 2024

Mês 4

N.º de empresas 5

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º

Processos associados

Tipo de atividade

- - -

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação de marketing

Fundamentação de inovação organizacional

Detalhe da ação

Ação

10 - Missão Inversa Mercados Nórdicos

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
1	ANIET	Deslocações importadores - Inversa Mercados Nórdicos (Copenhaga - Porto - 10 importadores * 2 viagens (ida e volta) * 360€) - Calculado com o calculador de distância apoiado pela Comissão Europeia - 2208 km	2024	4	Missões - Deslocações	Distribuíveis	7.200,00	-
2	ANIET	Alojamento - Importadores (10 importadores * 4 noites * 250€/noite)	2024	4	Missões - Estadias	Distribuíveis	10.000,00	-
3	ANIET	Consultoria - preparação e acompanhamento da ação (1 missão (reuniões, prospeção contactos, preparação empresas, follow-up, ...) * 1 consultor * 35 dias * 275€/dia * 1,23 (IVA))	2024	4	Missões - Contratação de serviços específicos	Distribuíveis	11.838,75	-
4	ANIET	Aluguer de Espaço para reuniões e encontros B2B (2 dias de aluguer * 150€/dia * 1,23 (IVA))	2024	4	Missões - Contratação de serviços específicos	Distribuíveis	369,00	-

Deslocações

As distâncias de viagem têm de ser calculadas com o calculador de distâncias apoiado pela Comissão Europeia -

https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/resources/distance-calculator_en

0,00

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
-----	----------	-----	-----	-----	--------	---------	-----------	-------------	-------

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Repartição de custos distribuíveis da ação

Preenchimento obrigatório para ações de "Promoção" e "Prospecção", e para ações do tipo "Feira" quando estejam envolvidas empresas do sector da Agricultura.

Os custos serão atribuídos às empresas designadas, a título de minimis, em fase de decisão da candidatura.

			29.407,75	
N.º	Empresa		%	Custo
-	-		-	-
Empresas fora do acordo			100,00	29.407,75

Confirma a percentagem de 100,00% prevista para empresas fora do acordo?☒

Detalhe da ação

Ação

11 - Suportes promocionais - catálogos físicos

Caracterização

Custos

Tipo ação

Campanhas de Marketing

Mercado

Portugal

Descrição / Justificação

Num processo de internacionalização, o outbound marketing tem um papel ativo a desempenhar nos processos das áreas de marketing e vendas, e já não é hoje considerado o “filho mais fraco” das estratégias de promoção.

Atendendo às características deste projeto, em que são contempladas ações presenciais, como é o caso das participações em feira, em que é estabelecido um contacto direto e pessoal com os potenciais clientes/parceiros de negócios, os suportes promocionais são relevantes para apresentação e informação sobre a oferta.

No caso dos catálogos físicos, são considerados importantes pelas empresas no apoio à sua promoção externa e uma componente necessária nas suas práticas comerciais: representam uma peça relevante na divulgação dos seus produtos e marcas e permitem ao cliente analisar os produtos da empresa e, até, entendê-lo como um convite para a conhecer um pouco mais.

Outro detalhe crucial, que também acrescenta bastante importância aos materiais promocionais, é o retorno do pós-evento: os materiais entregues em eventos, permitem aos potenciais clientes que precisem de alguma informação sobre as empresas, a obtenham facilmente por destes meios.

Assim, contemplou-se em projeto investimento – individualizável – para desenvolvimento de material promocional – catálogos físicos - para dar resposta a empresas que não o tenham, atendendo a existência de níveis diferentes de preparação para as iniciativas previstas, da estratégia de comunicação que irão adotar nos diferentes mercados e da tipologia de ações em que pretendem participar. Por outro lado, algumas empresas dispõem/virão a dispor de instrumentos de promoção e marketing que reúnem condições adequadas às suas participações nas ações do projeto enquanto outras não têm condições financeiras e/ou técnicas para de per si prepararem essas ferramentas e que igualmente lhes são indispensáveis.

Acresce referir que o critério adotado é resultado do trabalho já realizado de sensibilização e divulgação junto das empresas, que manifestaram esse interesse e necessidade (vertidos nas opções de pré-adesão e considerando adicionalmente a possibilidade de novas adesões poderem beneficiar em igualdade de circunstâncias desse apoio).

No mapa de investimentos, encontram-se discriminadas as despesas necessárias associadas a esta ação, que se referem à conceção e produção de catálogos para 6 empresas.

Ano

2023

Mês

1

N.º de empresas

6

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º

Processos associados

Tipo de atividade

-

-

Fundamentação de inovação de marketing

Fundamentação de inovação organizacional

Detalhe da ação

Ação

11 - Suportes promocionais - catálogos físicos

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
1	ANIET	Material de promoção - catálogos físicos - conceção e produção (até 20 páginas, 20*15cm, 4 cores) de 160 catálogos * 7,5€ * 6 empresas * 1,23 (IVA)	2023	1	Campanhas de Marketing - Contratação de serviços específicos	Distribuíveis	8.856,00	-

Deslocações

As distâncias de viagem têm de ser calculadas com o calculador de distâncias apoiado pela Comissão Europeia -

https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/resources/distance-calculator_en

0,00

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Repartição de custos distribuíveis da ação

Preenchimento obrigatório para ações de "Promoção" e "Prospecção", e para ações do tipo "Feira" quando estejam envolvidas empresas do sector da Agricultura.

Os custos serão atribuídos às empresas designadas, a título de minimis, em fase de decisão da candidatura.

8.856,00

N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-

Empresas fora do acordo

100,00

8.856,00

Confirma a percentagem de 100,00% prevista para empresas fora do acordo? ☒

Detalhe da ação

Ação

12 - Conteúdos digitais - vídeos promocionais

Caracterização

Custos

Tipo ação

Campanhas de Marketing

Mercado

Portugal

Descrição / Justificação

No contexto de modernização e inovação das práticas comerciais e de marketing, nomeadamente ao nível do digital, em que as empresas se encontram a dar os primeiros passos, é fundamental que possam aceder a um tipo de ferramentas de divulgação que, pela sua natureza, sejam mais sofisticadas, diferenciadoras e com maior potencial de disseminação junto dos seus públicos-alvo, sendo visualizáveis em qualquer dispositivo eletrónico com acesso à internet, em qualquer parte do mundo.

Conscientes dos níveis diferentes de preparação para a internacionalização e da existência de estratégias comerciais diversificadas, faz todo o sentido que em projeto se contemple diversas opções de suportes promocionais, que lhes permitam ser mais eficazes nas suas campanhas de marketing e comunicação.

O investimento nesta (vídeos promocionais) e nas ações seguintes (catálogo digital; social media marketing; e content marketing) configuram a aposta numa nova abordagem ao marketing-mix (produto, preço, distribuição e promoção) da Pedra Natural, como meios de melhoria da qualidade intrínseca do seu produto, da sua promoção e distribuição nos mercados-alvo do projeto e de criar um posicionamento diferenciado e de maior valor junto dos clientes e prescritores, o que passa pela utilização de estratégias de marketing inbound e de account based marketing.

Contemplou-se assim investimento para a criação de vídeos promocionais para empresas que deles necessitem e possam não ter condições financeiras e/ou técnicas para de per si os prepararem: vídeos de natureza institucional (apresentação da empresa) e/ou de produtos/obras, que permitam dar resposta às solicitações de potenciais clientes, para promoção em missões/feiras e para ações de sua própria iniciativa, podendo assumir um papel introdutório perante o público-alvo.

Os vídeos a conceber, pela sua natureza e independentemente da técnica ou estilo a adotar, obrigarão a alguns cuidados especiais: serão concebidos de acordo com um propósito bem definido, estarão suportados numa ideia-chave, de acordo com as características mais relevantes da empresa a promover, foco no público-alvo e apelarão à ação. Não obstante terem sempre como foco o produto ou serviço promovido, os vídeos não serão exaustivos na listagem das suas características, optando antes por dar apenas uma imagem geral do mesmo e alimentar desta forma as expectativas do público-alvo.

O investimento a realizar no âmbito desta ação está relacionado com a conceção de vídeos promocionais (Guião, Captação de imagem, Edição e Montagem, Licença de utilização de música) para 4 empresas.

Complementarmente, em projeto está previsto apoio especializado em marketing e comunicação objetivando melhorar os níveis de preparação das empresas para participarem nas diferentes ações de internacionalização - nas presenciais, mas sobretudo nas digitais, por serem áreas em que apresentam menores níveis de capacitação - o que será um valioso contributo e alavancará resultados nesta ação.

Ano

2023

Mês

8

N.º de empresas

4

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º

Processos associados

Tipo de atividade

-

-

-

Fundamentação de inovação de marketing

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação organizacional

Detalhe da ação

Ação

12 - Conteúdos digitais - vídeos promocionais

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
1	ANIET	Conteúdos digitais - Vídeos institucionais e/ou de promoção da oferta - 1 vídeo (Guião, Captação imagem, Edição e Montagem, licença música) * 2.000,00€ * 4 empresas * 1,23 (IVA)	2023	8	Campanhas de Marketing - Contratação de serviços específicos	Distribuíveis	9.840,00	-

Deslocações

As distâncias de viagem têm de ser calculadas com o calculador de distâncias apoiado pela Comissão Europeia -

https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/resources/distance-calculator_en

0,00

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Repartição de custos distribuíveis da ação

Preenchimento obrigatório para ações de "Promoção" e "Prospecção", e para ações do tipo "Feira" quando estejam envolvidas empresas do sector da Agricultura.

Os custos serão atribuídos às empresas designadas, a título de minimis, em fase de decisão da candidatura.

9.840,00

N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-

Empresas fora do acordo

100,00

9.840,00

Confirma a percentagem de 100,00% prevista para empresas fora do acordo? ☒

Detalhe da ação

Ação

13 - Conteúdos digitais - catálogos digitais

Caracterização

Custos

Tipo ação

Campanhas de Marketing

Mercado

Portugal

Descrição / Justificação

A produção de catálogos digitais surge na mesma lógica de modernização, inovação das práticas comerciais de marketing mas empresas participantes e adequação ao público-alvo (como prescritores ou importadores), com maior incidência nos mercados internacionais.

No contexto atual de rápidos avanços da tecnologia, é cada vez mais comum o uso de dispositivos móveis (por exemplo tablets e smartphones) para auxiliar o trabalho das forças de venda, o que pressupõe a adequação dos materiais de divulgação a estas tecnologias, nomeadamente através da disponibilização de catálogos digitais como forma de apresentarem o seu mix de oferta aos mercados, tendo algumas empresas manifestado essa necessidade e vontade de ir mais além.

Assim, contemplou-se em projeto esse investimento atendendo a existência de níveis diferentes de preparação para as iniciativas previstas (condições financeiras e/ou técnicas para de per si prepararem essas ferramentas e que possam necessitar), da estratégia de comunicação que irão adotar nos diferentes mercados e da tipologia de ações em que pretendem participar.

O critério adotado é resultado do trabalho já realizado de sensibilização e divulgação junto das empresas, que manifestaram esse interesse e necessidade (vertidos nas opções de pré-adesão e considerando adicionalmente a possibilidade de novas adesões poderem beneficiar em igualdade de circunstâncias desse apoio).

O catálogo digital será composto por uma combinação gráfica imagens, textos e hiperligações que oferecem descrições e informações adicionais detalhadas dos produtos.

Como é evidente, aportam inúmeras vantagens de disseminação e alcance e obter indicadores de mensuração que outros suportes físicos não permitem.

Por exemplo, através dos seus próprios meios digitais ou em campanhas de marketing digital pagas segmentar alvos comerciais; ou, nos casos das empresas com loja online ou inseridas em plataforma de e-commerce, diretamente a partir dos objetos de catálogo o utilizador ser direcionado para esses canais de venda, sendo uma estratégia complementar que permite alavancar público adicional.

Será ainda possível inserir imagens que poderão ser ampliadas e disponibilizar funcionalidades de pesquisa por nome ou código de produtos.

Todas estas funcionalidades serão adequadas às estratégias e pretensões das empresas para as quais os catálogos serão concebidos.

O investimento a realizar no âmbito desta ação será de conceção dos catálogos digitais para 4 empresas.

Saliente-se que, complementarmente, em projeto está previsto apoio especializado em marketing e comunicação objetivando melhorar os níveis de preparação das empresas para participarem nas diferentes ações de internacionalização - nas presenciais, mas sobretudo nas digitais, por serem áreas em que apresentam menores níveis de capacitação - o que será um valioso contributo e alavancará resultados nesta ação.

Ano

2023

Mês

8

N.º de empresas

4

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º

Processos associados

Tipo de atividade

- - -

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação de marketing

Fundamentação de inovação organizacional

Detalhe da ação

Ação

13 - Conteúdos digitais - catálogos digitais

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
1	ANIET	Conteúdos digitais - Catálogo digital - 1 catálogo digital (10 páginas, até 35 fotografias editadas) * 4 empresas * 1.000€ * 1,23 (IVA)	2023	8	Campanhas de Marketing - Contratação de serviços específicos	Distribuíveis	4.920,00	-

Deslocações

As distâncias de viagem têm de ser calculadas com o calculador de distâncias apoiado pela Comissão Europeia -

https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/resources/distance-calculator_en

0,00

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Repartição de custos distribuíveis da ação

Preenchimento obrigatório para ações de "Promoção" e "Prospecção", e para ações do tipo "Feira" quando estejam envolvidas empresas do sector da Agricultura.

Os custos serão atribuídos às empresas designadas, a título de minimis, em fase de decisão da candidatura.

4.920,00

N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-

Empresas fora do acordo

100,00

4.920,00

Confirma a percentagem de 100,00% prevista para empresas fora do acordo? ☒

Detalhe da ação

Ação

14 - Inscrição e otimização da presença em marketplace eletrónicos

Caracterização

Custos

Tipo ação

Presença Web

Mercado

Portugal

Descrição / Justificação

As práticas de e-procurement dos prescritores da cadeia AEC pela crescente utilização do BIM impõe adaptação dos modelos de negócio e implementação de estratégias aplicadas a canais digitais para gestão de mercados, canais, produtos ou segmentos de cliente, sendo pertinente a presença em e-marketplaces de projeção internacional que permitem iniciar e/ou intensificar a atividade exportadora em canais com maior visibilidade.

Dados os mercados alvo do projeto, os segmentos a alcançar (médio/alto-mais exigentes, valorizam produtos diferenciados, com elevada incorporação de design e tecnologia) e após consulta às empresas e entidades parceiras, foi prevista a possibilidade de um conjunto de empresas se inscreverem pela primeira vez num e-marketplace internacional de referência – previsto o Archiproducts (archi_eng.pdf (archipassport.com)) por ser a maior rede de arquitetura e design mundial (260.000 produtos; 3.500 marcas de arquitetura, construção, mobiliário e design; 2,7 milhões utilizadores e 5 milhões de seguidores; catálogo de produtos em contínua atualização com fichas de produto detalhadas, acompanhadas de especificações técnicas, formulários de pedido de informações, em PDF e ficheiros BIM e 3D; APP com realidade aumentada; ferramentas de marketing digital (newsletter, ads e Direct Email Marketing); showcase virtual, biblioteca BIM e CAD; Tag de produtos em projetos de arquitetura) e uma campanha digital para divulgação da presença.

A ação contempla:

1. Preparação da ação com as empresas:

- a. reunião inicial (recolha informação/esclarecimento/ enquadramento na estratégia comercial individual/benefícios da participação/requisitos e condições para a presença/funcionalidades disponíveis na plataforma)
- b. avaliação e seleção dos produtos que melhor se qualificam
- c. aconselhamento na escolha de instrumentos e estratégia de comunicação das empresas na plataforma
- d. orientação sobre conteúdos, fotografia e referenciação dos produtos
- e. desenvolvimento e ativação da campanha de marketing via Display Advertising e Search Engine Advertising (SEA) para promover as empresas, aumentar a visibilidade das marcas junto de prescritores ou potenciais clientes internacionais, canalizar tráfego para os produtos listados no Marketplace e assim potenciar vendas e novos contactos internacionais (definição de objetivos, target e calendarização das fases da campanha; seleção dos websites mais adequados para a colocação das inserções que permitam maximizar a atenção e visitas do target selecionado à plataforma, ...).

2. Inscrição e inserção de conteúdos na plataforma de Marketplace

3. Inserções em sítios de terceiros internacionais, incluindo páginas de resultados de motores de busca – compra de meios (publicidade) necessários para ativação da campanha.

Novamente, o apoio especializado em marketing e comunicação transversal previsto ajudará a alavancar os resultados desta ação.

Ano 2024

Mês 7

N.º de empresas 3

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º	Processos associados	Tipo de atividade
1	Criação de lojas próprias online, inscrição e otimização da presença em marketplaces eletrónicos	Organizacional
2	Criação de lojas próprias online, inscrição e otimização da presença em marketplaces eletrónicos	Marketing
3	Search Engine Optimization (SEO) e Search Engine Advertising (SEA)	Marketing
4	Display Advertising: colocação de anúncios à oferta da empresa em sítios de terceiros	Marketing

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação de marketing

A ação integra inovação de marketing na medida em que contempla:

- uma nova abordagem ao marketing-mix na oferta internacional das empresas do setor da Pedra Natural visando a melhoria da promoção e distribuição nos mercados-alvo do projeto já identificados
- através da utilização de ferramentas de marketing sofisticadas - inscrição e otimização da presença em marketplaces eletrónicos e implementação de campanhas de marketing digital via Display Advertising e Search Engine Advertising (SEA)
- que são as adequadas aos segmentos da procura no segmento B2B, junto de prescritores da cadeia AEC, como arquitetos, designers e construtores

A Inscrição e otimização da presença em marketplaces eletrónicos como prevista na ação, permitirá obviamente criar um posicionamento diferenciado e de maior valor das empresas aderentes.

A mudança comercial estratégica pelo foco na oferta de produtos que incorporam maiores componentes tecnológicas e/ou design, em canais de grande alcance com visibilidade direcionada para o público que se pretende impactar e alinhada com as suas preferências, oferecerá a estas empresas um enorme retorno em termos de margens libertas, otimização de recursos e rentabilidade da atividade.

Fundamentação de inovação organizacional

A inovação organizacional está presente na ação, na medida em que se verifica a implementação de novos métodos organizacionais no exercício do negócio empresarial, especialmente no que diz respeito à relação das empresas com o mercado, fornecedores e distribuidores, não só por via das novas práticas de marketing, mas também através da alteração dos modelos de negócio:

- com a aposta no e-commerce através da inscrição e otimização da presença das empresas em marketplaces eletrónicos;
- com a introdução de novas práticas e modelos organizacionais pela adaptação dos processos organizativos ao e-procurement pelo BIM (e data templates a integrar na informação sobre os produtos disponibilizados nos marketplaces).

Detalhe da ação

Ação

14 - Inscrição e otimização da presença em marketplace eletrónicos

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
1	ANIET	Consultoria às empresas na preparação da presença em marketplace (1 consultor * 36 horas * 85€/hora * 1,23 (IVA))	2024	7	Presença Web - Contratação de serviços específicos	Distribuíveis	3.763,80	-
2	ANIET	Inscrição e inserção de conteúdos nas plataformas de marketplace - 3 inscrições iniciais * 4.400€/adesão	2024	7	Presença Web - Adesão a plataformas	Distribuíveis	13.200,00	-
3	ANIET	Anuncios em sitios de terceiros (5 anuncios) - 1 campanha de anúncios em sítos terceiros (estrangeiros) * 3 empresas * 2.450€/campanha	2024	7	Presença Web - Contratação de serviços específicos	Distribuíveis	7.350,00	-

Deslocações

As distâncias de viagem têm de ser calculadas com o calculador de distâncias apoiado pela Comissão Europeia -

https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/resources/distance-calculator_en

0,00

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Detalhe da ação

Repartição de custos distribuíveis da ação

Preenchimento obrigatório para ações de "Promoção" e "Prospecção", e para ações do tipo "Feira" quando estejam envolvidas empresas do sector da Agricultura.

Os custos serão atribuídos às empresas designadas, a título de minimis, em fase de decisão da candidatura.

		24.313,80	
N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-
Empresas fora do acordo		100,00	24.313,80

Confirma a percentagem de 100,00% prevista para empresas fora do acordo?☒

Detalhe da ação

Ação

15 - Criação de lojas próprias online

Caracterização

Custos

Tipo ação

Presença Web

Mercado

Portugal

Descrição / Justificação

Prosseguindo a estratégia de transição digital para o e-commerce, prevê-se o apoio às empresas do setor na criação de lojas próprias online.

As empresas do setor com canais próprios de venda online são residuais, contrariando as tendências de consumo globais e em crescimento significativo, inclusive no segmento do B2B, pelo que o projeto não poderia deixar de oferecer apoio para esse processo de transição para o e-commerce, uma ferramenta fundamental para o processo de internacionalização, acessível de qualquer ponto do globo e em qualquer horário, onde a principal concorrência internacional já dá cartas.

A ação conjunta contempla a possibilidade de um conjunto de empresas desenvolverem loja própria online e implementarem as estratégias de SEO para e-commerce e Display Advertising para a divulgação internacional:

1.Consultoria especializada a contratar para criação das lojas:

a.reunião inicial (recolha informação/apresentação do programa de intervenção/definição dos objetivos/enquadramento na estratégia comercial da empresa no plano internacional

b.definição da estrutura de dados e criação dos sites

c.avaliação e seleção com as empresas dos produtos que melhor se qualificam (e respetivos Data Templates para BIM)

d.desenvolvimento de conteúdos multilingues para integração nas lojas

e.fotografia e referenciação

f.otimização das lojas: de forma a alcançarem o topo dos rankings de pesquisa dos motores de busca, na sua conceção serão utilizadas as melhores técnicas e ferramentas digitais, designadamente Search Engine Optimization (SEO) para alavancar as lojas entre os principais players e estimular as suas vendas

g.desenvolvimento e ativação da campanha de marketing via Display Advertising e Search Engine Advertising (SEA) para promover as empresas e as suas marcas junto de prescritores ou potenciais clientes internacionais, canalizar tráfego para os produtos listados nas lojas online e assim potenciar vendas e novos contactos internacionais (definição de objetivos, target e calendarização das fases da campanha; seleção dos websites mais adequados para a colocação das inserções que permitam maximizar a atenção e visitas do target selecionado à loja, ...);

2.Inserções em sítios de terceiros internacionais, incluindo páginas de resultados de motor de busca—compra de meios (publicidade) necessários para ativação da campanha de Display Advertising

A construção da loja própria online terá ainda em conta a disponibilização de conteúdos e produtos adequados aos mercados alvo do projeto (EUA, Itália, Alemanha, Reino Unido, Canada, EAU, Suécia e restantes Mercados Nórdicos) e aos segmentos de mercado a alcançar (médio/alto - mais exigentes, que valorizam produtos diferenciados, com elevada incorporação de design e tecnologia através do contacto com prescritores como arquitetos, designers, empreiteiros, entre outros, e importadores).

Novamente, o apoio especializado em marketing e comunicação transversal previsto ajudará a alavancar os resultados desta ação.

Ano 2024

Mês 7

N.º de empresas 3

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º	Processos associados	Tipo de atividade
1	Search Engine Optimization (SEO) e Search Engine Advertising (SEA)	Marketing
2	Criação de lojas próprias online, inscrição e otimização da presença em marketplaces eletrónicos	Organizacional
3	Display Advertising: colocação de anúncios à oferta da empresa em sítios de terceiros	Marketing
4	Criação de lojas próprias online, inscrição e otimização da presença em marketplaces eletrónicos	Marketing

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação de marketing

A ação integra inovação de marketing na medida em que contempla:

- uma nova abordagem ao marketing-mix na oferta internacional das empresas do setor da Pedra Natural visando a melhoria da promoção e distribuição nos mercados-alvo do projeto já identificados
- através da utilização de ferramentas de marketing sofisticadas – criação de lojas próprias online e implementação de campanhas de marketing digital via Display Advertising, Search Engine Advertising (SEA) e otimização da presença online via Search Engine Optimization (SEO)
- que são as adequadas aos segmentos da procura no segmento B2B, junto de prescritores da cadeia AEC, como arquitetos, designers, construtores, ...

A criação de lojas próprias online como prevista na ação, permitirá obviamente criar um posicionamento diferenciado e de maior valor das empresas aderentes.

A mudança comercial estratégica pelo foco na oferta de produtos que incorporam maiores componentes tecnológicas e/ou design, em canais digitais, alavancada pela utilização de ferramentas sofisticadas de marketing digital direcionadas para o público que se pretende impactar e alinhadas com as suas preferências, oferecerão a estas empresas um enorme retorno em termos de margens libertas, otimização de recursos e rentabilidade da atividade.

Fundamentação de inovação organizacional

A inovação organizacional está presente na ação, na medida em que se verifica a implementação de novos métodos organizacionais no exercício do negócio empresarial, especialmente no que diz respeito à relação das empresas com o mercado, fornecedores e distribuidores, não só por via das novas práticas de marketing, mas também através da alteração dos modelos de negócio:

- com a aposta no e-commerce através da criação de lojas próprias online;
- com a introdução de novas práticas e modelos organizacionais pela adaptação dos processos organizativos ao e-procurement pelo BIM (data templates a integrar na informação sobre os produtos disponibilizadas nas lojas) .

Detalhe da ação

Ação

15 - Criação de lojas próprias online

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
1	ANIET	Consultoria às empresas para criação da loja (criação do site, desenvolvimento de conteúdos, fotografia- Inclui SEO) - 1 consultor * 15 dias * 3 lojas online * 275€/dia * 1,23 (IVA)	2024	7	Presença Web - Contratação de serviços específicos	Distribuíveis	15.221,25	-
2	ANIET	Anuncios em sitios de terceiros (5 anuncios) - 1 campanha de anúncios em sitios terceiros (estrangeiros) * 3 empresas * 2.450€	2024	7	Presença Web - Contratação de serviços específicos	Distribuíveis	7.350,00	-

Deslocações

As distâncias de viagem têm de ser calculadas com o calculador de distâncias apoiado pela Comissão Europeia -

https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/resources/distance-calculator_en

0,00

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Repartição de custos distribuíveis da ação

Preenchimento obrigatório para ações de "Promoção" e "Prospecção", e para ações do tipo "Feira" quando estejam envolvidas empresas do sector da Agricultura.

Os custos serão atribuídos às empresas designadas, a título de minimis, em fase de decisão da candidatura.

22.571,25

N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-

Empresas fora do acordo

100,00

22.571,25

Confirma a percentagem de 100,00% prevista para empresas fora do acordo? ☒

Detalhe da ação

Ação 16 - Social media marketing

Caracterização

Custos

Tipo ação Campanhas de Marketing

Mercado Portugal

Descrição / Justificação

A maioria das empresas já, de alguma forma, marca presença nas redes sociais (principalmente o Facebook), de um modo empírico, mas de facto essa presença resume-se à criação do perfil e à publicação de uma ou outra notícia para divulgação pontual das suas atividades e não a campanhas estruturadas de marketing digital, não sendo efetivas nem em visibilidade nem em resultados.

Este posicionamento no marketing não se coaduna com a rápida evolução dos mercados e exigências do consumo, e muito menos com estratégias de internacionalização de reforço de notoriedade de marca, porque o seu foco comunicacional está apenas orientado para o mercado interno.

Constatadas estas dificuldades, mas simultaneamente abertura das empresas em se capacitar neste domínio, reconhecendo-lhe valor, no âmbito da nova abordagem ao marketing que se objetiva, o projeto contempla, mediante utilização de ferramentas sofisticadas adequadas e direcionadas ao público e mercados alvo já identificados, o desenho, implementação e otimização da presença e interação com clientes via redes sociais, num modelo que as empresas poderão futuramente replicar.

Assim, e orientada para alcançar e fidelizar prescritores e potenciais clientes e, com isso, potenciar negócios e contactos internacionais, a ação integra:

1. reunião inicial para recolha de dados, avaliação de recursos e do histórico de presença da empresa nas redes sociais
2. aconselhamento na criação e/ou melhoria da presença institucional nas diferentes redes sociais e otimizada para mais de um idioma (Facebook, LinkedIn, Instagram, Youtube, Twitter, Pinterest, ...) e sua integração com o website institucional da empresa
3. apoio na definição de objetivos e métricas, target e calendarização da ação, de alinhadas com as estratégias comerciais das empresas no plano internacional
4. desenho e implementação das estratégias definidas para os canais selecionados (plano de publicações, frequência, tipo de conteúdos, ...)
5. análise aos conteúdos criados e introdução de melhorias
6. otimização da presença e interação com clientes via redes sociais, através de conteúdos orgânicos e conteúdos pagos
7. monitorização e avaliação da performance e ajustamentos

Em suma, a chave das redes sociais está na construção e manutenção de relacionamentos, e é aí que se pretende intervir: ajudar as empresas a criar uma estratégia adequada aos seus objetivos de alcançar clientes rapidamente, de forma relevante, personalizada e mais eficaz e de reforço de marca nos mercados internacionais.

Face à ausência de recursos e competências nas empresas para o efeito, também nesta ação se recorrerá à subcontratação de entidade externa especializada, prevendo-se o desenvolvimento de 5 campanhas de social media marketing.

Novamente, o apoio especializado em marketing e comunicação transversal previsto ajudará a alavancar os resultados desta ação.

Ano 2024

Mês 11

N.º de empresas 5

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º	Processos associados	Tipo de atividade
1	Social Media Marketing, implementação e otimização da presença e interação com clientes via redes sociais	Marketing

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação de marketing

A ação integra inovação de marketing na medida em que contempla:

- uma nova abordagem ao marketing-mix na oferta internacional das empresas do setor da Pedra Natural visando a melhoria da promoção e distribuição nos mercados-alvo do projeto já identificados
- através da utilização de ferramentas de marketing sofisticadas – Social Media Marketing para desenho, implementação e otimização da presença e interação com clientes via redes sociais
- que são as adequadas aos segmentos da procura no segmento B2B, junto de prescritores da cadeia AEC, como arquitetos, designers, construtores, ...

A aplicação do Social Media Marketing como prevista na ação, permitirá obviamente criar um posicionamento diferenciado e de maior valor das empresas aderentes.

A mudança de foco comercial para estratégias de comunicação global, sustentadas por um adequado plano de marketing, alavancado pelas mais valias de ferramentas sofisticadas, como é o caso do Social Media Marketing, direcionadas para o público que se pretende impactar e alinhadas com as suas preferências, oferecerão a estas empresas um enorme retorno em termos de margens libertas, otimização de recursos e rentabilidade da atividade.

Fundamentação de inovação organizacional

Detalhe da ação

Ação

16 - Social media marketing

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
1	ANIET	Consultoria às empresas na conceção, implementação e otimização da presença e interação com clientes via redes sociais (1 consultor * 8 dias * 5 campanhas * 275€/dia * 1,23 (IVA))	2024	11	Campanhas de Marketing - Contratação de serviços específicos	Distribuíveis	13.530,00	-

Deslocações

As distâncias de viagem têm de ser calculadas com o calculador de distâncias apoiado pela Comissão Europeia -

https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/resources/distance-calculator_en

0,00

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Repartição de custos distribuíveis da ação

Preenchimento obrigatório para ações de "Promoção" e "Prospecção", e para ações do tipo "Feira" quando estejam envolvidas empresas do sector da Agricultura.

Os custos serão atribuídos às empresas designadas, a título de minimis, em fase de decisão da candidatura.

13.530,00

N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-

Empresas fora do acordo

100,00

13.530,00

Confirma a percentagem de 100,00% prevista para empresas fora do acordo?☒

Detalhe da ação

Ação

17 - Content marketing

Caracterização

Custos

Tipo ação

Campanhas de Marketing

Mercado

Portugal

Descrição / Justificação

Ainda no que diz respeito à implementação de soluções inovadoras de marketing inbound, e com o intuito de otimizar e melhorar a presença online das empresas do setor, particularmente no que diz respeito aos mercados internacionais alvo do projeto, está prevista a possibilidade de as empresas beneficiarem de apoio para a criação e distribuição de conteúdos digitais.

Aportam vantagens relevantes:

- aumentar a presença e “pegada” digital
- melhorar a qualidade da informação e perceção dos produtos/serviços
- captar Registos/Leads
- melhorar o posicionamento nos motores de busca
- aumentar o número de visitas
- serem referenciadas/partilhadas por outros
- aumentar a sua credibilidade e reconhecimento da marca

Dirigindo-se também a empresas que já tenham presença online (website institucional e/ou nas redes sociais), a ação integra apoio especializado para criação e disseminação de conteúdos digitais relevantes e valiosos para o público-alvo já definido em candidatura, com o objetivo de aumentar o tráfego, criar afinidade com a empresa e conquistar visitas aos seus canais online (sejam website institucional, redes sociais ou locais de comércio eletrónico).

Cada vez mais utilizados para conquistar autoridade perante o público a atrair, têm efeitos de fidelização e visibilidade da marca e dos seus produtos perante prescritores e potenciais clientes e, com isso, potenciam negócios e contactos internacionais.

Contempla:

- 1.reunião inicial para recolha de dados, avaliação de recursos (incluindo otimização SEO pré-existente) e da presença online das empresas (que deve estar preparada para diferentes idiomas)
- 2.estruturação do plano de conteúdos (definição do target, formatos a produzir, calendarização, objetivos e métricas) de acordo com a estratégia comercial e de marketing de cada empresa participante para os mercados externos em que pretende atuar
- 3.apoio na criação dos conteúdos (texto curto, texto longo, imagens ou vídeos)
- 4.promoção dos conteúdos nos canais em que se encontra o público a impactar (redes sociais, listas de email, ...) e otimização (SEO) para o meio a promover (website, loja online, ...)
- 5.monitorização e avaliação da performance e ajustamentos

Em suma, as empresas terão apoio especializado para criação de conteúdos digitais (texto curto, texto longo, imagens, animações ou vídeos) sobre si e sobre a sua área de atuação, podendo optar por tratar assuntos específicos ou numa perspetiva mais abrangente da oferta, sempre dentro dos temas mais relevantes para o seu negócio e sempre tendo em atenção as palavras-chave certas para levar cada vez mais público-alvo a conhecer a empresa e as ofertas por si comercializadas. Serão depois otimizados pela vertente de SEO para assegurar a desejada visibilizada.

O investimento a realizar será de consultoria às empresas na criação e distribuição de conteúdos digitais, para 5 empresas.

Novamente, o apoio especializado em marketing e comunicação transversal previsto ajudará a alavancar os resultados desta ação

Ano

2024

Mês

11

N.º de empresas

5

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º	Processos associados	Tipo de atividade
1	Content Marketing: criação e distribuição de conteúdos digitais dirigidos a captar a atenção e atrair os clientes-alvo	Marketing
2	Search Engine Optimization (SEO) e Search Engine Advertising (SEA)	Marketing

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação de marketing

A ação integra inovação de marketing na medida em que contempla:

- uma nova abordagem ao marketing-mix na oferta internacional das empresas do setor da Pedra Natural visando a melhoria da promoção e distribuição nos mercados-alvo do projeto já identificados
- através da utilização de ferramentas de marketing sofisticadas – Content marketing para criação e distribuição de conteúdos digitais dirigidos a captar a atenção e atrair os clientes-alvo e SEO
- que são as adequadas aos segmentos da procura no segmento B2B, junto de prescritores da cadeia AEC, como arquitetos, designers, construtores, ...

A ação, nos termos previstos, permitirá obviamente criar um posicionamento diferenciado e de maior valor das empresas aderentes.

A mudança de foco comercial para estratégias de comunicação global, sustentadas por um adequado plano de marketing, alavancado pelas mais valias de ferramentas sofisticadas, como é o caso do Social Media Marketing, direcionadas para o público que se pretende impactar e alinhadas com as suas preferências, oferecerão a estas empresas um enorme retorno em termos de margens libertas, otimização de recursos e rentabilidade da atividade.

Fundamentação de inovação organizacional

Detalhe da ação

Ação

17 - Content marketing

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
1	ANIET	Consultoria às empresas na criação e distribuição de conteúdos digitais (1 consultor * 10 dias * 5 campanhas * 275€/dia * 1,23 (IVA))	2024	11	Campanhas de Marketing - Contratação de serviços específicos	Distribuíveis	16.912,50	-

Deslocações

As distâncias de viagem têm de ser calculadas com o calculador de distâncias apoiado pela Comissão Europeia -

https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/resources/distance-calculator_en

0,00

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Repartição de custos distribuíveis da ação

Preenchimento obrigatório para ações de "Promoção" e "Prospecção", e para ações do tipo "Feira" quando estejam envolvidas empresas do sector da Agricultura.

Os custos serão atribuídos às empresas designadas, a título de minimis, em fase de decisão da candidatura.

16.912,50

N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-

Empresas fora do acordo

100,00

16.912,50

Confirma a percentagem de 100,00% prevista para empresas fora do acordo? ☒

Ações a implementar - plano de ação

1

2

3

4

SI-Internacionalização - Projetos Conjuntos - Plano de Ação

Tipologia e a área de intervenção nas empresas, descrevendo um programa coerente face a problemas ou oportunidades a explorar, claramente identificadas e justificadas, no quadro das empresas a envolver

A pedra natural é um recurso natural abundante no nosso país e de exploração tradicional com capacidade produtiva e know-how industrial acumulado ao longo dos anos, com uma relevância assinalável à escala global (Montani, 2020):

- em volume 2,85 milhões de toneladas extraídas, 10ª posição mundial e uma quota de 1,8%;
- peso exportador principais produtos (Blocos, chapas e produtos transformados);
- em volume 1,78 milhões de toneladas exportadas, 6ª posição mundial, 2,1% exportações mundiais.
- em valor 413 milhões de dólares, 7ª posição mundial, 2,13% exportações mundiais

Principais concorrentes:

- em volume: Índia (27%), China (16%), Turquia (13%) e Brasil (4%);
- em valor: China (30%), Índia (10%), Itália (9%), Turquia (9%), Brasil (5%) e Espanha (4%).

No produto mais transacionado mundialmente (6802|Pedras naturais de cantaria ou de construção) a competitividade nacional mantém-se pelo preço; de 2019 para 2020 Portugal subiu para a 8ª posição (preço médio/m2 é 549USD) mas é ultrapassado por países:

- com menor competitividade em volume, como a Alemanha (10ª em volume, 1.241 USD/m2), Bélgica (12ª posição em volume, 1.145 USD/m2), Grécia (8ª posição em volume, 656 USD/m2) e Espanha (7ª posição em volume, 582 USD/m2);
- com maior competitividade em volume, como Itália (5ª posição em volume, 1.363 USD/m2), China (2ª posição em volume, 816 USD/m2) e Brasil (4ª posição em volume, 702 USD/m2).

As exportações portuguesas têm vindo a crescer, tendo apresentado naturalmente alguma redução em 2020 por força do surto pandémico por Covid-19.

Em tecnologias para a pedra, Portugal não consta do ranking de líderes mundiais. Na UE28, tem uma quota de 1,01% das exportações e de 3,87% nas importações, o que demonstra dependência de equipamentos estrangeiros e a necessidade de modernização das infraestruturas tecnológicas, reaproveitar os recursos existentes, reforçar parcerias com entidades I&I e apostar no desenvolvimento de novas estratégias/soluções industriais.

O setor tem pontos fortes: domínio da tecnologia industrial na extração e transformação dos recursos minerais, condições para aumentar exportações, excelência da matéria-prima, diversidade (+100 tipos de pedra catalogados), é fornecedor de excelência para a cadeia de abastecimento da fileira AEC (revestimentos, pavimentos, infraestruturas, edifícios, arruamentos, calçadas, mobiliário urbano, decoração, ...), resiliência e capacidade de adaptação.

Como pontos fracos: reduzida dimensão das empresas que prejudica a exploração de vantagens nos mercados; dificuldades de financiamento com custos cada vez mais elevados; necessidade de reforçar a inovação e a incorporação tecnológica/design como resposta às tendências internacionais e à concorrência (direta e de produtos substitutos); reduzidos graus de profissionalização da gestão para análise estratégica ao comércio internacional setorial, à concorrência e às tendências da procura para antever oportunidades e ajustar a oferta; reduzida aposta em marketing e promoção internacional e de autonomia na promoção comercial o que aumenta a distância em relação aos grandes players internacionais; reduzida aproximação aos paradigmas colaborativos em curso na cadeia de abastecimento AEC e seus impactos na pedra natural; baixo grau de adoção digital para acompanhar o crescimento da procura no canal online (acelerada no contexto pandémico).

As empresas enfrentam o aumento da concorrência internacional direta de preço baixo (China, Índia, Turquia, ...); a concorrência de produtos alternativos (vinílicos, cortiças, madeiras e sobretudo cerâmicos e materiais rochosos artificiais como as superfícies de quartzo), que disputam importantes segmentos de mercado de construção; impactos do Brexit (potencial de perda de quota, deslocalização de negócios); concorrência mais forte no marketing e já presente no e-commerce ameaça a obsolescência dos modelos de negócio nacionais de distribuição tradicional e sem força na promoção; estratégias inconsistentes de promoção internacional prejudicam a imagem e notoriedade do setor.

Não obstante, perspetivam-se boas oportunidades pelo aumento da procura externa de rochas ornamentais para a construção; forte crescimento dos mercados emergentes que valorizam o produto europeu; crescimento económico e poder compra em mercados mais desenvolvidos; nichos de mercado de luxo no mercado residencial de alta gama (coleções WC, mobiliário); tendências emergentes da procura por novos materiais eficientes ambientalmente onde a pedra natural tem vantagens; abertura das entidades do sistema I&I para apoiar as empresas nos desafios da transição digital; influência das tendências emanadas por prescritores (arquitetos, designers, decoradores) valorizam a integração de serviços especializados, desenhos complexos e corte de peças com alto nível de precisão; tendências por novos produtos e acabamentos (cor, tonalidade, padrões, tamanho do grão, textura) e novas aplicações (detalhes arquitetónicos e de decoração, pedras retro-iluminadas...).

Neste contexto é inquestionável a importância da manutenção do apoio à internacionalização do setor, de forma consistente e coordenada, beneficiando das sinergias, partilha de recursos e de conhecimento para ultrapassar problemas decorrentes de falta de liquidez atual, ganhar dimensão da oferta pela cooperação, alinhamento de estratégias e impacto da promoção proporcionados pela ação conjunta.

As ações e investimentos principais associados (detalhados no mapa de investimentos) permitem agir sobre as dificuldades assinaladas (que de outra forma não seriam possíveis, principalmente para empresas de menor dimensão) como:

- Possibilitar a participação e preparar adequadamente com as empresas a presença coletiva em certames de referência e de oportunidade, permite não só que contactem com potenciais clientes, criem sinergias e ganhem escala pela colaboração com pares, e assim aumentem negócios internacionais; mas também que conheçam o que de melhor faz a concorrência direta e de substitutos, aos mais recentes desenvolvimentos tecnológicos e acompanhem as rápidas tendências emergentes:
 - . Investimentos ações 1 a 8: espaços em feira, coordenação imagem coletiva dos stands, meios promocionais, informação sobre o mercado e comércio setorial, adequação dos produtos a oferecer, divulgação da presença no certame, deslocações, meios logísticos, apoio da ANIET,...
 - Preparar e realizar prospeções/missões em mercados em que foram identificadas oportunidades com prescritores e importadores/distribuidores - que permite às empresas ultrapassar as dificuldades de concretização de redes comerciais desta dimensão e o acesso a interlocutores privilegiados com elevado potencial de concretização de negócios e de reforço de posições estratégicas na cadeia AEC:
 - . Investimentos ações 9 e 10: recolha de informação sobre o mercado e comércio setorial, prospeção e identificação de potenciais contactos/segmento, preparação da missão, imagem e meios promocionais, agendamento de reuniões, deslocações e logística, apoio da ANIET.
 - Conceção de conteúdos digitais (vídeos promocionais e catálogo digital) são novas formas de comunicação com os mercados e indispensáveis à ação comercial; e suportes promocionais (catálogos físicos) que parte das empresas participantes não tem ou estão obsoletos:
 - . Investimentos ações 11 a 13: Consultoria especializada em marketing e comunicação
 - Ativar a presença web das PME: apoio na adesão inicial e inserção de conteúdos adequados em plataformas internacionais (prevista ARCHIPRODUCTS), ou na criação de lojas online próprias para venda direta (criação do site, desenvolvimento de conteúdos, fotografia); plano de otimização dessa presença via SEO e Display Advertising:
 - . Investimentos ações 14 e 15: Consultoria especializada em marketing e comunicação e e-commerce, adesão a plataformas, campanhas de anúncios em meios estrangeiros (banners)
 - Implementar campanhas de promoção digital: desenho, implementação e otimização de novas estratégias de comunicação e promoção digital para os mercados internacionais através de Social Media Marketing e Content Marketing:
 - . Investimentos ações 16 e 17: Consultoria especializada em marketing e comunicação
- Complementarmente, a preocupação em fornecer às empresas informação relevante, ferramentas e adequada capacitação para a internacionalização, bem como a garantia da melhor implementação, acompanhamento, avaliação de resultados e disseminação pelo tecido empresarial contempla-se no investimento do promotor (despesas indivisíveis):
- Consultoria às empresas nas áreas de marketing e comunicação e de estruturação da informação para o BIM através de Data Templates, para adequada preparação das ações em que participem
 - Produção de informação especializada nas áreas temáticas E-commerce, Tendências do Consumo nos mercados alvo e desenvolvimento de Data Templates para BIM: para capacitação, conhecimento e promoção das melhores práticas, serão ferramentas essenciais de suporte às estratégias de internacionalização das empresas participantes
 - Preparação e divulgação de informação/meios para sensibilização e divulgação do projeto: para angariar novas empresas aderentes e divulgar publicamente o projeto
 - Realização de pelo menos 6 eventos públicos: 1 sessão de divulgação do plano de ação, 4 Webinars temáticos com especialistas de marketing e entidades de I&I, e 1 sessão de divulgação/disseminação de resultados, para além de várias reuniões com as empresas participantes, serão oportunidades para debate dos desafios e oportunidades com o setor e também com a cadeia global de abastecimento AEC
 - Avaliação do projeto e dos resultados das ações: transversal à sua duração, contempla a monitorização e avaliação dos resultados das ações presenciais e digitais
 - Equipa técnica: correspondente ao trabalho essencial realizado pelo pessoal interno da associação afeto ao projeto (detalhado em campo próprio).

Metodologia de intervenção nas empresas

A metodologia de intervenção concebida para o projeto prevê o envolvimento e contacto em permanência com as empresas desde a fase de conceção até à fase de avaliação dos seus resultados até porque, sendo elas as suas beneficiárias, todo o projeto tem de ser construído em proximidade e colaboração entre a equipa global (empresas, ANIET, entidades parceiras), de modo a estar perfeitamente alinhado com as suas carências e expectativas, ter o seu envolvimento e participação nas atividades, produzir os resultados esperados e, em última análise, contribuir para a sua autonomia futura no desenvolvimento de estratégias de internacionalização perfeitamente alinhadas com os mercados e a procura.

A intervenção procura ser tão abrangente e presente quanto possível, para a criação de um projeto de internacionalização efetivamente integrador que ajude as empresas participantes a alavancar os melhores resultados e com efeitos duradouros:

- abordagens diversificadas em mercados e nas formas de os trabalhar
- preparação adequada das ações, quer pelo apoio interno da ANIET quer pela equipa de consultores de especialidades
- acompanhamento e apoio durante essas mesmas ações
- meios e ferramentas necessários às intervenções, estando inclusive contemplado apoio para a criação de meios promocionais físicos e digitais para as empresas (catálogos físicos e digitais, vídeos promocionais)
- informação especializada relevante
- ações de sensibilização, diálogo e debate com o tecido empresarial sobre os desafios dos mercados e estratégias para os ultrapassar

Assim, num primeiro momento, são realizadas atividades para sensibilização e informação sobre as ações e promoção do projeto, alerta a potenciais beneficiários sobre a importância e mais valias de participarem em ações conjuntas e tendentes à angariação de novas adesões. Também será realizada uma sessão pública de apresentação, dirigida não só ao setor, mas a todos os interessados no plano de ação. Estas atividades são inclusive importantes para a integração das próprias empresas aderentes, para que tenham oportunidade para conhecer melhor o projeto, compreender as suas dinâmicas em maior detalhe e assim facilitar a sua integração.

Na fase de seleção as empresas são auscultadas para aferir do potencial de inovação e internacionalização dos seus produtos, da sua capacidade para afetar os recursos e meios adequados à participação, aferir as suas necessidades, avaliar o grau de maturidade e práticas preexistentes de internacionalização, conhecer as suas estratégias comerciais e, como tal, avaliar o seu potencial de enquadramento no projeto. Esta fase compreende a utilização de diversos instrumentos, como Inquéritos via googleforms, reuniões e visitas às empresas, contactos telefónicos, ...

De acordo com as suas características, necessidades e oportunidades identificadas (que naturalmente poderão variar de empresa para empresa), são depois definidos com as empresas selecionadas:

- os mercados mais apropriados face à sua estratégia (o projeto oferece não só intervenções em mercados tradicionais mas também novos mercados emergentes e de oportunidade que poderão ser adequados a cada empresa)
- as ações (é contemplado um leque diversificado de iniciativas presenciais e ações para o canal online, com maior potencial de concretização em contactos e/ou negócios)
- os produtos a promover (privilegiando produtos/soluções que incorporam mais qualidade, design, tecnologia e que sejam adequados às tendências vigentes e características de cada mercado. Nesta matéria salienta-se o apoio a prestar pelo Instituto da Construção no desenvolvimento de Data Templates para pedras naturais, ferramentas para a interoperabilidade de dados na cadeia de valor já obrigatórios em vários países)
- o tipo de intervenção/abordagem mais adequada face aos objetivos individuais estabelecidos.

Como anteriormente referido, foi definido universo de empresas participantes que contempla PME do setor da Pedra Natural que exercem atividades de extração e/ou transformação, produção e comercialização de massas minerais e depósitos minerais, bem como de equipamentos, produtos e serviços afins, direta ou indiretamente relacionadas com a atividade do setor, por se verificar potencial de criação de sinergias para oferta integrada que é valorizada pelos mercados, sobretudo nos de maior poder económico, beneficiando a promoção conjunta destas atividades. Este enquadramento setorial para o projeto é também importante para garantir homogeneidade e coerência das intervenções coletivas, alinhamento de estratégias e objetivos entre os participantes, lógica na definição de mercados e ações a selecionar e assegurar os níveis de resultados ambicionados.

Por força deste enquadramento setorial, e analisado o conjunto de empresas com pré-adesão, as feiras internacionais selecionadas são naturalmente feiras especializadas dirigidas à Pedra Natural, tecnologias a ela dirigidas e suas aplicações, com especial enfoque na manutenção da presença em certames com prestígio indiscutível no panorama internacional e impulsionadores de negócios internacionais (Itália), mercados com alguma tradição mas com forte crescimento nas exportações do setor (Reino Unido) e mercados de oportunidade e em crescimento (EUA, Alemanha, Canadá, Emiratos Árabes Unidos).

Já as missões têm como alvos preferenciais prescritores da oferta nacional (arquitetos, designers de interiores, paisagistas, decoradores,...) e importadores/distribuidores visando uma maior aproximação a estes importantes interlocutores da fileira AEC (Arquitetura, Engenharia e Construção) que o setor abastece, tendo sido manifestado o interesse em explorar oportunidades em mercados emergentes e de oportunidades, como é o caso da Suécia e restantes países nórdicos (penetração em novos mercados com elevado poder de compra).

Na mesma linha, no que respeita às ações previstas para a presença online (otimizar a presença web das PME, conceção de conteúdos digitais e campanhas de promoção digital), o intuito é claramente explorar um segmento em que a Pedra Natural Portuguesa praticamente não está presente e que apresenta em todo o Mundo tendência de crescimento exponencial. A promoção dirige-se fundamentalmente para produtos que geram maior valor acrescentado (apostando-se na oferta inovadora, novos acabamentos, aplicações multifuncionais, com desenho técnico, e que possam até incorporar tecnologia) e para serviços especializados (como a criação de Data Templates para BIM), uma vez que ação comercial e marketing privilegiará profissionais do AEC (arquitetura, designers de interiores, paisagistas,...).

Atendendo aos diferentes graus de maturidade digital das empresas, à novidade das ferramentas e metodologias a implementar e à experiência proporcionada pelo anterior projeto (Pedra E+2020 em que já se fizeram campanhas digitais para participações em feira), a ANIET acompanhará de perto os trabalhos e será feita uma criteriosa seleção das empresas participantes e adequação das atividades de modo a assegurar a melhor implementação e resultados substanciais, que as incentivem a manter de futuro essas práticas tão importantes para o desenvolvimento de novos modelos de negócio.

O sucesso destas iniciativas será decisivo para, neste setor em particular algo resistente à mudança e à alteração de modelos de negócio, contagiar e induzir por replicação nos pares estas mesmas práticas. Por isso mesmo e para fornecer bases sustentáveis à intervenção, o projeto contempla a conceção e disseminação de informação especializada no âmbito:

- das tendências de mercado e do consumo
- de boas práticas e casos de sucesso de e-commerce noutras empresas do setor (nacionais ou internacionais) e
- do contexto colaborativo do e-procurement BIM na Pedra Natural e desenvolvimento de Data Templates para pedras naturais bem como a realização de diversos eventos de capacitação nas áreas da comunicação e marketing, e-commerce e aplicação de metodologias BIM à pedra natural que se interligam e complementam.

Ações a implementar - plano de ação

1

2

3

4

SI-Internacionalização - Projetos Conjuntos - Plano de Ação

Definição de objetivos e resultados a alcançar pelas empresas envolvidas no projeto, incluindo obrigatoriamente metas para o indicador previsto no n.º 19 do presente aviso

Com o desenvolvimento do projeto pretende-se sobretudo dotar as PME da Pedra Natural com competências adequadas para abordagem aos mercados externos contribuindo para alavancar as suas exportações de valor e a base e capacidade exportadora do setor através de um plano de ação conjunto que visa o conhecimento, a prospeção e a presença (física e digital) nos mercados tradicionais e em mercados emergentes e de oportunidades.

Nesse sentido e atendendo às forças e dificuldades das empresas, às ameaças que se perfilam, mas também às oportunidades identificadas, foi definido um conjunto de objetivos que se pretendem alcançar com a execução do projeto e que passam por:

- Apoiar iniciativas conjuntas financiadas que permitam encontrar MAIS MEIOS DE LIQUIDEZ para a continuidade dos processos de internacionalização, essenciais num cenário pós pandémico, de restrições energéticas e abrandamento do crescimento económico mundial
 - Acompanhar o trabalho da CONCORRÊNCIA DIRETA dos players internacionais (designadamente dos mercados asiáticos) e dos OUTROS PRODUTOS DE REVESTIMENTO que imitam, à perfeição, o padrão estético dos materiais rochosos naturais e que estão a conquistar segmentos tradicionais da pedra
 - Incorporar no know-how e tradição produtiva, práticas de INOVAÇÃO que sejam fator de DIFERENCIAÇÃO, pelo conhecimento sobre novos produtos e acabamentos, desenvolvimentos tecnológicos de extração, transformação e aplicação de pedra natural, em constante evolução
 - Conferir maior VISIBILIDADE à pedra natural portuguesa em certames de prestígio para um posicionamento diferenciado e valioso, que beneficia da escala, sinergias e alianças estratégicas potenciadas pela participação conjunta
 - Possibilitar angariação de NOVOS CONTACTOS em grandes mercados e/ou mercados emergentes com poder de compra e em rota de crescimento
 - Explorar mercados de oportunidades e identificar nichos para que a pedra natural portuguesa possa ALARGAR ÁREAS DE INTERVENÇÃO
 - Penetrar em SEGMENTOS de mercado mais exigentes, que VALORIZEM PRODUTOS DIFERENCIADOS, com elevada incorporação de design e tecnologia, através do contacto com prescritores como arquitetos, designers, empreiteiros, entre outros, e importadores
 - Aceder a informação especializada sobre os mercados, evolução e posições no comércio setorial internacional, identificação de tendências e antevisão de oportunidades que orientem escolhas e aportem VISÃO ESTRATÉGICA
 - Fomentar novas dinâmicas de MARKETING E COMUNICAÇÃO VIA DIGITAL para alcançar clientes rapidamente, de forma relevante, personalizada e mais eficaz
 - Dinamizar modelos de negócio em CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO ONLINE (num setor que praticamente só vende nos canais tradicionais), aproveitando a rota de crescimento mundial deste segmento e seu potencial no acesso quase instantâneo a mercados globais.
 - Desenvolver CENÁRIOS DE SUSTENTABILIDADE PELA DIGITALIZAÇÃO, aproveitando a oportunidade gerada pelo e-procurement baseado em BIM (Building Information Modelling) para o comércio internacional de produtos standard na Pedra Natural
 - Reforçar o POSICIONAMENTO da Pedra Natural como parceiro tecnológico e facilitador da gestão da informação ao nível da cadeia de abastecimento da Arquitetura Engenharia e Construção (AEC)
- Para quantificar os resultados e os impactos esperados com a implementação do projeto considerou-se que os indicadores do Aviso são adequados, pelo que foram definidas as seguintes metas:

1. Indicadores de Realização:

- N.º de mercados alvo, comunitários e terceiros, visados no projeto: 8
(com intervenções relevantes: EUA, Itália, Reino Unido, Alemanha, Canadá, Emiratos Árabes Unidos, Suécia e restantes mercados nórdicos)
- N.º de mercados abrangidos no âmbito das ações de marketing digital: 8
(com intervenções relevantes: EUA, Itália, Reino Unido, Alemanha, Canadá, Emiratos Árabes Unidos, Suécia e restantes mercados nórdicos)
- N.º de ações de prospeção e captação de novos clientes nos mercados externos: 2
(Missão Prospeção Suécia, Missão Inversa Mercados Nórdicos)
- N.º de presenças em feiras e certames internacionais: 8
Feira TISE 2023 + Feira TISE 2024 + Feira Marmomac 2023 + Feira Marmomac 2024 + Feira Natural Stone Show 2023 + Feira Stone+tec 2024 + Feira StoneTech Canada 2023 + Feira The Big5 2023
- N.º de lojas próprias online criadas – 3
(Somatório do n.º de lojas próprias online criadas)
- N.º de novas adesões a marketplaces – 3
(Somatório do n.º de novas adesões a marketplaces)

2. Indicador de Resultado:

Para o indicador de resultado, de forma a concorrer para os resultados do PO, prevê-se o seguinte resultado para a intensidade das exportações no pós-projeto: 53,88%.

(calculado pela fórmula: Volume de Negócios Internacional pós projeto / Volume de Negócios Total pós projeto X 100)

3. Indicadores de acompanhamento:

- Nº de ações de promoção e empresas envolvidas e o impacto esperado: 17 ações para cerca de 30 empresas participantes (calculado pela relação entre o nº total de ações do projeto e o somatório do nº de empresas que se prevê virem a participar no projeto)

- Nº de empresas que participam em feiras internacionais: 75

(calculado pelo somatório do nº de empresas que participaram em cada uma das ações 1 a 8 do projeto)

- Nº de contactos e potenciais negócios resultantes das ações: 1.100 contactos estabelecidos e 50 negócios resultantes das ações (calculado pelo somatório de contactos e potenciais negócios estabelecidos em cada uma das ações pelas empresas, estimado tendo em conta resultados conseguidos em projetos anteriores)

- Nº de missões inversas e nº de empresas/prescritores que participaram: 1 missão inversa para 5 empresas e 10 prescritores internacionais

(considerando a missão Inversa Mercados Nórdicos)

- Nº de ferramentas digitais implementadas: 7

(calculado pelo somatório de Lojas online + adesões a marketplaces + SEO + SEA + Social media + Content marketing + Display Advertising)

- Nº de participações de empresas em ações do projeto: 115

(calculado pelo somatório do nº de empresas que participaram em cada uma das ações 1 a 17 do projeto)

4. Para além dos indicadores assinalados anteriormente, consideramos também ser relevante referir:

- Nº de campanhas de Social Media Marketing: 5

- Nº de ações de Content Marketing: 5

- Nº de otimizações de presença SEO (para as lojas online): 3

- Nº de inserções em sítios de terceiros, incluindo motores de busca (estrangeiros): 6

- Nº de Data Template para produtos de internacionalização: 8

- Nº de sessões públicas realizadas: 6

(1 apresentação projeto + 1 sessão final + 4 webinars)

- Nº de participantes nas sessões públicas realizadas: 130

- Nº de empresas não aderentes que participam nas sessões públicas realizadas: 20

- Nº de empresas de setores não aderentes que participam nas sessões públicas realizadas: 10

E também a aferir no ano pós projeto:

- Percentagem de empresas participantes com alterações na política comercial/logística no ano pós-projeto: 50%

Este valor é calculado através da seguinte fórmula: Empresas participantes com alterações na política comercial/logística no ano pós-projeto / empresas participantes com alterações na política comercial/logística no ano pós-projeto previstas X 100.

- Taxa de crescimento médio das exportações das empresas participantes no ano-pós projeto: 32%

(calculado pela fórmula: (Volume de Negócios Internacional pós-projeto - Volume de Negócios Internacional pré-projeto) / Volume de Negócios Internacional pré-projeto) x 100)

Independentemente de todos os indicadores quantitativos apresentados, será muito relevante para avaliação do projeto a avaliação qualitativa e os inputs recebidos ao longo e após a sua execução, motivo pelo qual o projeto contempla diversas atividades para avaliação de resultados e impactos nas empresas, gerados pelas ações e do projeto.

Competências externas necessárias ao desenvolvimento do projeto, identificando, quando for o caso, as entidades especializadas a subcontratar

Tal como se encontra anteriormente fundamentado, a ANIET tem experiência acumulada na execução e acompanhamento de projetos similares a que o presente Pedra E+2023/24 dá continuidade, o que proporciona condições adequadas e abrangentes a que a generalidade das atividades essenciais sejam desempenhadas pela equipa interna, designadamente ao nível da coordenação das ações, organização e acompanhamento das ações de internacionalização, execução e controlo financeiro e execução das tarefas administrativas e de logística que se tornem necessárias.

No entanto alguns dos trabalhos previstos, pelo seu carácter técnico de especialização, terão necessariamente de ser subcontratados, embora sejam acompanhados de perto e com a supervisão/validação da equipa interna da Associação.

Referimo-nos em concreto a serviços especializados de consultoria para a conceção de trabalhos técnicos e avaliação, realização das missões presenciais e ações de promoção nos canais digitais para os quais a ANIET procurou a colaboração de parceiros com elevados níveis de competência e adequados às intervenções previstas e aos resultados pretendidos nestes processos que, em última análise, contribuam para a criação de valor para as PME.

Em primeiro lugar, assinala-se a colaboração com o Instituto da Construção da Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto (<https://paginas.fe.up.pt/~icfeup/>).

O IC é associação privada, científica e técnica sem fins lucrativos, constituída em 1989, na Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto (FEUP), que funciona como interface do conhecimento entre a comunidade científica e a indústria, prestando serviços de investigação aplicada, ensaios, consultoria e formação nos vários domínios da Engenharia Civil. Organizado para apoiar a indústria da Construção, o IC estabelece laços diretos entre a academia, a indústria, a administração pública e a sociedade, possibilitando assim que o corpo docente e de investigadores altamente qualificados do DEC da FEUP possa contribuir para uma significativa melhoria do sector da construção.

É uma entidade não empresarial do SI&I de referência nacional, no domínio do conhecimento aplicado à construção, Edifícios e obras de Engenharia Civil, com um extenso curriculum em atividades de carácter nacional e internacional, e competências profundas em áreas como a Construção Civil, Materiais e Sustentabilidade, Geotecnia, Habitat & Smart Building, Reabilitação Urbana e Património, entre outras. Acresce o conhecimento profundo que o Instituto detém sobre processos de digitalização nos mais diversos setores do AEC, o que motivou a ANIET a propor a parceria para as atividades relacionadas com o e-procurement baseado em BIM (Building Information Modelling), que constituem uma base de capacitação essencial para a comunicação digital na cadeia de abastecimento do AEC que se pretende alavancar com o projeto, bem como o desenvolvimento de Data Templates correspondentes para produtos/soluções inovadoras que as empresas pretendam apresentar aos mercados internacionais.

No que respeita às intervenções planeadas para a realização das missões presenciais foi prevista a colaboração da empresa Market Access (<https://marketaccess-global.com/>)

A Market Access é uma consultora especializada em internacionalização e focada no apoio à concretização de negócios internacionais. Com 15 anos de atividade, a Market Access apoia processos de expansão e abordagem a mercados externos, com vasta experiência na implementação de projetos de internacionalização e um amplo portefólio de clientes de diferentes geografias. A consulta realizada ao mercado permitiu comprovar experiência relevante desta entidade no planeamento e organização de missões comerciais/virtuais a mercados prioritários (desenvolvimento de ações de promoção internacional, matchmaking entre produtores e compradores e agendamento de reuniões B2B, capacitação das empresas participantes nas missões para o desenvolvimento de sales pitch,...), em linha com o previsto para o projeto.

Para assegurar as ações de promoção nos canais online, designadamente as campanhas de marketing e comunicação digitais (Social Media Marketing, Content marketing) e do e-commerce (construção lojas online e otimização da presença dos sítios de comércio eletrónico) que integram o projeto serão contratadas entidades especializadas com experiência relevante na conceção, implementação, acompanhamento e avaliação de resultados deste tipo de ferramentas. Em virtude do menor grau de maturidade digital de algumas das empresas participantes, de se verificar alguma resistência à mudança e alteração de modelos de negócio para o digital bem como à novidade das ferramentas e metodologias que se pretendem implementar, será também fator relevante na seleção o conhecimento e proximidade ao setor e às suas especificidades, de forma a assegurar adequada implementação, resultados de impacto e adesão futura à promoção e venda digitais.

Ainda nas áreas do marketing e comunicação, ao longo do projeto serão realizadas diversas atividades de preparação das empresas para adequação prévia das estratégias de abordagem a cada um dos mercados, imagem e capacitação das equipas comerciais, sendo que também se recorrerá a apoio externo nestas tarefas de forma a assegurar os melhores níveis de apresentação aos mercados.

No que respeita aos processos de informação/sensibilização/seleção de novas empresas aderentes, produção de informação sobre os certames e sobre os mercados alvo (comércio setorial desse mercado e bilateral com Portugal), informação prática sobre e-commerce e tendências do consumo nos mercados alvo para as empresas, bem como a avaliação das ações/empresa e do projeto está prevista a colaboração da empresa Pamésa Consultores (<https://pamesa.pt/>)

A Pamésa é especializada em consultoria organizacional e formação profissional com uma experiência de mais de 30 anos no mercado, com certificação ISO 9001 (Qualidade) e DGERT (formação profissional). Dirige-se maioritariamente a PME e associações empresariais/setoriais, com apoio especializado no âmbito de projetos e inventivos, formação profissional, sistemas de gestão e estudos setoriais em áreas como inovação e modernização tecnológica, qualificação e internacionalização, estudos de mercado e de tendências e guias práticos de gestão. É também detentora de experiência na gestão e desenvolvimento de projetos financiados por fundos comunitários, nomeadamente ao nível dos projetos conjuntos de internacionalização e em processos de avaliação, o que garante níveis adicionais de qualidade, rigor e isenção às tarefas. Colabora com a ANIET desde 2013, designadamente nos projetos conjuntos de internacionalização, em estudos de mercado e informação setorial e de certames, estudo de tendências do consumo nos mercados alvo (2018) e processos de avaliação. Face a outras consultas de mercado e perante a experiência já comprovada, terá à sua responsabilidade as áreas de projeto acima assinaladas.

A validação e certificação das despesas inerentes ao projeto será realizada pelo Contabilista Certificado com que a ANIET trabalha.

Ações a implementar - plano de ação

1

2

3

4

SI-Internacionalização - Projetos Conjuntos - Plano de Ação

Atividades de sensibilização e divulgação do programa tendo em vista assegurar a adesão das empresas ao programa

O projeto tem subjacente um plano de comunicação transversal para maximizar níveis de audiência e divulgação, numa estratégia coordenada de intervenção a dois níveis:

- interno, dirigido às empresas que possam vir a aderir ao projeto, às empresas já aderentes e a outras empresas e setores que possam ter interesse em participar nas atividades complementares (webinars temáticos, sessão de apresentação do plano de ação e sessão de apresentação de resultados)
- externo, dirigido aos mercados alvo do projeto e públicos que se pretende alcançar com as ações de promoção internacional previstas já descritas

Neste ponto, vamos referir-nos unicamente àquele segmento interno, e considerar apenas as atividades de sensibilização e divulgação tendentes a assegurar a adesão das empresas ao programa.

Assim, é importante ter em conta que a estratégia de suporte coletivo à internacionalização das PME é assumida pela ANIET numa ótica de continuidade e de visão a longo prazo, que lhe tem permitido desenvolver um relacionamento de confiança e de parceria com as empresas e acompanhar o seu crescimento e evolução em termos de maturidade para a internacionalização. Aliás, tratando-se de um setor tradicionalmente exportador, mas ainda muito orientado por dinâmicas de competitividade pelo preço, e não tanto pela aposta em fatores imateriais, o seu crescimento em notoriedade e imagem só será sólido se se mantiver o foco em estratégias de promoção continuadas e persistentes.

Dito isto, as atividades de sensibilização para a importância da participação em ações coletivas de internacionalização são recorrentes, tendo sido reforçadas a partir do momento em que foi tornado público o Aviso para Apresentação de Candidaturas no universo do setor em que a ANIET opera. Aliás, muitas das empresas que têm vindo a participar em projetos anteriores ansiavam por novas oportunidades desta natureza.

Tendo em vista a identificação, mobilização e seleção das PME a integrar o projeto, a comunicação é realizada em diversas frentes:

- divulgação do programa nos meios digitais da ANIET:

- website, disponível em <http://www.aniet.pt/pt/noticias/projeto-conjunto-de-internacionalizacao-2023-2024/>

- Publicações nas redes sociais da ANIET em 24/10/2022, disponível em

- <https://www.linkedin.com/company/aniet/posts/?feedView=all>

- <https://www.facebook.com/photo/?fbid=570046421789584&set=a.513994710728089>

- ANIET NEWS de outubro de 2022

- http://www.aniet.pt/fotos/newsletter/aniet_news_406488786377c3c9bb3bd.pdf

- Circular emailing n.º 22/22/FP de 21/10/2022 para base de dados de contactos

- inquérito online para recolha das manifestações de interesse por parte das empresas, designadamente em termos de mercados pretendidos e tipologia de ações (canais tradicionais presenciais, como participações em feira e ações de prospeção; e através da economia digital na ação comercial e marketing, como ações para reforço da presença online), disponível em:

- <https://forms.gle/jQS8ftRWvuhVqTyM9>.

- realização de inúmeros contactos telefónicos e presenciais com as empresas para o esclarecimento de dúvidas, verificação de conformidade com critérios de elegibilidade e de seleção definidos, instrução dos processos e validação documental)

Estas ações têm em vista sensibilizar as empresas para a importância da participação em ações coletivas para promoção internacional das suas atividades e para as oportunidades que são proporcionadas pelo projeto para a capacitação das suas estruturas e consequente modernização dos seus negócios.

Adicionalmente também permitiram orientar o programa coletivo de participação, designadamente na seleção dos mercados alvo, do tipo de ações a desenvolver, das abordagens para os canais digitais e recolher também as manifestações de interesse por parte das empresas.

Estas dinâmicas possibilitaram já a identificação e seleção de 24 empresas a envolver nas diferentes ações num total previsto de pelo menos 30 que, será um número adequado considerando o histórico de projetos anteriores do mesmo âmbito e o conhecimento aprofundado do setor que a ANIET detém. De referir que todas as PME participantes no projeto assinaram os respetivos Acordos de Pré-Adesão, os quais respeitam o disposto no n.º 2 do Anexo E do RECI e os termos da Minuta publicada com o Aviso e foram devidamente validados pela ANIET.

Apesar de já estarem identificadas grande parte das empresas, as atividades de sensibilização e divulgação do programa tendo em vista a identificação, mobilização e seleção de PME adicionais terão continuidade (até dezembro 2023), para tentar alcançar todos os agentes passíveis de enquadramento e que serão potenciais interessados no projeto, estando prevista:

- a preparação e divulgação de informação sobre o projeto e seus objetivos, sobre os mercados, do programa previsto, calendarização das diferentes atividades, condições de participação, ...

- a utilização de meios publicitários e de comunicação especializada para promoção do projeto junto de um universo de empresas que possa não ter sido alcançado pelos restantes meios

- a disseminação de um vídeo promocional sobre o projeto que permita comunicar ao público o plano de ação e a importância de integrar projetos desta natureza para reforço da internacionalização, inclusive a empresas e setores não aderentes que beneficiarão dos resultados e das experiências partilhadas.

- a divulgação nos canais de comunicação da ANIET (notícias website, ficha do projeto, redes sociais, emailings, ...) e de contactos diretos com as empresas (telefónicos ou presenciais, em reuniões e eventos)

- a realização de pelo menos 1 sessão pública de apresentação do plano de ação (março 2023) que será amplamente divulgada (estimados cerca de 20 participantes), para:

- . sensibilizar as empresas para a importância da participação em ações coletivas para promoção internacional das suas atividades
- . alertar para as oportunidades que são proporcionadas pelo projeto para a capacitação das suas estruturas e modernização dos seus negócios
- . apresentar o projeto e suas ações, divulgar informação sobre os mercados alvo e comércio setorial, estratégias a desenvolver para promoção das PME junto dos públicos-alvo e objetivos comuns e individuais a alcançar
- . promover a adesão das empresas não só às ações de internacionalização propriamente ditas mas também às dinâmicas complementares de capacitação para a internacionalização (informação/estudos a distribuir)
- . sensibilizar para a importância crescente do canal online nos negócios internacionais e na comunicação e marketing das empresas

Adicionalmente refira-se que a ANIET participa em inúmeras iniciativas próprias ou promovidas por outras entidades ligadas ao setor que também poderão ser veículo para sensibilização adicional, designadamente empresas que desenvolvem atividades a montante e a jusante da Pedra Natural.

Estes trabalhos preveem o envolvimento da equipa do promotor e o apoio de consultores.

Nestes termos, considera-se que as ações a desenvolver serão suficientes para assegurar a adesão das empresas adicionais ao programa.

Tarefas de acompanhamento das empresas na fase da execução dos projetos

A essência de um projeto desta natureza pressupõe um acompanhamento muito próximo às PME por parte da equipa da ANIET, de forma a garantir o cumprimento dos objetivos e resultados previstos, em tempo, qualidade e custos adequados, sendo preparadas de acordo com a especificidade dos eventos em que participam.

No que se refere à preparação das empresas para eventos presenciais, após a fase em que é definida com cada empresa a estratégia individual, é fundamental coordenar essa participação com o que se estabeleceu como guidelines para o projeto e também com as restantes empresas, para que a presença da comitiva nacional seja coerente e impactante.

Assim, a preparação das empresas para participação em feiras integra:

- . Disponibilização de informação sobre as tendências dos mercados alvo (para que as empresas possam orientar a sua oferta), dos certames e dados sobre o comércio setorial do mercado e no que respeita ao comércio bilateral com Portugal, para adequação da oferta (bloco/chapa ou produtos transformados com maior valor, tipo de pedra, acabamentos, aplicações) e avaliação do potencial de interesse motivado na procura.

- . Apoio na preparação da equipa e dos argumentos comerciais, reuniões com potenciais clientes e apresentações a realizar em eventos do certame

- . Aconselhamento na criação e/ou escolha dos instrumentos de comunicação e marketing que irão ser utilizados para promoção da empresa e dos seus produtos. Será dado enfoque ao inbound, com orientações no desenvolvimento de campanhas de marketing através de ferramentas sofisticadas a disponibilizar, como as campanhas de marketing digital e os conteúdos digitais, que promovam a visibilidade no certame e a visita ao stand.

- . Recomendação dos produtos para exposição de acordo com as características dos mercados, bem como dos suportes promocionais, amostras, ...

- . Apoio à criação da imagem comum para as participações (a coordenar com as restantes presenças nacionais), incluindo a publicitação dos apoios e da marca Portugal, de forma consistente, enquanto elemento coletivo agregador.

- . Coordenação e agendamento de viagens e estadas relativas à deslocação conjunta

- . Logística de transporte de materiais para exposição e stand

- . Gestão administrativa e financeira da participação

Durante os certames a equipa da ANIET assegurará os aspetos logísticos (questões relativas a viagens, alojamentos, desalfandegamento, ...), intermediação com as organizações, e estará presente em todos os certames. Dará apoio às empresas no agendamento de contactos que receba/angarie e na realização de reuniões (inclusive na tradução se necessário), promoção de contactos com potenciais clientes/agentes e entidades oficiais, ligações com as Delegações AICEP, Câmaras de Comércio e outras comitativas institucionais, organização de visitas de prescritores aos stands, acompanhando a presença das empresas em eventos/conferências durante o certame, comunicação nos meios digitais e ações para divulgar o potencial dos recursos mineiros para o investimento estrangeiro. De reforçar que a presença coletiva irá ser articulada com as restantes comitativas nacionais presentes em cada certame de forma a garantir a coordenação de imagem, a integração e a homogeneidade de intervenções no âmbito das feiras internacionais, designadamente através da utilização da marca Portugal.

Relativamente às missões (de prospeção ou inversas), a preparação integra, no essencial, trabalhos equivalentes, em termos de informação (substituindo a informação do certame por informação sobre os contactos a realizar), de recomendações sobre o alinhamento da oferta com o interesse do mercado, apoio na preparação da equipa e na criação e/ou escolha dos instrumentos de comunicação e marketing.

Inclui ainda a preparação, calendarização e organização do programa da ação, incluindo das reuniões B2B ou de grupo a realizar entre as empresas participantes e:

- as entidades/empresas locais que correspondam ao perfil procurado, ou
- os prescritores/importadores a receber.

Consoante o caso (prospeção ou inversa), a ANIET assegura também o agendamento de viagens e estadias relativas à deslocação conjunta (das empresas ou dos visitantes) bem como todas as questões logísticas e a gestão administrativa e financeira da participação. As diligências para prospeção e angariação de contactos relevantes (em conformidade com o perfil procurado pelas empresas participantes) estará a cargo de entidade consultora externa.

Durante a realização das ações - missão de prospeção à Suécia e missão inversa com os mercados nórdicos – os técnicos da ANIET e um consultor especializado em internacionalização acompanharão todas as atividades, incluindo a dinamização das reuniões, contactos e visitas programadas.

No que respeita às ações previstas para a presença online (ativar a presença web das PME, conceção de conteúdos digitais e campanhas de promoção digital) e considerando que a promoção deverá dirigir-se fundamentalmente para produtos que geram maior valor acrescentado, o apoio às empresas, quer na preparação quer na implementação, será prestado por consultores especializados das áreas de comunicação/marketing e e-commerce, para a conceção e implementação das estratégias mais adequadas em função dos canais, produtos ou segmentos de clientes. Assim resumidamente o apoio contempla:

- Adesão inicial e otimização da presença em Marketplaces através de SEO e divulgação em sites de terceiros
- Criação de lojas próprias online e otimização da presença através de SEO e divulgação em sites de terceiros
- Campanhas de Social Media Marketing e Content Marketing

No pós-ação, o apoio traduz-se na avaliação com as empresas dos resultados face ao que havia sido previsto, das dificuldades e lições aprendidas, é feito o follow-up dos contactos recebidos/encomendas/vendas de exportação/alterações às suas organizações decorrentes da participação, e ainda são apresentadas recomendações estratégicas para orientar futuros processos de internacionalização (contributos a verter nos relatórios de avaliação previstos). As empresas serão convidadas a partilhar as suas experiências no evento final de disseminação de resultados.

Particularmente porque o projeto integra ações inovadoras (não só para as empresas participantes, mas para o setor na generalidade), muito direcionadas para a promoção e distribuição aos mercados externos através dos canais online, será indispensável fornecer-lhes bases de capacitação que garantam adesão e sustentabilidade futura a estas formas de projetar a imagem e divulgar a oferta nacional.

Por isso, complementarmente às ações acima descritas, irá ser realizado: 1) benchmarking com levantamento de casos de sucesso e boas práticas de e-commerce noutras empresas do setor (nacionais ou internacionais) para demonstrar, com casos concretos o que os pares, melhores preparados, já implementaram; 2) o desenvolvimento de Data Templates para BIM relativos aos produtos com maior potencial de internacionalização para integração nos locais de comércio eletrónico; e 3) realização de diversas ações de capacitação nas áreas da comunicação e marketing, e-commerce e aplicação de metodologias BIM para promover o esclarecimento e a internalização de informação que apoie o desenvolvimento de negócios mais sustentáveis e adequados aos requisitos dos mercados.

Como se percebe, o acompanhamento às empresas durante a execução do projeto, será traduzido num apoio muito próximo e indutor de sinergias entre os participantes, com a finalidade de apoiar e otimizar as presenças e os resultados das mesmas, monitorar as atividades desenvolvidas, validar as peças de suporte à execução, avaliar objetivos/resultados a alcançar, identificar desvios e definir medidas preventivas/corretivas e orientar questões documentais e financeiras inerentes. Para tal, serão realizadas de forma frequente reuniões de coordenação e também reuniões de trabalho com as empresas.

Em todas as fases do projeto é realizada ampla divulgação nos diferentes canais de comunicação da associação (e-mail, redes sociais, site, newsletter, etc.), com vista a maximizar o alcance das atividades a empresas não participantes e de outros setores com que a Pedra Natural se relaciona (principalmente da fileira AEC com a qual se pretende criar sinergias e desenvolver novas abordagens de interoperabilidade de dados para o e-procurement pelo BIM).

Ações a implementar - plano de ação

1

2

3

4

SI-Internacionalização - Projetos Conjuntos - Plano de Ação

Atividades de avaliação dos resultados dos projetos nas empresas

A metodologia a implementar não poderia deixar de contemplar uma componente de avaliação do projeto e das suas atividades, que será transversal a toda a execução, uma vez que os processos de avaliação são ferramentas indispensáveis na gestão de projetos para acompanhar resultados e impactos esperados e garantir o seu sucesso.

A dimensão do presente projeto, a complexidade de tarefas, de intervenientes que nele colaboram e o facto de existirem entidades terceiras (empresas participantes) envolvidas, aumentam ainda mais a responsabilidade já inerente, motivos que justificam a subcontratação de entidade externa com experiência em processos de avaliação, que irá monitorizar e avaliar o projeto (em termos globais, das ações individuais e nas empresas), quantitativa e qualitativamente, para assegurar boas práticas em diversos domínios da gestão do projeto, sobretudo no que se refere a:

- Boa aplicação de dinheiros públicos
- Transparência de procedimentos
- Rigor e independência
- Execução atempada e conforme plano de ação
- Implementação de ações corretivas
- Produtividade dos resultados e impactos
- Visão crítica da gestão do projeto

Como é natural, a avaliação terá também os contributos e envolverá a equipa técnica da ANIET, especialmente na componente qualitativa, uma vez que são quem melhor pode fornecer inputs importantes na qualidade de responsáveis pela sua execução.

Neste sentido, e tendo por referência os objetivos e resultados a alcançar pelas empresas envolvidas no projeto já identificados e justificados anteriormente, após a conclusão de cada uma das feiras, missões e das ações digitais, será realizado um relatório de avaliação, em que se procurará:

- Identificar desvios;
- Efetuar uma análise ao impacto da participação na ação;
- Definir medidas preventivas/corretivas para as restantes ações;
- Alinhar estratégias de ação para eventos futuros.

Após a realização da última ação, tendo por base a informação recolhida (inquéritos, entrevistas, publicações e relatórios individuais de avaliação das ações), será feito tratamento adequado de todos os resultados da participação das empresas, de que resultará um Relatório Final de Avaliação, que incluirá as Lições Aprendidas recolhidas junto das Empresas e da ANIET.

Neste documento será realizada a avaliação comparativa entre os objetivos e os resultados (impactos nas empresas e no potencial para os negócios), bem como a emissão de parecer com recomendações sobre melhorias e eventuais ajustes, novas metodologias, tendo em vista a internacionalização das empresas portuguesas e da oferta nacional de produtos e serviços.

No que diz respeito a indicadores e objetivos para o projeto, está previsto o seguinte:

Indicadores de realização e seus objetivos:

- N.º de mercados alvo, comunitários e terceiros, visados no projeto: 8
(com intervenções relevantes: EUA, Itália, Reino Unido, Alemanha, Canadá, Emiratos Árabes Unidos, Suécia e restantes mercados nórdicos)
- N.º de mercados abrangidos no âmbito das ações de marketing digital: 8
(com intervenções relevantes: EUA, Itália, Reino Unido, Alemanha, Canadá, Emiratos Árabes Unidos, Suécia e restantes mercados nórdicos)
- N.º de ações de prospeção e captação de novos clientes nos mercados externos: 2
(Missão Prospeção Suécia, Missão Inversa Mercados Nórdicos)
- N.º de presenças em feiras e certames internacionais: 8
Feira TISE 2023 + Feira TISE 2024 + Feira Marmomac 2023 + Feira Marmomac 2024 + Feira Natural Stone Show 2023 + Feira Stone+tec 2024 + Feira StoneTech Canada 2023 + Feira The Big5 2023
- N.º de lojas próprias online criadas – 3
(Somatório do n.º de lojas próprias online criadas)
- N.º de novas adesões a marketplaces – 3
(Somatório do n.º de novas adesões a marketplaces)

Estes indicadores traduzem a diversidade de mercados que serão trabalhados no âmbito do projeto (incluindo a preocupação em integrar mercados de oportunidades e não tradicionais para o setor/empresas participantes) e das diferentes tipologias de ações disponibilizadas às empresas (participação em feira, missões de prospeção, missões inversas), incluindo dinâmicas de cariz inovador para o setor como as ações digitais de fomento direto ao e-commerce (inscrição e otimização da presença em marketplaces eletrónicos, criação de lojas próprias online).

Indicador de resultado e seus objetivos:

- Intensidade das exportações no pós-projeto – 53,88%
(calculado pela fórmula: Volume de Negócios Internacional pós projeto / Volume de Negócios Total pós projeto X 100).

Este indicador resulta das projeções para a intensidade exportadora das empresas participantes no pós-projeto, tendo em conta os efeitos (positivos) que esperam pela participação nas ações selecionadas.

Indicadores de acompanhamento e seus objetivos:

- Nº Ações de promoção e empresas envolvidas e o impacto esperado - 17 ações para cerca de 30 empresas participantes (calculado pela relação entre o nº total de ações do projeto e o somatório do nº de empresas que se prevê virem a participar no projeto)
- Nº Empresas que participam em feiras internacionais – 75
(calculado pelo somatório do nº de empresas que participaram em cada uma das ações 1 a 8 do projeto)
- Nº de contactos e potenciais negócios resultantes das ações - 1.100 contactos estabelecidos e 50 negócios resultantes das ações
(calculado pelo somatório de contactos e potenciais negócios estabelecidos em cada uma das ações pelas empresas, estimado tendo em conta resultados conseguidos em projetos anteriores)
- Nº de missões inversas e n.º de empresas/prescritores que participaram - 1 missão inversa para 5 empresas e 10 prescritores internacionais
(considerando a missão Inversa Mercados Nórdicos)
- Nº de ferramentas digitais implementadas - 7
(calculado pelo somatório de: lojas online + adesões a marketplaces + SEO + SEA + social media marketing + content marketing + display advertising)
- Nº de participações de empresas em ações do projeto: 115
(calculado pelo somatório do nº de empresas que participaram em cada uma das ações 1 a 17 do projeto)

Para além dos indicadores assinalados anteriormente, consideramos também ser relevante referir:

- Nº de campanhas de Social Media Marketing: 5
- Nº de ações de Content Marketing: 5
- Nº de otimizações de presença SEO (para as lojas online): 3
- Nº de inserções em sítios de terceiros, incluindo motores de busca (estrangeiros): 6
- Nº de Data Template para produtos de internacionalização: 8
- Nº de sessões públicas realizadas: 6
(1 apresentação projeto + 1 sessão final + 4 webinários)
- Nº de participantes nas sessões públicas realizadas: 130
- Nº de empresas não aderentes que participam nas sessões públicas realizadas: 20
- Nº de empresas de setores não aderentes que participam nas sessões públicas realizadas: 10

Estes indicadores permitirão acompanhar o alinhamento da execução do projeto com o que foi proposto, em termos de ações e empresas participantes, designadamente no que diz respeito às ações digitais, tendo em conta que se trata de uma área ainda pouco trabalhada no setor. Por outro lado, permite também aferir o interesse manifestado pelas empresas no que concerne à sua capacitação para a transição digital, designadamente em termos de resposta ao e-procurement e da sua importância nos modelos de negócio online.

Indicadores de impacto e seus objetivos:

- Intensidade das exportações no pós-projeto – 53,88%
(calculado pela fórmula: Volume de Negócios Internacional pós projeto / Volume de Negócios Total pós projeto X 100).

Este indicador resulta das projeções para a intensidade exportadora das empresas participantes no pós-projeto, tendo em conta os efeitos (positivos) que esperam pela participação nas ações selecionadas.

- Resultados e impactos previstos na avaliação do projeto e empresas envolvidas - estima-se um aumento de 32% nas exportações das empresas participantes
(calculado pela fórmula: (Volume de Negócios Internacional pós-projeto - Volume de Negócios Internacional pré-projeto) / Volume de Negócios Internacional pré-projeto) x 100)

Este indicador resulta das projeções para o crescimento das exportações das empresas participantes entre o pré e o pós-projeto, tendo em conta os efeitos que esperam pela participação nas ações selecionadas.

- Percentagem de empresas participantes com alterações na política comercial/logística no ano pós-projeto: 50%

Este valor é calculado através da seguinte fórmula: Empresas participantes com alterações na política comercial/logística no ano pós-projeto / empresas participantes com alterações na política comercial/logística no ano pós-projeto previstas X 100.

O indicador demonstra as mudanças organizacionais sustentáveis implementadas nas empresas (criação ou reforço nos departamentos de internacionalização, de conceção/design, alteração na política de vendas ou de mercados alvo, ...).

Estes indicadores e objetivos foram definidos e quantificados, tendo em conta a estratégia de internacionalização prevista para o projeto, o histórico de projetos anteriores do mesmo âmbito e o conhecimento da conjuntura atual das empresas participantes e do setor, sendo adequados à estratégia identificada, mensuráveis e quantificáveis no encerramento do projeto.

Os resultados serão apresentados em sessão pública, promovendo atividades de disseminação dos resultados, de testemunhos sobre a importância da participação no aumento dos negócios internacionais e no reforço de competências das empresas participantes, esperando contagiar outras empresas, do setor e fora delas, a replicar estas práticas e a melhorar os seus próprios processos de internacionalização.

Plano de divulgação de resultados e de disseminação de boas práticas

A disseminação e a exploração dos resultados do projeto podem ajudar a fundamentar futuras políticas e práticas, pelo que o impacto do projeto será medido não só pela qualidade dos seus resultados, mas também na medida em que estes são conhecidos e adotados pelo maior número possível de utilizadores, empresas e setores, ajudando a maximizar o retorno do investimento. Aumentam igualmente a sensibilização para as oportunidades oferecidas pelo projeto e destacam o valor acrescentado das atividades apoiadas pelo programa de financiamento, contribuindo para uma perceção pública positiva e encorajar uma maior participação nesta tipologia de projetos.

Durante a execução do projeto, a divulgação de resultados e disseminação de boas práticas será uma constante.

As atividades mais relevantes desenvolvidas no projeto e nas empresas serão divulgadas pela ANIET à sua vasta rede de contactos, em diversos instrumentos de comunicação, designadamente através de circulares e Newsletter e respetivos emailings, vídeos “on sight” transmitidos nas redes sociais, notícias publicadas no website institucional da Associação e na ficha do projeto e em eventos que organiza e/ou participa.

A ANIET organiza diversos eventos (Conferência Internacional da Pedra, Jornadas Técnicas,...) e colabora em iniciativas de outros setores da fileira (Ordem dos arquitetos e dos engenheiros, Faculdade Engenharia Universidade Porto,...). Participa em iniciativas de organismos de cúpula nacionais (Confederação da Indústria Portuguesa e Associação Empresarial de Portugal, Associação Plataforma para a Construção Sustentável, Conselho Estratégico do CLUSTER DO HABITAT SUSTENTAVEL - engloba desde a extração à nanotecnologia -, Cluster dos Recursos Minerais, participa no Centro Tecnológico da Cerâmica e do Vidro (CTCV) e Confederação Portuguesa da Construção e Imobiliário,...) e internacionais (EUROMINES-Associação Europeia da Indústria Mineira, Minérios Metálicos e Minerais Industriais e na UEPG-União Europeia de Produtores de Agregados). A integração neste ecossistema da cadeia AEC (Arquitetura, Engenharia e Construção) determina o seu envolvimento nas orientações e opções estratégicas intersectoriais, designadamente ao apoio à transição digital na fileira e fomento de negócios internacionais pelo e-commerce e, nessa medida, é interlocutor privilegiado para comunicar o projeto, os seus resultados e partilhar inputs sobre as experiências e aprendizagens adquiridas.

O projeto prevê também a realização de iniciativas específicas que terão amplo alcance e visibilidade a empresas não aderentes e também de outros setores. Aliás, esta prática de partilha do trabalho realizado com as empresas tem-se traduzido na angariação de novos aderentes em cada projeto. Esses resultados serão disponibilizados na página do projeto, estando assim acessíveis não só às empresas envolvidas diretamente no projeto (PME) mas também ao público em geral.

Estão previstas diversas iniciativas no domínio do benchmarking que serão disponibilizadas a todos os interessados (dentro do setor ou fora dele):

- Estudo de Boas Práticas & Benchmarking em Modelos de Negócio Online: a ANIET tem plena consciência das dificuldades que as empresas manifestam em relação à transformação dos seus modelos de negócio e adaptação ao digital. Por outro lado, também é evidente que muitas delas, avessas à mudança, funcionam por replicação de práticas que veem implementadas em empresas semelhantes. Por isso, para que as ações de promoção e para o e-commerce tenham sucesso é imperativo “mostrar” primeiro que são viáveis, já outros pares o fizeram, aportam resultados significativos, e que são um meio de excelência para alcançar públicos-alvo à distância, que de outra forma não seria possível.

- Estudo de Tendências de Consumo nos mercados-alvo do projeto: vender em 2023 não é vender em 2000 e as empresas estão a sentir essas dores de crescimento. A pedra natural está cada vez mais dependente das rápidas flutuações das tendências na construção e na arquitetura, com os clientes a exigirem soluções sustentáveis, ecoeficientes, inovadoras e inesperadas a um ritmo difícil de acompanhar pelos produtores. O estudo das tendências reduz o esforço da internacionalização, permitindo às empresas participantes preparar as suas respostas, orientar a sua oferta antes de se focarem em cada um dos mercados (antes da concorrência se possível) ou então conhecer a sua posição face à oferta da concorrência para orientar as suas abordagens (benchmarking). O setor está intimamente ligado às indústrias criativas do AEC, prescritores por excelência da pedra natural com os quais é essencial desenvolver sinergias pois estão recetivas à oferta do setor, mas também são cada vez mais dinâmicas e exigentes, pelo que levar a cada um dos mercados as soluções que melhor se lhe adequam é saber acrescentar valor e fazer melhores negócios. Poderá ser também uma referência para outros setores complementares, incluindo as próprias indústrias criativas.

- Data Templates (DT) relativos aos produtos inovadores com maior potencial de internacionalização: os Product Data Templates (ou Modelos de Dados) são recursos para a descrição digital de um produto num formato padrão que permitem automatizar operações de dados e a sua interoperabilidade ao longo da cadeia de abastecimento. Podem ser usados em todas as plataformas BIM (Building Information Modelling) e permitem responder adequadamente a processos de E-Procurement, já obrigatórios ou em implementação na maioria dos países alvo do projeto. Sendo um recurso altamente valorizado pelos principais prescritores de pedra natural utilizadores de plataformas digitais, constitui um forte argumento comercial no acompanhamento do programa de comunicação inbound proposto pelo projeto para os mercados-alvo. Ora, ao promover-se a integração da oferta das empresas em plataformas digitais não seria sensato não dotar as empresas de apoio à sua preparação (prevista a elaboração de 8 data templates para produtos inovadores e internacionalizáveis), uma vez que constitui um excelente argumento comercial junto destes públicos internacionais. Serão, por isso, ferramentas e metodologias úteis e replicáveis para outros materiais de construção.

- Relatório de Monitorização e avaliação do impacto das estratégias de comunicação inbound: traduzirá as ações implementadas para os canais online e dará a conhecer os seus resultados e impactos nos mercados e prescritores.

- Relatório Final de Avaliação que integrará um capítulo para Lições Aprendidas. Este exercício de reflexão a realizar pela Equipa Coordenadora do projeto será útil para prevenir erros em projetos futuros e promover boas práticas de execução e de avaliação a um projeto de qualquer setor.

Em termos de sessões de disseminação/demonstração o projeto contempla a realização de diversos eventos de livre e gratuita inscrição, que serão ampla e publicamente divulgados e abertos a todos os interessados:

- Sessão de apresentação do plano de ação: esta ação, e considerando o universo de empresas que poderá integrar o projeto, dirige-se maioritariamente, a esse mesmo universo: PME do setor da Pedra Natural fabricantes de equipamentos para a pedra e atividades relacionadas de construção/aplicação da pedra; não obstante poderem participar outros interessados em conhecer o plano de ação. Estima-se o envolvimento de 20 empresas.

- Webinars temáticos: serão realizados 4 webinars temáticos orientados para a internacionalização, subordinados aos temas do marketing e comunicação internacional (1), tecnologias digitais e-commerce (1) e Data Template e Metodologias BIM (2). Perante a tempestividade dos temas e a sua correlação com vários atores ao nível da cadeia de abastecimento do AEC, serão certamente atrativos não apenas para as empresas participantes no projeto mas para outros participantes, dentro ou fora do setor. Serão convidados oradores dos setores das áreas a debate, entre outras entidades de referência (Instituto da Construção, Centros tecnológicos, Associações Empresariais...) que enriquecerão a discussão e ajudarão a encontrar as melhores práticas para aumentar a presença e visibilidade da oferta nacional nos mercados externos. Estima-se o envolvimento de 80 empresas.

- Sessão de apresentação de resultados: evento final de disseminação de resultados, aberto ao tecido empresarial. Serão convidadas, para além do Instituto da Construção na qualidade de parceiro no projeto, outras entidades de referência (Centros tecnológicos, Associações Empresariais...) dos setores da construção e indústrias criativas (fileira AEC e/ou Habitat: arquitetura, design, engenharia, ..., e também empresas participantes e não participantes no projeto do setor onde a ANIET opera e de outros, contando com ex-participantes em projetos anteriores e entidades de referência intra e inter setoriais. Pretende-se promover a interação entre empresas, parceiros institucionais, associações, consultores, etc, a troca de informação, divulgação de resultados, publicitação de boas práticas e, quiçá, o desenvolvimento/fortalecimento de relações comerciais/institucionais. Estima-se o envolvimento de 30 empresas.

Este evento constituirá uma iniciativa de benchmarking na medida em que, além de disseminar os resultados proporcionados pelo projeto será também uma sessão para apresentação, a título de case-study, das ações e resultados das ações desenvolvidas para os canais online. Dado o seu caráter inovador, é essencial "contagiar" essas práticas fomentando a aproximação ao digital do setor (empresas não aderentes), que também beneficiarão as empresas presentes na sessão (de outros setores) e ainda outras empresas que venham a ter acesso a esta informação.

Por conseguinte, os efeitos e externalidades ao nível da demonstração de resultados a outras empresas e setores servirão como modelo para o mercado, potenciando o impacto no tecido empresarial e, consequentemente, nas empresas que fazem parte das redes de negócio dos participantes.

Pessoal e outros custos de acompanhamento do projeto

Pessoal técnico da(s) entidade(s) promotora(s) a afetar ao projeto

Nº	Promotor	Nova	NIF	Nome	Nível	Custo mês	N.º meses	Valor
1	ANIET	Não	████████	████████████████	Nível 6	5.479,04	7,80	42.736,51
2	ANIET	Não	████████	████████████████	Nível 7	1.426,83	9,60	13.697,60
3	ANIET	Não	████████	████████████████	Nível 4	1.355,49	10,80	14.639,31
4	ANIET	Sim	-	(a contratar)	Nível 7	2.068,91	15,60	32.274,97

Custos de promotores

Nº	Promotor	Designação	Rubrica	Imputação	Elegível
1	ANIET	Sensibilização e Divulgação do Projeto - informação ((1 consultor * 32 dias * 275€/dia + 1 consultor especialista * 5 dias * 350€/dia) * 1,23 (IVA))	Acompanhamento - Divulgação e Sensibilização	Indivisíveis	12.976,50
2	ANIET	Divulgação do projeto - publicidade (3 inserções publicitárias * 1.000€ * 1,23 (IVA))	Acompanhamento - Divulgação e Sensibilização	Indivisíveis	3.690,00
3	ANIET	Divulgação do projeto - video promocional do projeto (1 video * 2500€ * 1,23 (IVA))	Acompanhamento - Divulgação e Sensibilização	Indivisíveis	3.075,00
4	ANIET	Consultadoria às empresas na preparação das ações - marketing e comunicação ((1 consultor * 25 dias * 275€/dia + 1 consultor especialista * 5 dias * 350€/dia) * 1,23 (IVA))	Acompanhamento - Desenvolvimento do projeto	Indivisíveis	10.608,75
5	ANIET	Consultoria às empresas na preparação das ações - estruturação da informação para o BIM através de Data Templates ((1 consultor * 40 dias * 275€/dia + 1 consultor especialista * 15 dias * 395€/dia) * 1,23 (IVA))	Acompanhamento - Desenvolvimento do projeto	Indivisíveis	20.817,75
6	ANIET	Consultoria na Avaliação da Acção/Empresa - Feiras (1 consultor * 14 horas * 85€/hora * 1,23 (IVA) * 8 relatórios feira)	Acompanhamento - Avaliação de resultados	Indivisíveis	11.709,60

Nº	Promotor	Designação	Rubrica	Imputação	Elegível
7	ANIET	Consultoria na Avaliação da Acção/Empresa - Missões Prospeção (1 consultor * 14 horas * 85€/hora * 1 relatórios missão prospeção * 1,23 (IVA))	Acompanhamento - Avaliação de resultados	Indivisíveis	1.463,70
8	ANIET	Consultoria na Avaliação da Acção/Empresa - Missão Inversa (1 consultor * 14 horas * 85,00€/hora * 1 relatório missão inversa * 1,23 (IVA))	Acompanhamento - Avaliação de resultados	Indivisíveis	1.463,70
9	ANIET	Avaliação Final (1 consultor * 40 dias * 275€/dias + 1 consultor especialista * 5 dias * 350€/dia) * 1,23 (IVA))	Acompanhamento - Avaliação de resultados	Indivisíveis	15.682,50
10	ANIET	Sessão Pública Apresentação Resultados - publicidade (3 inserções publicitárias * 1.000,00€ * 1,23 (IVA))	Acompanhamento - Disseminação	Indivisíveis	3.690,00
16	ANIET	Estudo de Boas Práticas e Benchmarking em modelos de negócio online ((1 consultor * 40 dias * 275€/dia + 1 consultor especialista * 18 dias * 350€/dia) * 1,23 (IVA))	Acompanhamento - Desenvolvimento do projeto	Indivisíveis	21.279,00
17	ANIET	Estudo de Tendências de Consumo nos Mercados Alvo ((1 consultor * 30 dias * 275,00€/dia + 1 consultor especialista * 16 dias * 350,00€/dia) * 1,23 (IVA))	Acompanhamento - Desenvolvimento do projeto	Indivisíveis	17.035,50
18	ANIET	Monitorização e avaliação do impacto das estratégias de comunicação inbound ((1 consultor * 20 dias * 275,00€/dia + 1 consultor especialista * 5 dias * 350,00€/dia) * 1,23 (IVA))	Acompanhamento - Avaliação de resultados	Indivisíveis	8.917,50
19	ANIET	Webinaries - Mailings de divulgação (2 mailings de divulgação * 500,00€ * 1,23 (IVA))	Acompanhamento - Divulgação e Sensibilização	Indivisíveis	1.230,00
20	ANIET	Pessoal	Acompanhamento - Pessoal Promotor	Indivisíveis	103.348,39

Nº	Promotor	Designação	Rubrica	Imputação	Elegível
21	ANIET	TOC/ROC - 2023	CC/ROC	Distribuíveis	2.500,00
22	ANIET	TOC/ROC - 2024	CC/ROC	Distribuíveis	2.500,00

Competências da equipa coordenadora

Entidades externas a envolver

N.º	País	NIF	Nome	Entidade não empresarial do SI&I
1	Portugal	502164654	Instituto da Construção	Sim
2	Portugal	507293606	Market Acess - Consultores em Negócio Internacional, Lda	Não
3	Portugal	502245859	Pamésa Consultores, Lda	Não
4	Portugal	503210366	SGL - Sociedade de Gestão Integrada, Lda	Não

Competências específicas das entidades

Os critérios de seleção de entidades externas a envolver no projeto tiveram em conta 1) o seu conhecimento sobre a envolvente empresarial do setor e os mercados alvo do projeto 2) serem capazes de suprir insuficiências da equipa interna da ANIET 3) a sua experiência em trabalhos já desenvolvidos de natureza semelhante.

Trata-se de entidades idóneas, com mérito reconhecido, forte notoriedade e elevada competência.

Na sequência do anteriormente exposto as principais tarefas que as entidades acima identificadas irão realizar são:

- Instituto da Construção:

A estruturação da informação para o BIM através de DT - Data Templates (metadados interoperáveis) é uma iniciativa disruptiva para o setor, consonante com a Indústria 4.0 através do recurso a tecnologias e processos que lhe estão associados e ambiciona a preparação adequada das empresas para se reposicionarem em estratégias de valor para os canais online (presença em plataformas internacionais, lojas online, promoção digital, ...) e como parceiros tecnológicos na cadeia de abastecimento da Arquitetura, Engenharia e Construção, num contexto em que a principal concorrência internacional já comunica digitalmente este tipo de informação técnica com os prescritores de Pedra Natural.

O Instituto da Construção é a entidade de referência para DT de materiais de construção (como a Pedra Natural) e dispõe de uma equipa técnica especializada com competências diferenciadas e com vasta experiência, em particular no diagnóstico, na identificação de soluções e na caracterização de processos, nas áreas dominantes da Engenharia Civil. Desenvolve inúmeros projetos de I&DT, serviços de consultoria avançada, ações de formação e organização de eventos dando resposta às solicitações de organismos, instituições e empresas, nacionais e internacionais. Tem experiência comprovada no desenvolvimento de DT para outros produtos da construção. Terá a seu cargo:

1. Preparação e desenvolvimento das estruturas de dados:

- reuniões exploratórias de definição e concretização dos objetivos

- estudo e análise dos elementos existentes

- análise e seleção de produtos que se qualifiquem para o desenvolvimento de modelos de dados respetivos (potencial de internacionalização de acordo com as características dos mercados alvo)

- criação das fichas com as estruturas de metadados interoperáveis de acordo com os standards internacionais (estimam-se cerca de 8)

2. Realização de sessões para divulgação:

- realização de pelo menos 2 sessões públicas de sensibilização/divulgação para demonstrar as mais-valias da estruturação da informação para o BIM através do desenvolvimento de Data Templates, sua importância para a integração em plataformas de e-commerce numa perspetiva de comércio externo, esclarecimento e demonstração sobre os processos de estruturação da informação técnica a comunicar e disseminação de boas práticas, que contarão com a presença das empresas participantes mas abertas a outras que venham a manifestar interesse nestes temas .

- Market Access – Consultores em Negócio Internacional, Lda:

Atendendo à necessidade de planeamento e organização das missões de prospeção/inversas que integram o projeto e à profunda experiência da entidade em diversas iniciativas idênticas, tanto em setores como em mercados, a cargo da Market Access estarão as atividades de consultoria na preparação e acompanhamento da ação relativas à Missão de Prospeção Suécia e Missão Inversa Mercados Nórdicos, que incluem (com os devidos ajustamentos conforme se trate de Prospeção ao mercado/Inversa em Portugal):

? Kick-off Meeting: reunião inicial para recolha de informação e alinhamento de expectativas

? Prospeção de contactos: criação da base de dados de potenciais parceiros, contacto para apresentação de informação sobre cada empresa participante, seus produtos/serviços, agendamento de reuniões

? Preparação da Missão: criação do formulário de perfil de cada empresa e potencial comprador, definição do programa da missão de prospeção/inversa, ponto de situação regular dos contactos realizados e dos resultados obtidos

? Missão ao mercado: disponibilização da agenda individual de cada participante, envio às empresas participantes e aos compradores do(s) mercado(s) de toda a informação relevante para a boa execução das reuniões, acompanhamento físico no decorrer da missão (deslocação ao mercado-alvo no caso da Prospeção e deslocação a Portugal dos potenciais compradores no caso da Inversa)

? Follow-up individualizado: contactos posteriores à missão com os compradores para avaliação e manutenção de interesse no desenvolvimento de negócios com cada participante, apoio na comunicação entre as partes, relatório final

- Pamésa Consultores, Lda:

A entidade terá a seu cargo tarefas para as quais tem experiência acumulada (clientes em diversas áreas, sendo relevante a área dos materiais de construção), tanto ao nível do setor e da fileira como dos trabalhos a realizar e mercados alvo. Os trabalhos previstos incluem:

1. Processos de sistematização de informação, sensibilização, divulgação e apresentação do plano de ação às empresas com vista à angariação de novas participações
2. Preparação de informação para as empresas sobre os certames e respetivos mercados alvo (comércio setorial e bilateral com Portugal),
3. Preparação de informação sobre Boas Práticas & Benchmarking em Modelos de Negócio Online para dotar as empresas de conhecimento sobre a performance da sua concorrência no que se refere ao e-commerce internacional e identifiquem o melhor caminho para melhorar o seu desempenho em cada mercado alvo neste modelo de negócio.
4. Preparação de informação sobre Tendências do Consumo nos mercados alvo do projeto, antecipando o que surgirá em cada mercado de forma a orientar as estratégias de comunicação de forma mais assertiva e em correspondência com as efetivas preferências vigentes dos clientes, aumentando deste modo as perspetivas de negócio com efeitos de fidelização junto do público-alvo.
5. Consultoria na Avaliação das ações/empresa e do projeto: processos de avaliação de resultados em termos globais, das ações individuais e nas empresas. Tendo por referência os objetivos e resultados a alcançar pelas empresas envolvidas no projeto, após a conclusão de cada uma das feiras e missões será realizado um relatório de avaliação. No pós-ação, o apoio traduz-se na avaliação com as empresas dos resultados face ao que havia sido previsto, das dificuldades e lições aprendidas, é feito o follow-up dos contactos recebidos/encomendas/ventas de exportação/alterações às suas organizações decorrentes da participação, e ainda são apresentadas recomendações estratégicas para orientar futuros processos de internacionalização.

- SGI - Sociedade Gestão Integrada, Lda - Jorge Bernardino Couto Seixas (CC):

A validação financeira e documental e certificação das despesas inerentes ao projeto será realizada pelo Contabilista Certificado com que a ANIET trabalha. Atendendo à natureza da função não será necessário conhecimento dos mercados-alvo mas sim da função a desempenhar, de que detém vasta experiência de várias décadas.

De referir que para as ações de promoção nos canais online – campanhas de marketing e comunicação digitais (Social Media Marketing, Content marketing) e do e-commerce (Lojas próprias online e otimização da presença em Marketplaces) embora tenham sido feitas consultas ao mercado, ainda se encontram em fase de seleção os respetivos consultores que serão responsáveis pela conceção, implementação, acompanhamento e avaliação dos resultados obtidos pelas empresas participantes. Trata-se de explorar um segmento em que a Pedra Natural Portuguesa praticamente não está presente, fornecendo às empresas participantes bases de capacitação e apoio que garantam a adesão e sustentabilidade futura a estas novas formas de comunicar internacionalmente a sua oferta. Este processo de criação de valor e de transformação digital das empresas enquanto fator de inovação e crescimento ocorre, quer através da inovação organizativa nas organizações pelo desenvolvimento de modelos de negócio para o digital (B2B ou B2C) através da presença web em marketplaces e/ou lojas próprias online, quer pela aposta na inovação do marketing pela adoção de estratégias de comunicação e inbound marketing. Sinteticamente os trabalhos incluem:

- Inscrição e otimização da presença em marketplaces eletrónicos: contempla a possibilidade de um conjunto de 3 empresas se inscreverem pela primeira vez num e-marketplace internacional de referência, sendo prestado apoio ao processo de adesão inicial (que serão no futuro capazes de replicar) bem como o indispensável plano de otimização da presença através de uma campanha de divulgação por meios digitais.

- Criação de lojas próprias online: contempla apoio especializado para que um conjunto de 3 empresas desenvolvam a sua própria loja online e implementem as estratégias de SEO para e-commerce e Display Advertising para divulgação internacional. Integra consultoria às empresas para criação das lojas online e desenvolvimento do respetivo plano de comunicação aos mercados.

- Social media marketing: contempla apoio especializado para que um conjunto de 5 empresas participantes implementem um programa de ações digitais via estratégias de Social Media Marketing direcionada para os mercados-alvo do projeto e segmentada para um público-alvo de maior influência e/ou poder de compra.

- Content marketing: contempla apoio especializado para que um conjunto de 5 empresas participantes implementem um programa de ações digitais via estratégias de Content Marketing dirigidas aos mercados alvo do projeto.

Finalmente refira-se que o projeto não poderia deixar de incluir atividades para monitorização e avaliação dos resultados proporcionados por cada uma destas ações e seus impactos nas empresas, a integrar no relatório "Monitorização e avaliação do impacto das estratégias de comunicação inbound".

Competências da equipa coordenadora

Equipa coordenadora

N.º	Tipo	Entidade	NIF	Área de Formação	Nível de Qualificação	Função na Equipa
1	Interna	-	214589927	Engenharia	Nível 6	Coordenação e gestão do projeto. Gestão financeira do projeto.
2	Interna	-	253118026	Engenharia	Nível 7	Apoio à coordenação. Acompanhamento técnico das ações do projeto
3	Interna	-	226500705	Administrativa/Financeira	Nível 4	Apoio no acompanhamento do projeto e tarefas administrativas.

Experiência da equipa em projetos de natureza semelhante

A equipa interna da ANIET é multifacetada, com grande dinamismo e capacidade de trabalho sob pressão e detém vários anos de experiência no acompanhamento ao setor e a projetos desta natureza, como se pode constatar no detalhe de cada um dos técnicos.

Irão formar a equipa técnica afeta projeto os seguintes recursos humanos:

Níveis de Qualificação e Competências Profissionais:

Licenciada em Engenharia de Minas.

Diretora geral da ANIET.

Possui vasta experiência na organização de eventos relacionados com exposição, comunicação de empresas do setor em território nacional e internacional. A sua presença em feiras, reuniões em organismos internacionais, conferências e outros eventos com impacto no setor tem sido assídua na última década. Tem a cargo a liderança da coordenação das atividades da associação e da equipa técnica responsável pelos projetos, designadamente do departamento de internacionalização.

Acompanhou todos projetos onde a ANIET surgiu como promotora ou copromotora, nomeadamente os projetos conjuntos anteriormente detalhados e ações coletivas (Qualificação e Internacionalização), quer no âmbito do QREN, quer do Portugal 2020.

Funções no projeto:

- Coordenação e gestão do projeto. financeira do projeto e da equipa técnica;
- Acompanhamento e participação nas reuniões de preparação das atividades e de avaliação do projeto;
- Responsável pelas tarefas de ligação às entidades financiadoras do projeto;
- Dinamização das sessões presenciais de disseminação do projeto;
- Supervisão e validação dos trabalhos inerentes aos estudos a realizar.

Níveis de Qualificação e Competências Profissionais:

Mestre em Engenharia de Minas.

Responsável pelo departamento de internacionalização da ANIET.

Possui experiência na implementação de projetos de internacionalização no âmbito do Portugal2020, exercendo funções ao nível de:

- Organização de eventos nacionais e internacionais nomeadamente feiras e encontros empresariais
- Contacto com empresas e entidades nacionais e internacionais
- Acompanhamento e apoio às empresas durante as visitas aos mercados (feiras, missões, prospeção e desenvolvimento)

A experiência no trato com os associados, combinada com o elevado conhecimento técnico sobre o setor e o domínio da língua inglesa, traduzem-se numa mais-valia para o apoio à coordenação do projeto e no acompanhamento das empresas participantes nas ações de promoção internacional.

Funções no projeto:

- Apoio à coordenação
- Preparação, organização e presença nas ações de promoção internacional
- Suporte na preparação das empresas e seu acompanhamento nas ações de promoção internacional (feiras, missões, ...)
- Execução e acompanhamento de tarefas de marketing e imagem (conteúdos de comunicação externa, mailings, newsletters, divulgações website e redes sociais da ANIET, ...), exceto nas que, pelas suas especificidades técnicas, têm que ser subcontratadas, em que será responsável pela sua supervisão
- Acompanhamento e supervisão dos trabalhos subcontratados das ações relativas à promoção por canais digitais (missões digitais, presença em marketplaces, campanhas de marketing)

- Organização dos webinários, sessão de apresentação e disseminação de resultados
- Participação nas reuniões de trabalho

Níveis de Qualificação e Competências Profissionais:

12º ano escolaridade e curso técnico profissional nível 4 de Técnica de secretariado

Experiência no apoio a projetos, designadamente na preparação de documentação e comunicações externas e apoio à preparação das ações (nas vertentes de logística e administrativa) em todos os projetos financiados pelo Portugal2020 promovidos pela ANIET desde 2017.

Assistente administrativa na ANIET há mais de 6 anos exerce funções ao nível de:

- Comunicação às empresas (cartas, faxes, e-mails, memorandos, circulares e outros documentos de apoio) no âmbito da atividade da associação
- Organização documental e financeira
- Apoio logístico na organização de eventos, nomeadamente feiras e seminários
- Apoio no seguimento comercial das propostas de trabalho e orçamentos
- Contacto com associados
- Apoio na elaboração da ANIETNews.

Funções no projeto:

- Apoio na organização das sessões presenciais
- Contactos telefónicos e tratamento de correspondência
- Organização do processo documental e financeiro do projeto
- Agendamentos de viagens/estadias, questões logísticas,...

RECURSO A CONTRATAR - Não identificado no quadro acima "Equipa Coordenadora" por o formulário não permitir:

A ANIET tem em curso o processo de recrutamento e seleção de 1 técnico para incluir nos seus quadros internos para reforço do departamento de internacionalização. Terá como funções principais a preparação e acompanhamento das ações de promoção internacional dinamizadas pela Associação, incluindo o apoio à gestão técnico/financeira dos projetos.

Níveis de Qualificação e Competências Profissionais:

Mestrado.

Domínio do idioma inglês.

Classificação de pessoal:

Competências específicas

Funções no projeto:

- Apoio à coordenação e gestão técnico/financeira do projeto;
- Apoio às ações presenciais de divulgação e disseminação de resultados do projeto;
- Apoio à execução e acompanhamento de tarefas de marketing e imagem

Como se constata a equipa da ANIET tem vasta e diversificada experiência na execução e acompanhamento de projetos desta natureza, tem criado ao longo destes anos não só excelentes relações com as empresas aderentes que confiam no seu trabalho e com o tecido empresarial do setor e de outros setores com que se relaciona, mas também com entidades dos mercados externos, com as quais construiu boas relações comerciais, como as organizações dos certames, prescritores de diversas origens e setores e os mais altos representantes da Pedra Natural a nível mundial, o que contribui para o reforço da imagem da Pedra Natural Portuguesa e da força da marca de origem Portugal.

Enquadramento temático

ENEI

N.º	Domínio Prioritário	Principal área de atuação
1	Tecnologias de Informação e Comunicação	Novas formas de comunicação
2	Indústrias Culturais e Criativas	Arquitetura e design
3	Habitat	Construção

Fundamentação

TIC | Novas formas de comunicação

O projeto desenvolve iniciativas alinhadas com a viragem do setor rumo à digitalização. Integra ações de adaptação ao e-procurement BIM, com preocupações do alinhamento estratégico dos envolvidos nesta área. Em termos comunicacionais integra ações de capacitação e para a criação de novos modelos de negócios digital (lojas, marketplaces), aposta na comunicação inbound e na criação de condições alavancadoras da promoção e venda online (consultoria em marketing digital, Estudo de Práticas&Benchmarking em modelos de negócio online).

Indústria culturais e criativas | Arquitetura e design:

Promove sinergias com prescritores da A&D para a valorização da pedra natural e dos espaços edificados. As missões de prospeção/inversas e o Estudo de Tendências (benchmarking) permitirão perceber as preferências da procura e alinhar a oferta das empresas com a procura emergente. BIM facilitará a comunicação digital com prescritores.

Habitat | Construção:

Pela adoção de novas práticas na Pedra Natural de adaptação ao e-procurement BIM são alavancados impactos na cadeia de abastecimento do AEC, contribuindo para o potencial de inovação pelo desenvolvimento de soluções interdisciplinares entre materiais, engenharia civil e arquitetura.

EREI Norte

N.º	Domínio Prioritário	Principal área de atuação
1	Cultura, Criação e Moda	-
2	Cultura, Criação e Moda	-

Fundamentação

A Pedra Natural é uma das indústrias transformadoras com maior impacto na região Norte, e é nesta região do país que se localiza a maior percentagem de empresas do setor, sobretudo associadas à extração e transformação de granito, com uma tradição e um know-how milenar e expressão económica assinalável no comércio mundial.

A aposta atual do setor é clara na inovação tecnológica 4.0, na oferta de qualidade e na incorporação do design na oferta integrada, em resposta às tendências da procura emergente e no reforço da imagem e do seu posicionamento competitivo junto da cadeia de abastecimento da Arquitetura, Engenharia e Construção (arquitetura, design de interiores, paisagismo, património...). A orientação da oferta para bens de consumo com uma forte componente de design é clara, pela cooperação e sinergias com a fileira a montante (Arquitetura e Design), posicionando-se como agente de soluções integradas inovadoras (pedras translúcidas, novos acabamentos e aplicações multifuncionais, desenho técnico, incorporação de sensores de luz, eficiência energética, protótipos industriais, ...) e de serviços especializados para a arquitetura, engenharia e construção nacionais (contributo para o e-procurement pelo BIM pelos Data Templates). Desta forma, promove-se o investimento e valorização dos recursos naturais da região beneficiando a integração destas atividades económicas em linha com princípios de variedade relacionada, com vantagens competitivas à escala global.

O foco no desenvolvimento da Pedra Natural, cujo perfil setorial é relevante para a Base Empresarial do domínio prioritário Cultura Criação e Moda (Área Atuação Habitat), o Know-how produtivo e a exploração de novas soluções que aportam massa crítica incidem na exploração dos recursos e ativos da região (Arquitetura e Design), demonstram o contributo do projeto e do setor para o crescimento da economia regional, pelo que o seu alinhamento com a estratégia RIS3 regional é alto nos domínios nucleares da região Norte.

Enquadramento temático

EREI Centro

N.º	Domínio Prioritário	Principal área de atuação
1	Soluções Industriais Sustentáveis	Desenvolvimento de processos, materiais e sistemas sustentáveis de maior valor acrescentado para a região Centro
2	Soluções Industriais Sustentáveis	Valorização de tecnologias avançadas e/ou emergentes nos processos, produtos e sistemas eco-inovadores de maior valor acrescentado
3	Valorização de Recursos Endógenos Naturais	Desenvolvimento de produtos, processos e serviços com vista à dinamização das cadeias de valor associadas aos recursos endógenos naturais

Fundamentação

O projeto centra a intervenção em exportações de valor, ao apostar em mercados que valorizam fatores como a inovação tecnológica, a qualidade e o design na oferta integrada, induzindo o desenvolvimento de novos processos/materiais/produtos/sistemas sustentáveis e inovadores com valor acrescentado para a indústria e a região Centro. Fomenta a ação comercial e novos modelos de negócio (digitais), novos mercados para o calcário (EAU) e a criação de sinergias com outras cadeias de valor (AEC), geradoras de resultados crescentes (o calcário está no circuito das grandes casas de arquitetura de renome internacional).

Os fabricantes de equipamentos para a pedra que também integrarão o projeto são dinamos de inovação e uma indústria de referência nesta região, tendo um papel relevante na valorização dos recursos minerais e fomentando o seu uso eficiente na fileira pela maior incorporação tecnológica nos processos de extração e transformação.

O projeto contribui de forma clara e diferenciadora para a economia regional e seu ecossistema de inovação, ao fomentar a colaboração entre empresas do setor, fabricante de equipamentos e entidades do SI&I, a implementação do e-procurement pelo BIM nos calcários, aqui preponderantes, e no desenvolvimento colaborativo de soluções inovadoras e de serviços especializados para a arquitetura, engenharia e construção, promovendo desta forma o investimento e valorização dos recursos naturais da região.

A informação (focada na transição digital, nos modelos de negócio para o online, na importância do e-procurement pelo BIM para o setor e no estudo das tendências), debate e reflexão proporcionadas pelo projeto à região (webinars, sessões de divulgação...) irão contagiar e induzir por replicação nos pares estas mesmas práticas (sob pena de se auto-excluírem da digitalização), com efeitos de arrastamento, pela interoperabilidade de dados que possibilitam, ao nível da fileira da AEC regional. Estando assim fortemente alinhado com a RIS3 do Centro.

EREI Lisboa

N.º	Domínio Prioritário	Principal área de atuação
-	-	-

Fundamentação

Enquadramento temático

EREI Alentejo

N.º	Domínio Prioritário	Principal área de atuação
1	Economia dos Recursos Minerais, Naturais e Ambientais	-

Fundamentação

O setor da Pedra Natural, nomeadamente a extração de mármore e similares (e mesmo granitos), assume uma enorme relevância na estrutura económica da região do Alentejo, tendo em conta a sua importância no perfil de especialização da região, com experiência produtiva e exportadora, e na estrutura total do emprego regional.

São recursos únicos e reconhecidos internacionalmente pela sua qualidade, sendo a sua valorização um importante fator estratégico para a região, reforçada por novas abordagens em termos promocionais e marketing internacional, aproveitando oportunidades geradas pelas tendências de mercado que valorizam a sustentabilidade (difusão de sistemas de controlo e monitorização dos recursos via e-procurement) e a personalização em massa (essencial para os canais de distribuição online) através de inovação do produto como resposta à procura emergente.

Contribui para a economia regional e para o ecossistema regional de inovação ao dinamizar a promoção integrada com fornecedores de tecnologias e equipamentos (oportunidades de mercado (procura de proximidade) para o desenvolvimento de indústrias de bens de equipamento, nomeadamente ao nível das máquinas e da tecnologia de corte, de expressão económica reduzida na região do Alentejo), pelo seu potencial de criação de sinergias com as empresas do setor e de clusterização para fomento da inovação empresarial.

As ações de dinamização da ação comercial na cadeia de abastecimento da AEC (arquitetura, design de interiores, paisagismo, conservação do património, ...) refletem uma aproximação às indústrias criativas (principalmente da arquitetura), essencial para a valorização dos recursos naturais de pedra e valorização do património regional, reforçadas pelo desenvolvimento de novas soluções industriais para a proteção e recuperação do inestimável património e centros históricos da região, ativos a valorizar no suporte à atratividade regional.

Estando assim perfeitamente alinhado com RIS 3 Alentejo.

EREI Algarve

N.º	Domínio Prioritário	Principal área de atuação
-	-	-

Fundamentação

Desafios Societais

N.º	Desafio Societal	Principal linha de atuação
1	5. Ação Climática, Ambiente, Eficiência de Recursos e Matérias-Primas	5.4. Viabilizar a transição para uma sociedade e economia ecológicas através da eco-inovação (tecnologias, processos, serviços e produtos eco-inovadores, modelos económicos sustentáveis, promover a eficiência de recursos através de sistemas digitais)

Fundamentação

No que respeita aos Desafios Societais, ao induzir a digitalização na Pedra Natural, o projeto promove a desmaterialização de processos e concomitantemente a redução da utilização de recursos naturais.

Contribui assim para a transição para uma sociedade e economia ecológicas através da eco-inovação ao promover o desenvolvimento de novos modelos económicos pelo e-commerce, mais suportados por tecnologias e processos digitais, inerentemente mais automatizados e por isso com menor consumo de recursos e mais eficientes.

Contribui ainda de forma clara para o desenvolvimento de um ecossistema de eco-inovação, ao:

- fomentar a colaboração entre empresas do setor, fabricantes de equipamentos e entidades do SI&I no desenvolvimento colaborativo de novas soluções tecnológicas

- desenvolver modelos de Data Template para a implementação do e-procurement pelo BIM no setor (e consequente digitalização e interoperabilidade de dados com toda a cadeia de valor do AEC), alavancando efeitos de eficiência de recursos a montante e a jusante da própria atividade.

Sendo os seus produtos (Pedra Natural) essenciais à integração digital na fileira alargada dos Materiais e Construção (ambientes BIM), o projeto contribui decisivamente para o desenvolvimento de modelos económicos sustentáveis, novos sistemas construtivos, para uma exploração mais racional dos recursos minerais e para a utilização de materiais mais eficientes em termos energéticos, sustentáveis e de menor impacto ambiental na construção, que é a indústria que consome mais recursos naturais a nível mundial.

Assim, fica claro que o projeto contribui positivamente para o Desafio Societal Ação Climática, Ambiente, Eficiência de Recursos e Matérias-Primas - Viabilizar a transição para uma sociedade e economia ecológicas através da eco-inovação (tecnologias, processos, serviços e produtos eco-inovadores, modelos económicos sustentáveis, promover a eficiência de recursos através de sistemas digitais).

Crêterios de seleção

A1. Coerência e racionalidade do Projeto

Considerando a importância da Pedra Natural na atividade económica e exportadora do país, do percurso de valorização e modernização que esta indústria tem vindo a desenvolver e da vontade de transformação que as empresas manifestam, o plano de a  o conjunto, previamente apresentado   AICEP,   equilibrado, exequível e consistente com os objetivos apresentados que resultam na melhoria da sua capacitação para a internacionalização.

Está perfeitamente alinhado com as carências identificadas das empresas participantes e que a ANIET bem conhece e, tendo em conta o grau de maturidade de internacionalização e de digitalização, permite responder claramente aos problemas e oportunidades detetadas nas empresas e atrás justificadas, num conjunto de intervenções abrangentes, coordenadas e harmonizadas em termos de imagem e política de comunicação, com vantagens de escala e de cooperação pela presença conjunta, que integram ações diversificadas de promoção presencial e a ativação de ferramentas web para os canais digitais. Materializa a necessidade de novas estratégias de valorização da internacionalização no setor da Pedra Natural, contribuindo para continuar a reforçar a sua notoriedade internacional, alargar a base e capacidade exportadora das PME participantes em novos mercados e clientes. Integra ações em canais tradicionais (feiras, missões de prospeção e inversa, ...) mas aposta sobretudo, via inovação do marketing e utilização de tecnologias I4.0, em novas formas de comunicação e promoção digitais, e de integração em ecossistemas e dinâmicas de inovação com a cadeia de valor, que viabilizam a sua transição digital, tal como preconizado pelo Aviso.

O plano de investimentos proposto   exequível e adequado às ações a realizar e aos objetivos a concretizar; as despesas apresentadas baseiam-se em preços de referência praticados pelo mercado cumprindo os limites definidos pelo Aviso.

As fontes de financiamento do projeto estão rigorosamente asseguradas (incentivo - 50% despesas elegíveis distribuíveis e individualizáveis e 85% despesas elegíveis indivisíveis; financiamento das empresas - 50% despesas elegíveis distribuíveis e individualizáveis; recursos da associação - 15% das despesas indivisíveis)

Finalmente, o projeto contribui positivamente para o indicador de resultado do PO (em linha com o objetivo de 53% do Programa Internacionalizar2030), pelo que deve ser pontuado de Forte.

A2. Grau de inovação

O plano de a  o proposto no projeto Pedra E+ 2023/24   inovador no que se refere a abordagens das empresas aos mercados internacionais. Integra:

- uma diversidade de abordagens a novos mercados: Canadá, Emiratos  rabes Unidos, Suécia e restantes mercados nórdicos
- novas tipologias de ações: Prospeção   Suécia, Missão Inversa Mercados Nórdicos, Feiras StoneTech Canada 2023 e The Big5 2023
- apoio   criação de modelos de negócio B2B e B2C para o online (lojas online, marketplaces)
- utilização de ferramentas digitais associadas à indústria 4.0: social media marketing, content marketing, display advertising, SEO e SEA. Propõe-se uma iniciativa disruptiva para o tratamento do e-procurement BIM no setor da pedra natural (BIM-Based E-Procurement, em alternativa ao modelo vigente de procurement com inúmeras debilidades em termos de consumo de recursos naturais, desperdício de matérias e impacto ambiental), que incluir  aplicação de Data Templates para a seleção de produtos com maior potencial de internacionalização (a desenvolver pelo Instituto da Construção). É relevante para o setor enquanto agente integrante da cadeia de abastecimento da AEC e será uma mais-valia, principalmente para as empresas participantes que objetivem o segmento de mercado online, designadamente marketplaces internacionais.

Como se percebe, o projeto integra ações de natureza complementar às que são recorrentemente realizadas pelo setor e cadeia de valor, concretamente, por via do recurso às ferramentas digitais indicadas. A consultoria para criação de lojas online é outro exemplo de iniciativa complementar e que irá auxiliar as empresas, capacitando-as para a implementação do processo de digitalização. Contempla ainda parcerias com entidades não empresariais do Si&I – como   o caso presente do Instituto da Construção – que, pelo seu know-how técnico, ligação   academia, experiência e conhecimento do setor, representa um parceiro de valor para o projeto na sensibilização, apoio e mobilização das empresas para novos paradigmas de transição digital.

O projeto dirige-se a um conjunto amplo de empresas, que abrangem a cadeia de valor do setor da Pedra Natural e fileiras complementares:

- integra empresas com atividades de extração e transformação de pedra natural e empresas a montante (como   o caso dos fabricantes de equipamentos para extração e transformação destes recursos naturais) e a jusante da atividade (construção/aplicação da pedra)
- contempla iniciativas de disseminação de boas práticas que abrangem outros setores
- promove a integração da Pedra Natural em plataforma digitais, aproveitando os Product Data Templates que podem ser utilizados em todas as plataformas BIM, usados para projetos de infraestrutura e construção para arquitetos, paisagistas, designers, decoradores e construtores.

O projeto cumpre o requisito de 10% novos exportadores (30 empresas*10%=3): Pedreira Montariol (5,4%); Valstone (0%); Rego (8,2%) de exportações pré projeto.

Crêterios de seleção

A3. Competência e experiência da equipa coordenadora e entidades externas a envolver

A ANIET tem âmbito nacional e abrange, há mais de 40 anos, todas as empresas (maioritariamente PME) da fileira da pedra natural, singulares ou coletivas, que exerçam a atividade de extração (pedreiras) e ou transformação, produção e comercialização de massas minerais e de depósitos minerais, bem como de equipamentos, produtos e serviços afins, direta ou indiretamente relacionadas com a atividade do setor, pelo que tem necessariamente conhecimento profundo sobre as empresas e setores que integram o projeto.

Designadamente nesta tipologia de projetos, que desenvolve há vários anos e cujos resultados positivos são públicos, a Associação e a sua equipa tem experiência comprovada. Assegura, por isso, os recursos necessários e equipa interna experiente (coordenação técnica e financeira do projeto/ internacionalização/administrativa) para a sua execução e acompanhamento garantindo contratação de especialistas com experiência comprovada (já descrita) para as intervenções das áreas técnicas. Dispõe de capacidade de mobilização das empresas, como comprova a pr -adesão já obtida de 75% do total das empresas a envolver no projeto (24 em 30 previstas), sendo assegurada a angariação das restantes mediante o plano de divulgação alargado já previsto, que integra ações de publicação/informação, 1 sessão de apresentação do plano de a  o, divulgação do programa nos meios digitais próprios da Associação, ...

No âmbito da sua missão a ANIET apresenta vasta experiência no apoio às empresas, maioritariamente PME (tal como o setor que representa, em que 83% das empresas tem menos de 10 trabalhadores): na identificação de necessidades dos associados, no esclarecimento e divulgação de informação para colmatar dificuldades (tem estruturas de assistência técnica de suporte às PME), na representação e defesa dos interesses do setor junto de entidades públicas e privadas, contribuindo para a definição de estratégias coletivas e a sustentabilidade das PME (em atividades de apoio   inovação,   cooperação e internacionalização dos negócios), estimulando assim fatores de competitividade essenciais às estratégias de crescimento e emprego com efeitos na economia nacional.

C1. Efeitos de demonstração e de disseminação dos resultados a outras empresas e setores

Ações de demonstração e de disseminação de resultados que envolvam empresas não aderentes ao projeto

A divulgação pública do projeto e a disseminação de resultados e boas práticas será, como habitualmente, uma constante através dos diversos instrumentos de comunicação da Associação (ANIETNews; vídeos "on sight" transmitidos nas redes sociais, noticias no website, ficha do projeto e eventos organizados pela ANIET), o que permite amplo alcance e visibilidade a empresas não aderentes e de outros setores, gerando neles externalidades extremamente positivas apesar de não estarem diretamente envolvidos no plano de a  o conjunto.

Aliás, esta prática de partilha do trabalho realizado com as empresas tem-se espelhado na angariação de novos aderentes em cada novo projeto conjunto, demonstrando que a disseminação constante e abrangente dos trabalhos desenvolvidos (e que se irá continuar a fazer), resultam numa maior mobilização para a promoção internacional, incluindo de empresas que nunca haviam participado e que acabam por perceber a valia da ação coletiva neste domínio.

Para  m disso, o projeto contempla a realização de diversos eventos presenciais e virtuais (sessão de apresentação do plano de a  o, webinars temáticos e sessão de apresentação de resultados), de livre e gratuita inscrição e abertos ao tecido empresarial. Assim, naturalmente serão alcançadas muitas mais empresas do que aquelas que participarem no projeto que beneficiarão dos resultados e das experiências partilhadas.

Ações de demonstração e de disseminação de resultados que envolvam um sector não aderente ao projeto

Para  m do já referido, os instrumentos de comunicação utilizados e os eventos organizados pela ANIET permitem t mb m o alcance do público em geral, empresas, parceiros e entidades de referência intra e inter setoriais, nacional e internacionalmente. Por outro lado, dada a sua tempestividade, os temas em discussão nos webinars nas áreas de marketing e comunicação, tecnologias digitais e metodologias BIM (temas que se encontram na ordem do dia e que contarão com a participação de oradores especializados) irão certamente despertar o interesse em públicos diversificados que poderão livremente e sem qualquer encargo juntar-se a essas iniciativas.

Para o evento de disseminação final serão convidadas, para  m do Instituto da Construção na qualidade de parceiro no projeto, outras entidades de referência (Centros tecnológicos, Associações Empresariais...) dos setores da construção e indústrias criativas (arquitetura, design, engenharia, ...).

Finalmente recorde-se que os resultados proporcionados pelo projeto serão disponibilizados na respetiva ficha (que se encontra no website da Associação), estando assim acessíveis não só às empresas envolvidas diretamente no projeto (PME) mas t mb m ao público em geral.

Uma ou mais iniciativas no domínio do benchmarking (extrapolação de boas práticas intra e inter sectorial)

Estão previstas diversas iniciativas (públicas, como referido) que servirão como modelo para o mercado, potenciando impacto e boas praticas nas redes de negócio de todos quantos deles beneficiarem:

- Estudo de Boas Práticas & Benchmarking em Modelos de Negócio Online, Estudo de Tendências de Consumo nos Mercados alvo serão ferramentas e metodologias úteis e aplicáveis a outros setores complementares.

- Os Data Templates para BIM relativos aos produtos em pedra natural que se pretende desenvolver no projeto são críticos para arquitetos, designers, paisagistas, ..., de todo o mundo, e inserem-se num contexto alargado de mudança na fileira AEC no sentido de caminhar para uma abordagem integrada ao ciclo de vida de uma construção, que está já em curso, e que requer integração de toda a informação sobre os materiais aplicados. Por isso, o exemplo aqui aplicado para a pedra natural poderá e será certamente replicado por outros setores que produzem materiais de construção, e que beneficiarão da experiência proporcionada pelo projeto.

- Relatório de Monitorização e Avaliação do Impacto das Estratégias de Comunicação Inbound e Relatório Final de Avaliação (com capítulo para Lições Aprendidas) poderão prevenir erros em projetos futuros e promover boas práticas de execução e de avaliação.

Na Sessão final de apresentação de resultados, a título de case-study, terão especial foco as ações e resultados das ações de internacionalização via digital, dado o carácter mais inovador e fomentarão a aproximação ao digital (empresas e setores não aderentes também).

D. Fundamentação da inserção nos domínios prioritários das Estratégias Regionais de I&I para uma Especialização

Norte:

Domínio Prioritário - Cultura, Criação e Moda

Principal Área de Atuação – Habitat

Principal Área de Atuação – Arquitetura e Design

A Pedra Natural é uma das indústrias transformadoras com maior impacto na região Norte, e é nesta região do país que se localiza a maior percentagem de empresas do setor, sobretudo associadas à extração e transformação de granito, com uma tradição e um know-how milenar, expressão económica assinalável no comércio mundial, e que está a empreender caminho para a excelência e modernidade.

A aposta atual do setor é clara na inovação tecnológica 4.0, na qualidade e no design da oferta integrada em resposta às tendências da procura emergente e no reforço da imagem e do seu posicionamento competitivo através da dinamização da ação comercial junto da cadeia de abastecimento da Arquitetura, Engenharia e Construção (arquitetura, design de interiores, paisagismo, património, ...). O que se reflete na subida na cadeia de valor, de mero fornecedor de produto de construção civil para se perfilar já hoje como agente de soluções inovadoras (pedras translúcidas, novos acabamentos e aplicações multifuncionais, desenho técnico, incorporação de sensores de luz, eficiência energética, protótipos industriais, ...) e de serviços especializados para a arquitetura, engenharia e construção nacionais (contributo para o e-procurement pelo BIM pelos Data Templates), promovendo desta forma o investimento e valorização dos recursos naturais da região beneficiando a integração destas atividades económicas em linha com princípios de variedade relacionada, com vantagens competitivas à escala global.

O foco no desenvolvimento da Pedra Natural, cujo perfil setorial é relevante para a Base Empresarial do domínio prioritário Cultura Criação e Moda (Área Atuação Habitat), o Know-how produtivo e a exploração de novas soluções que aportam massa crítica incidem na exploração dos recursos e ativos da região (Arquitetura e Design), demonstram o contributo do projeto e do setor para o crescimento da economia regional, pelo que o seu alinhamento com a estratégia RIS3 regional é alto nos domínios nucleares da região Norte.

Centro:

Domínio Prioritário - Soluções Industriais Sustentáveis

Principal Área de Atuação - Desenvolvimento de processos, materiais e sistemas sustentáveis de maior valor acrescentado para a Região

Principal Área de Atuação - Valorização de tecnologias avançadas e/ou emergentes nos processos, produtos e sistemas eco-inovadores de maior valor acrescentado

Domínio Prioritário - Valorização de recursos endógenos naturais

Principal Área de Atuação - Desenvolvimento de produtos, processos e serviços com vista à dinamização das cadeias de valor associadas aos recursos endógenos naturais

A região Centro encerra uma grande variedade de recursos geológicos, cuja exploração é realizada especialmente no que se refere aos calcários (região de Leiria) e também granitos (Guarda e Viseu), pela multiplicidade de aplicações que as mesmas encerram, ocupando uma posição vital na estrutura sócio-económica da região e cujo modelo de negócio está fortemente orientado para os mercados externos.

O projeto centra a intervenção em exportações de valor, ao apostar em mercados que valorizam fatores como a inovação tecnológica, a qualidade e o design na oferta integrada, induzindo o desenvolvimento de novos

processos/materiais/produtos/sistemas sustentáveis e inovadores com valor acrescentado para a indústria e a região Centro.

Fomenta a ação comercial e novos modelos de negócio (digitais), novos mercados para o calcário (EAU) e a criação de sinergias com outras cadeias de valor (AEC), geradoras de resultados crescentes (o calcário está no circuito das grandes casas de arquitetura de renome internacional).

Os fabricantes de equipamentos para a pedra que também integrarão o projeto são dinamos de inovação e uma indústria de referência nesta região, tendo um papel relevante na valorização dos recursos minerais e fomentando o seu uso eficiente na fileira pela maior incorporação tecnológica nos processos de extração e transformação.

O projeto contribui de forma clara e diferenciadora para a economia regional e seu ecossistema de inovação, ao fomentar a colaboração entre empresas do setor, fabricante de equipamentos e entidades do SI&I, a implementação do e-procurement pelo BIM nos calcários, aqui preponderantes, e no desenvolvimento colaborativo de soluções inovadoras e de serviços especializados para a arquitetura, engenharia e construção, promovendo desta forma o investimento e valorização dos recursos naturais da região Centro, riqueza e emprego especializado.

Finalmente num setor que é ainda um pouco resistente à mudança, a informação (focada na transição digital, nos modelos de negócio para o online, na importância do e-procurement pelo BIM para o setor e no estudo das tendências), debate e reflexão proporcionadas pelo projeto à região (webinars temáticos, sessões de divulgação,...) irão contagiar e induzir por replicação nos pares estas mesmas práticas (sob pena de se auto-excluírem da digitalização), com efeitos de arrastamento, pela interoperabilidade de dados que possibilitam, ao nível da fileira da AEC regional.

Estando assim fortemente alinhado com a RIS3 do Centro.

Alentejo:

Domínio Prioritário - Economia dos Recursos Minerais, Naturais e Ambientais

Principal Área de Atuação - Indústrias extrativas / Transformação de mármore / Rochas ornamentais

O setor da Pedra Natural, nomeadamente a extração de mármore e similares (e mesmo granitos), assume uma enorme relevância na estrutura económica da região do Alentejo, tendo em conta a sua importância no perfil de especialização da região, com experiência produtiva e exportadora, e na estrutura total do emprego regional.

Estes recursos naturais são únicos e reconhecidos internacionalmente pela sua qualidade, sendo a sua valorização um importante fator estratégico para a região. Nesse sentido, o projeto tem perfeito alinhamento com a estratégia de especialização da EREI Alentejo, uma vez que promove novas abordagens em termos promocionais e de marketing especialmente orientados para os mercados externos, aproveitando oportunidades geradas pelas tendências de mercado que valorizam a sustentabilidade (difusão de sistemas de controlo e monitorização dos recursos via e-procurement) e a personalização em massa (essencial para os canais de distribuição online) através de inovação do produto como resposta à procura emergente.

Contribui inclusivamente para a economia regional e para o ecossistema regional de inovação ao dinamizar a promoção integrada com fornecedores de tecnologias e equipamentos (oportunidades de mercado (procura de proximidade) para o desenvolvimento de indústrias de bens de equipamento, nomeadamente ao nível das máquinas e da tecnologia de corte, de expressão económica reduzida na região do Alentejo), pelo seu potencial de criação de sinergias com as empresas do setor e de clusterização para fomento da inovação empresarial.

Adicionalmente, as ações a desenvolver tendentes ao reforço da imagem e do posicionamento competitivo do setor através da dinamização da ação comercial na cadeia de abastecimento da Arquitetura, Engenharia e Construção (arquitetura, design de interiores, paisagismo, conservação do património, ...), refletem uma aproximação às indústrias criativas (principalmente da arquitetura) que é essencial para a valorização dos recursos naturais de pedra e valorização do património regional, que poderão inclusive ser reforçadas pelo desenvolvimento de novas soluções industriais para a proteção e recuperação do inestimável património e centros históricos da região, ativos a valorizar no suporte à atratividade regional.

Estando assim perfeitamente alinhado com RIS 3 Alentejo.

Declarações

Declarações de compromisso

Sim Não NA

1. Geral

- | | | | |
|---|---|-------------------------------------|--------------------------|
| 1 | Declaro que autorizo a utilização dos dados constantes desta candidatura para outros sistemas no âmbito do PT 2020, salvaguardando o sigilo para o exterior. | ☒ | ☐ |
| 2 | Declaro que todas as informações constantes neste formulário são verdadeiras, incluindo a veracidade dos pressupostos utilizados na definição do projeto de investimento apresentado. | ☒ | |
| 3 | Declaro cumprir as obrigações relativas ao Tratamento de dados pessoais, nos termos do Regulamento Geral de Proteção de Dados, aprovado pelo Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de abril de 2016, relativamente aos dados pessoais constantes do presente formulário de candidatura. | ☒ | |
| 4 | Declaro que autorizo a Autoridade de Gestão do Compete 2020 a recolher os dados relativos ao n.º de postos de trabalho, residentes nos Sistemas de Informação da Segurança Social, para efeitos de validação sobre o cumprimento das minhas obrigações decorrentes do financiamento atribuído ao projeto e adicionalmente para prestação de informação à Comissão Europeia de acordo com o seu contributo no cumprimento dos resultados do PO, os quais não podem ser utilizados para outras finalidades, por período superior ao de execução do PO e por entidades distintas das identificadas devendo ser, em relação aos mesmos, assegurada a adequada confidencialidade e sigilo. | ☒ | |
| 5 | Declaro aceitar o reenquadramento do projeto no Portugal 2030 e o cumprimento dos normativos que vierem a ser aplicáveis. | ☒ | |

2. Critérios de elegibilidade do promotor

- | | | |
|---|---|-------------------------------------|
| 1 | Declaro, e comprometo-me a apresentar a documentação que me for solicitada para efeitos de comprovação, que o promotor está em condições legais para desenvolver as atividades no território abrangido pelo PO e pela tipologia das operações e investimentos a que me candidato – alínea c) do artigo 13º do DL nº 159/2014 de 27 de outubro, na sua atual redação. | ☒ |
| 2 | Para efeitos do cumprimento do disposto alínea i) do artigo 13º do DL nº 159/2014, de 27 de outubro, na sua atual redação, declara-se que o promotor deste projeto não detém nem deteve capital numa percentagem superior a 50%, direta ou indiretamente, em empresa que não tenha cumprido notificação para devolução de apoios no âmbito de uma operação apoiada por fundos europeus. | ☒ |
| 3 | Declaro que o promotor dispõe de contabilidade organizada nos termos da legislação aplicável (alínea a) do nº 1 do artigo 5º do RECI, na sua atual redação). | ☒ |
| 4 | Declaro que não sou uma entidade sujeita a uma injunção de recuperação, ainda pendente, na sequência de uma decisão anterior da Comissão que declara um auxílio ilegal e incompatível com o mercado interno (alínea c) do nº 1 do artigo 5º do RECI, na sua atual redação). | ☒ |
| 5 | Declaro que o promotor não tem salários em atraso (alínea d) do nº 1 do artigo 5º do RECI, na sua atual redação). | ☒ |
| 6 | Declaro que, para aferir a situação líquida positiva, conforme previsto no nº 3 do Anexo F do RECI, na sua atual redação, caso seja aplicável à presente candidatura, apresento um balanço intercalar certificado por um ROC. | ☒ |
| 7 | Declaro que, o promotor reúne as condições quanto ao cumprimento do critério de elegibilidade previsto na alínea b) do artigo 13º do DL nº 159/2014, de 27 de outubro, na sua atual redação, relativo à situação tributária e contributiva regularizada perante, respetivamente, a administração fiscal e a segurança social. | ☒ |
| 8 | Declaro que o promotor tem a situação regularizada em matéria de reposições, no âmbito dos financiamentos dos FEEI, conforme previsto na alínea e) do artigo 13º do Decreto-Lei nº 159/2014, de 27 de outubro, na sua atual redação. | ☒ |

Declarações

Declarações de compromisso

Sim Não NA

3. Critérios de elegibilidade dos projetos

- | | | |
|---|--|-------------------------------------|
| 1 | Declaro não ter dado início ao presente projeto nos termos do estabelecido na alínea a) do nº 1 do artigo 45º do RECI, na sua atual redação. | ☒ |
| 2 | Declaro que o projeto apresentado nesta candidatura não tem investimentos incluídos no âmbito dos contratos de concessão com o Estado (nº 4 e nº 6 do artigo 4º do RECI na sua atual redação) e que o projeto não está inserido numa atividade económica de interesse geral (nº 1 do artigo 4º do RECI, na sua atual redação). | ☒ |
| 3 | Tomei conhecimento e declaro cumprir ou estar em condições de cumprir nos prazos fixados, os critérios de elegibilidade de projeto de acordo com o previsto no RECI, na sua atual redação e, no presente aviso, sob pena de operar a caducidade e consequente anulação da candidatura. | ☒ |
| 4 | Enquanto promotor do projeto conjunto comprometo-me a verificar que cada empresa beneficiária participante no projeto cumpre com os critérios de elegibilidade estabelecidos no Aviso. | ☒ |

4. Obrigações do promotor

- | | | | |
|---|---|-------------------------------------|-------------------------------------|
| 1 | Tomei conhecimento e declaro estar em condições de cumprir com as obrigações estabelecidas no artigo 24º do DL nº 159/2014, de 27 de outubro, na sua atual redação, nos artigos 12º e 54º do RECI e no Aviso de concurso. | ☒ | |
| 2 | Proceder à publicitação dos apoios, em conformidade com o disposto na legislação Europeia e nacional aplicável, nomeadamente através da publicação no website do promotor de uma Ficha de Projeto. | ☒ | |
| 3 | No caso de ser uma entidade adjudicante, nos termos do artigo 2º do código de Contratação pública, declaro cumprir o regime legal de contratação pública. | ☐ | ☒ |

Observações

Damos nota de que a IES (cujo código foi inserido na página 4 do formulário – Balanço e Demonstração de Resultados), pela sua natureza, reflete apenas informação relativa à componente económica desenvolvida (rendimentos sujeitos a tributação), não contemplando a atividade predominante de natureza associativa desenvolvida. Como tal, o Balanço e Demonstração dos Resultados que refletem a atividade integral da Associação são os que constam do Relatório de Atividades do exercício de 2021. Havendo a dúvida sobre qual das opções utilizar, por uma questão de exatidão técnica, inserimos os dados que constam do Relatório de Atividades naquela página do formulário.

Efeito incentivo

- ☒ Declaro que todo o investimento apresentado será realizado em data posterior à data da candidatura, não existindo qualquer compromisso de encomenda de equipamentos, reserva(s) de espaço em feira(s), contratação de serviços de consultoria ou qualquer outro compromisso, em data anterior à submissão da candidatura, ou quaisquer outros compromissos que tornem o investimento irreversível.

Rubricas de investimento com compromissos anteriores à candidatura

Tem algum compromisso de encomenda de equipamentos, reserva(s) de espaço em feira(s), contratação de serviços de consultoria ou qualquer outro compromisso, em data anterior à submissão da candidatura?

☐ Sim ☒ Não

N.º	Ação/Tipo	Custo	Fundamentação da reversibilidade do compromisso
-	-	-	-

Alerta: A ausência de informação sobre compromissos anteriores à submissão da candidatura ou do registo de pedido de auxílio, determinará a não elegibilidade de toda a candidatura, caso mais tarde venham a ser encontradas evidências da existência de compromissos em data anterior à submissão do registo de pedido de auxílio ou da candidatura, que tornem o investimento irreversível.