

Ações Coletivas - Internacionalização

Índice de páginas

Versão 1.00

1	Projeto e promotor(es)
2	Dados do promotor
3	Caracterização do beneficiário
4	Balanço e Demonstração de Resultados
5	Caracterização geral do projeto
6	Caracterização da operação
7	Lista de atividades
8	Detalhe da atividade
9	Pessoal e outros custos de acompanhamento do projeto
10	Competências da equipa coordenadora
11	Indicadores
12	Enquadramento temático
13	Critérios de seleção
14	Financiamento por beneficiário
15	Financiamento Total
16	Declarações

Projeto e promotor(es)

Caracterização do projeto

Designação

Portuguese Stone – The Natural Path 24/26

Designação Inglês

Portuguese Stone – The Natural Path 24/26

Candidatura

Individual ☒

Copromoção ☐

Promotor(es)

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

Resumo

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

O projeto Portuguese Stone – The Natural Path 24/26, apresentado pela Associação Nacional da Indústria Extractiva e Transformadora tem como objetivo estratégico reforçar a internacionalização do Setor da Pedra Natural, procurando alavancar a visibilidade da oferta nacional, promover a entrada em segmentos de maior valor acrescentado e contribuir para a valorização e potencialização de fatores imateriais (de diferenciação e valorização) de competitividade de natureza coletiva. Pretende-se promover e valorizar a imagem e reconhecimento internacional das PME deste setor, através da dinamização de atividades de reforço de visibilidade e notoriedade, ações de promoção junto dos mercados externos, de capacitação empresarial para a internacionalização, desenvolvimento de redes colaborativas, promoção e marketing internacional, com enfoque no digital, que permitam aumentar a visibilidade da oferta de valor nos mercados externos.

Resumo Inglês

The Portuguese Stone - The Natural Path 24/26 project, presented by the National Association of the Extractive and Processing Industry, has the strategic objective of strengthening the internationalisation of the Natural Stone Sector, seeking to leverage the visibility of the national offer, promote entry into higher value-added segments and contribute to the valorisation and enhancement of immaterial factors (of differentiation and valorisation) of competitiveness of a collective nature. The aim is to promote and enhance the image and international recognition of SMEs in this sector, by promoting activities to increase their visibility and notoriety, promotional activities in foreign markets, business training for internationalisation, the development of collaborative networks, international promotion and marketing, with a focus on digital, which will increase the visibility of the value on offer in foreign markets.

Localização da operação (NUTS II)

A regionalização deverá ser efetuada em função do peso dos impactos/efeitos do projeto em cada uma das regiões intervencionadas

Norte %

Centro %

Lisboa %

Alentejo %

Algarve %

Projeto e promotor(es)

Contactos

Responsável técnico pelo projeto

Nome	██████████		
E-mail	██████████		
Telefone	████████	Função	Diretora Geral

Outro contacto

NIF	502245859
Entidade	Pamésa Consultores, Lda
Responsável	██████████
E-mail	██████████
Telefone	229478800

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	1990-12-19
Fins lucrativos	☐ Sim ☒ Não	Património associativo	130.197,02
Tipo da entidade	Associação empresarial (sem fins lucrativos)		
Privada/Pública	Privada		
Regime IVA	Normal Trimestral		

Atividade(s) económica(s) do promotor

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

IBAN PT50 007900000200740810142

Atividade económica

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

A declaração do ano 2022 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 2022 indica que é entidade adjudicante.

Dados do promotor

Nível territorial

Nacional ☒

Regional ☐



Norte



Centro



Lisboa



Alentejo



Algarve

Âmbito sectorial



Construção



Indústria



Comércio



Turismo



Serviços



Transportes



Outros

Postos de trabalho do promotor

2022

Área Funcional	Nível de Qualificação	M	H	Total
Administração/Direção	Nível 6	1	-	1
Engenharia, Conceção e Projeto	Nível 7	1	-	1
Administrativa/Financeira	Nível 4	1	-	1

Caracterização do beneficiário

Promotor

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

Caracterização do Beneficiário

Missão

A ANIET – Associação Nacional da Indústria Extrativa e Transformadora é uma associação patronal sem fins lucrativos e de utilidade pública, constituída em 1975, que tem como missão prestar serviços de apoio aos associados do setor que representa, no sentido de melhorar o seu desempenho empresarial.

A associação tem âmbito nacional e abrange todas as empresas da fileira dos recursos minerais (incluindo a 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, assim como de equipamentos, produtos e serviços afins, direta ou indiretamente relacionadas com a atividade do setor.

A atividade da Associação é exercida com diligência e comprometimento no sentido de:

- a) Identificar as necessidades dos associados;
- b) Promover o esclarecimento e divulgar informação para colmatar dificuldades;
- c) Representar e defender os interesses do setor junto de entidades públicas e privadas;
- d) Contribuir para a definição de estratégias coletivas.

No âmbito da sua missão a ANIET tem como objetivo contribuir para a sustentabilidade das empresas promovendo atividades de apoio à inovação, à cooperação e internacionalização dos seus negócios, estimulando fatores de competitividade de natureza coletiva essenciais às estratégias de crescimento e emprego, que possam induzir boas práticas de gestão abrangentes e com externalidades positivas na economia nacional.

Atribuições e competências

A ANIET desempenha um papel ativo de interlocução junto de entidades públicas e privadas que, de forma direta ou indireta, mantêm relações com o setor nos diversos domínios (económico, social, político e institucional).

A Associação participa dinamicamente em diversos organismos de cúpula nacionais relacionados com a sua atividade, designadamente, a CIP - Confederação da Indústria Portuguesa, a CPCI - Confederação Portuguesa da Construção e Imobiliário e a AEP - Associação Empresarial de Portugal. Possui participação na Associação Cluster Portugal Mineral Resources e no Centro Tecnológico da Cerâmica e do Vidro (CTCV). Integra os Órgãos Sociais da Associação Plataforma para a Construção Sustentável e integra o Conselho Estratégico do CLUSTER HABITAT SUSTENTAVEL. Um Cluster que engloba, desde a extração à nanotecnologia.

Adicionalmente, a nível internacional, a ANIET tem representação na EUROMINES (Associação Europeia da Indústria Mineira, Minérios Metálicos e Minerais Industriais) e na UEPG (União Europeia de Produtores de Agregados), integrando, nesta última, o Bord/Direção.

A associação conta com estruturas de assistência técnica nas seguintes áreas de atuação:

- Elaboração de Planos de Pedreira;
- Elaboração e atualização de Planos de Lavra;
- Planos Ambientais e de Recuperação Paisagística;
- Estudos de Impacte Ambiental;
- Licenciamento de Unidades Industriais;
- Licenciamento de Operação de Gestão de Resíduos (Recolha e Valorização de RCD's);
- Marcação CE;
- Auditorias;
- Implementação de Sistemas de Gestão da Qualidade;
- Implementação de Sistemas de Gestão Integrados-Qualidade, Ambiente e Segurança;
- Serviços de Higiene e Segurança no Trabalho;
- Apoio a candidaturas a fundos comunitários;
- Apoio à internacionalização em projetos conjuntos;
- Área Jurídico-Legal;
- Apoio em matéria laboral e em todos os aspetos relacionados com a legislação aplicável ao Setor.
- Informação sobre legislação relacionada com o Setor através de circulares, boletins informativos e da Internet.
- Formação Profissional, sendo acreditada pela DGERT.

A divulgação de informações sobre temáticas relevantes para o setor é assegurada através de diversos canais, tais como circulares, a edição e envio da newsletter, de periodicidade mensal, assim como através do acesso ao website da Associação www.aniet.pt e da presença nas redes sociais.

Para valorizar a cooperação interinstitucional com vista a promover o setor e beneficiar a organização das empresas da fileira da pedra natural, são promovidas iniciativas como:

- A Participação em Feiras como a STONE - Exposição de Pedra Natural de Portugal; Feira CONCRETA - Feira de Construção, Reabilitação, Arquitetura e Design e TEKTÓNICA - Feira Internacional de Construção e Obras Públicas;
- A presença em Congressos para a Sustentabilidade da Reabilitação Urbana, Impacto e Desempenho Energético e Ambiental, Desenvolvimento de Cidades Competitivas e Atrativas;
- Projetos conjuntos de internacionalização com vista a apoiar as empresas no aumento das exportações através de presenças em feiras, ações de prospeção e missões inversas.

Tendo em vista colmatar as carências de capacitação empresarial que vai diagnosticando, desenvolve de forma consistente e regular, projetos conjuntos e ações coletivas:

Projetos Conjuntos de Internacionalização:

- Pedra E+ 23/24;
- Pedra E+ 2020;
- Pedra E+;
- Pedra com Valor;

SIAC Internacionalização:

- Portugal Stone - The Natural Path;
- Stone Export+;
- Ganhar a Aposta na Pedra Natural;

SIAC Qualificação:

- Pedra + Sustentável;
- Ecoeficiência e Competitividade;

Para melhorar competências setoriais nos domínios técnicos, comportamentais, comerciais, entre outros, a ANIET decidiu integrar recentemente uma iniciativa que procura alavancar a formação dos ativos das empresas, levada a efeito no designado Projeto de Formação Empresarial Conjunta – Clusters, na qualidade de proponente do projeto.

Como se demonstra, a ANIET tem uma política de proximidade às empresas, representatividade e competências que lhe permitem diagnosticar as barreiras que se impõem às empresas, identificar oportunidades e desenvolver projetos como o atual que, em consonância com a estratégia da própria Fileira, apoia a capacitação das empresas para modelos de negócio emergentes, tendo em vista preparar cada vez melhor o setor da Pedra Natural portuguesa para dar resposta aos novos drivers e desafios do mercado global.

Capacidade instalada em termos de recursos humanos e outros meios próprios da entidade promotora

A ANIET encontra-se sedada na Boavista, freguesia de Ramalde, concelho do Porto, em instalações alugadas, na Rua Júlio Dinis, 931-1.º Esquerdo. Adicionalmente, a Associação possui ainda instalações próprias na sua delegação sita na Av. Manuel da Maia, em Lisboa

Ambas as instalações estão equipadas com mobiliário para serviços administrativos e formação profissional. Os espaços físicos possuem capacidade para a realização de encontros de pequenos grupos de trabalho sempre que necessário. Naturalmente quando dinamiza eventos de vasta audiência a associação recorre ao aluguer de instalações adequadas à tipologia do evento (conferências, exposições, eventos de disseminação, etc)

Possui meios informáticos adequados para a sua atividade normal, dispondo de computadores, impressoras e outros equipamentos (hardware) assim como software, indispensável à atividade associativa (recorde-se que, adicionalmente a ANIET disponibiliza aos seus associados informação que passa pela edição de newsletters mensais). A associação dispõe de meios informáticos adequados que lhe permitem assegurar uma correta capacidade instalada para a boa implementação do projeto

As condições da associação são adequadas à sua atividade corrente, mas também permitem responder eficazmente às exigências que decorrem da execução, gestão, acompanhamento, monitorização e controlo das atividades do presente projeto, nomeadamente, em áreas e condições de trabalho, inclusive aquelas que envolvem a presença de técnicos externos (salas de reunião, postos de trabalho, mobiliário, material de escritório, comunicações telefónicas e internet wireless, ...)

A sistematização e organização dos processos aliadas a metodologias de trabalho já implementadas há vários anos entre a equipa, facilitam o curso normal das rotinas de trabalho, permitindo a alocação parcial dos recursos organizacionais a projetos que não se encontram diretamente associados àquele que é o escopo central da associação

Em termos financeiros, a base de receitas da ANIET é composta maioritariamente pela quotização dos seus associados. No entanto, para garantir fundos de tesouraria adicionais e sustentáveis, a associação está a desenvolver diversos serviços complementares aos associados, que lhe permitirão diversificar a sua oferta e criar oportunidades de receita

Tem em curso um plano de financiamento das suas ações no calendário de atividades, que irá financiar parcialmente com recurso a fundos públicos, recorrendo a mecanismos de financiamento no âmbito de candidaturas Projetos Conjuntos, SIAC, para além de fundos próprios e financiamento bancário que utiliza na sua gestão corrente e na componente privada de financiamento dos projetos

Quanto à equipa de recursos humanos da ANIET, a associação dispõe de uma equipa interna multifacetada, com grande dinamismo e capacidade de trabalho sob pressão, e detém vários anos de experiência no acompanhamento ao setor, aliada a uma estrutura externa de colaboradores especializados com os quais coordena a execução das diversas atividades e projetos em que está envolvida

Assim os recursos humanos afetos ao projeto são os seguintes:

Francelina Pinto

Licenciada em Eng. de Minas

Diretora geral

Possui vasta experiência na organização de eventos relacionados com exposição, comunicação e representação do setor. A sua presença em ações de promoção internacional, reuniões em organismos internacionais, conferências e outros eventos com impacto no setor tem sido assídua nas duas últimas décadas. 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 ações coletivas (Qualificação e Internacionalização) e projetos conjuntos, no âmbito do QREN, do PT2020 e PT2030.

FILIPA BRANDÃO

Mestre em Eng. de Minas

Responsável pelo departamento de internacionalização

Possui experiência na implementação de projetos de internacionalização no âmbito do PT2020 e PT2030, exercendo funções ao nível de:

- Organização de eventos nacionais e internacionais nomeadamente ações de promoção, presença em certames, encontros empresariais, ...
- Contacto com empresas e entidades nacionais e internacionais
- Acompanhamento e apoio aos associados

A sua experiência, combinada c/ o conhecimento técnico e o domínio do inglês, traduzem-se numa mais-valia para o apoio à coordenação e no acompanhamento das ações de promoção internacional

ISABEL MAFRA

Licenciada em Eng. Informática Industrial e Mestre em Eng. Biomédica

Responsável pelo departamento informático e administrativo e co-responsável pelo departamento de internacionalização.

Experiência no apoio a projetos, designadamente na preparação de documentação e comunicações externas e apoio à preparação das atividades na vertente administrativa e coordenação técnica

Exerce funções ao nível de:

- Gestão das Bases de Dados
- Gestão do site e e-mails
- Otimização das infraestruturas de comunicações aos associados
- Assistência e manutenção ao parque informático

FRANCISCA BATISTA

12º ano e curso técnico nível 4 de Técnica de termalismo

Encontra-se a frequentar Licenciatura de Gestão de Marketing Digital

Experiência na área administrativa financeira, desenvolvimento de negócios, marketing digital e e-business, e ainda em gestão de redes sociais. Integra o departamento administrativo

Exerce funções ao nível de:

- Comunicação às empresas (cartas, faxes, e-mails, memorandos, circulares...) no âmbito da atividade da associação
- Elaboração de publicações para alimentação de circulares, Boletins informativos, newsletters, ...
- Conceção e gestão de conteúdos para as redes sociais
- Organização documental e financeira

EDUARDO FERNANDES

A frequentar licenciatura de Assessoria e Tradução

Em estágio curricular na ANIET, desde abril de 2024, nas áreas de Financeira e Internacionalização.

Balço e Demonstração de Resultados

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

Origem Preenchimento Manual

Dados disponíveis

Fonte

Código IES PIEWXIPNAEAM

Balço

DR

Rubrica 2022

ATIVO

Ativo não corrente	110.717,18
Ativos fixos tangíveis	89.728,66
Propriedades de investimento	20.988,52
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	837.758,63
Inventários	0,00
Ativos biológicos	0,00
Clientes	174.204,84
Adiantamentos a fornecedores	0,00
Estado e outros entes públicos	0,00
Acionistas/sócios	0,00
Outras contas a receber	604.422,62
Diferimentos	914,42
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	58.216,75
TOTAL DO ATIVO	948.475,81

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	141.312,29
Ajustamentos em ativos financeiros	0,00
Excedentes de revalorização	0,00
Outras variações no capital próprio	0,00
Resultado líquido do período	3.925,88
Interesses minoritários	0,00
Dividendos antecipados	0,00
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO	290.053,36
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	658.422,45
Fornecedores	140.313,44
Adiantamentos de clientes	0,00
Estado e outros entes públicos	10.930,60
Acionistas/sócios	0,00
Financiamentos obtidos	96.301,51
Outras contas a pagar	14.563,79
Diferimentos	396.313,11
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	658.422,45
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO + PASSIVO	948.475,81

Balço e Demonstração de Resultados

Balço	DR
Rubrica	2022
Vendas e serviços prestados	270.904,80
Subsídios à exploração	312.881,53
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	423.259,56
Gastos com o pessoal	108.581,47
Imparidade de inventários (perdas/reversões)	0,00
Imparidade de dívidas a receber (perdas/reversões)	4.140,00
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	1.628,68
Rendimentos suplementares	0,00
Outros	1.628,68
Outros gastos e perdas	38.228,84
Impostos indiretos	0,00
Outros	38.228,84
Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos	11.205,14
Gastos/reversões de depreciação e de amortização	2.015,32
Imparidade de Investimentos depreciables/amortizáveis (perdas/reversões)	0,00
Resultado operacional (antes de gastos de financiamento e impostos)	9.189,82
Juros e rendimentos similares obtidos	8,11
Juros e gastos similares suportados	5.272,05
Resultado antes de impostos	3.925,88
Imposto sobre o rendimento do período	0,00
Resultado líquido do período	3.925,88
Resultado das atividades descontinuadas (líquido de impostos) incluído no resultado líquido do período	0,00

Caracterização geral do projeto

Calendarização e investimento

Data início	2024-09-01	Ano pré-projeto	2022	Elegível	432.871,86
Data fim	2026-08-31	Ano pós-projeto	2027		
N.º meses	24,00				

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

O projeto Portuguese Stone – The Natural Path 24/26, proposto pela ANIET visa reforçar a visibilidade e reconhecimento internacional das empresas do setor da Pedra Natural, com foco nas PME das regiões menos desenvolvidas NUTS II Norte e Centro. Pretende-se criar condições que reforcem a projeção externa e capacidade exportadora em segmentos de elevado valor acrescentado, promovendo a valorização de materiais e processos, alinhados com as novas tendências da procura, indutores de valor nos mercados globais.

Contempla um conjunto de ações coletivas de promoção internacional do setor, dirigidas a 10 mercados-alvo principais (Suécia, Finlândia, EAU, Arábia Saudita, Alemanha, Polónia, Reino Unido, EUA, Itália e Japão), que integra:

- Organização e presença institucional em eventos internacionais (conferência internacional)
- Ações de promoção junto dos mercados externos (missão inversa institucional, promoção em certames internacionais, promoção em mercado)
- Ações de marketing internacional
- Desenvolvimento de redes colaborativas com empresas e instituições internacionais para abrir portas às empresas nacionais em segmentos de maior valor acrescentado
- Ações de comunicação e imagem internacional, desenvolvidas no canal digital, procurando melhorar o posicionamento do setor, promovendo a visibilidade e notoriedade da oferta nacional com base em fatores imateriais de competitividade.

Estas ações serão complementadas pela partilha de conhecimento sobre os mercados, promoção de conteúdos “green” e estratégias de comunicação sobre sustentabilidade e estratégia ESG (informação e eventos de livre e gratuito acesso) para melhorar a capacitação para a internacionalização e estimular novos fatores imateriais de competitividade e novas práticas/processos mais sustentáveis, que beneficiarão o tecido empresarial de forma abrangente e não discriminatória.

Assim, demonstra-se nitidamente a consonância do projeto com os objetivos e prioridades do Aviso.

Atividade(s) económica(s) da operação

CAE	Designação	%
23701	Fabricação de artigos de mármore e de rochas similares	47,00
23703	Fabricação de artigos de granito e de rochas, n.e.	39,00
08122	Extracção de argilas e caulino	2,00
08121	Extracção de saibro, areia e pedra britada	12,00

Complementariedade com outras operações no âmbito do Portugal 2030, Portugal 2020, PRR ou outros Programas

Programa	Aviso	Nº Proj	Situação	Data Início	Data Fim	Justificação
-	-	-	-	-	-	-

Caracterização da operação

Análise SWOT

	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Fatores Internos	- Pedra Natural assume-se como recurso natural abundante em Portugal - Exploração tradicional, com elevada capacidade produtiva e know-how industrial - Empresas dotadas de tecnologia de ponta - Potencial exportador impulsionado pela disponibilidade de recursos - Excelência dos produtos em termos de beleza, durabilidade, robustez, adaptabilidade e intemporalidade - Diversidade de aplicações – versatilidade em diferentes setores (revestimentos, pavimentos, infraestruturas, construções, vias públicas, calçadas, mobiliário urbano, decoração) - Crescente desenvolvimento tecnológico no setor impulsionador de novos processos produtivos - Cooperação e comunicação entre stakeholders (organizações e empresas intra e inter setorial) para alavancar a internacionalização - Capacidade do setor para induzir efeitos noutros setores da economia nacional	- Predomínio excessivo em segmentos de baixo valor acrescentado - Escassez na disponibilidade de soluções integradas - Falta de investimento em marketing e promoção internacional - Tecido empresarial maioritariamente PME com reduzida visibilidade e notoriedade internacional - Falta de diversificação nos mercados, aumentando a vulnerabilidade a flutuações económicas - Desconhecimento dos prescritores sobre aplicação e utilização da PN - Dificuldade em alcançar prescritores internacionais do segmento médio/alto - Discrepância entre a qualidade da oferta nacional e a percebida pelos mercados - Ausência de sinergias na definição de estratégias coletivas de internacionalização - Impreparação do setor nos domínios ESG - Persistência em estratégias de competitividade pelo preço - Ausência de abordagens e ferramentas de acesso a novos mercados - Complexidade para encontrar viabilidade comercial em mercados não locais
	Oportunidades	Ameaças
Fatores Externos	- Aumento da procura nos mercados internacionais dirigida a oferta integrada de soluções - Crescente consciencialização ambiental, consequente aumento da procura por produtos eco-eficientes oferecendo vantagem competitiva para a Pedra Natural (PN) - Crescimento do turismo, dinamizador da construção e reabilitação urbana, infraestruturas e valorização do património, promovendo as diversas aplicações da PN - Potencial de expansão da aplicação da PN a outros setores da indústria através de campanhas de sensibilização direcionadas a prescritores internacionais, como arquitetos, engenheiros e decoradores - Colaboração com associações e instituições tecnológicas para fortalecer a I&D dentro da indústria - Cooperação e integração nas cadeias de distribuição internacional, através da criação de rede de parcerias - Fortalecer a afirmação dos produtos nacionais - Estimular investimento no acesso a mercados emergentes	- Flutuações económicas, instabilidade político-social, aumento generalizado dos preços, inflação - Volatilidade nos custos da energia - Baixos níveis de investimento fruto do abalo na confiança dos investidores - Aumento da concorrência internacional caracterizada pela adoção de estratégias de liderança pelo custo de grandes concorrentes internacionais - Intensa competição no cenário global - Crescente concorrência de produtos substitutos à Pedra Natural, tais como revestimentos vinílicos, cortiça, cerâmica, madeira, entre outros, que disputam importantes quotas no mercado da construção - Agressividade comercial da concorrência internacional, de grande afirmação, com práticas já consolidadas de comunicação aos mercados, através da utilização das ferramentas de comunicação e marketing

Caracterização da operação

Desenvolva uma análise qualificada/dinâmica baseada na SWOT referida:

Apostas		Avisos	
Pontos Fortes	-Ampliar a presença internacional, aproveitando aumento da procura por soluções eco-eficientes -Capacitar as PME para adoção de estratégias/ferramentas de market access -Comunicar o setor e Portugal nos media internacionais para alcançar importantes stakeholders -Promover as empresas e produtos nacionais em segmentos de maior valor acrescentado -Explorar canais online de larga audiência para promoção internacional da oferta nacional (produtos, aplicabilidade, especificidade) para partilhar conhecimentos e desenvolver novos negócios -Apostar em novas dinâmicas de comunicação e marketing que propiciem visibilidade e reconhecimento das competências nacionais junto dos mercados -Fomentar a cooperação para melhorar o posicionamento nas cadeias de valor internacionais -Capacitar para a importância da sustentabilidade na internacionalização		- Desequilíbrios económicos sentidos à escala mundial podem impactar a sustentabilidade futura das empresas, levando a possíveis quebras nos seus negócios - Escassez de investimento que vem prejudicar a adoção de estratégias de internacionalização por parte das empresas, limitando a utilização de ferramentas de comunicação e marketing à escala internacional - Dificuldade na incorporação dos aumentos dos custos das matérias-primas e da energia, bem como os custos associados à eficiência ambiental no preço final e dificuldade na sua absorção na margem de lucro das empresas - Aumento da concorrência internacional direta de baixo preço (China, Índia, Turquia) e da concorrência de produtos substitutos - Deslocalização geográfica das operações de produção para novos pontos do globo
Restrições		Riscos	
Pontos Fracos	-Dificuldades nas estruturas financeiras das empresas para financiar a expansão internacional dos negócios -Elevados custos e reduzidas capacidades de investimento para apostar no marketing internacional -Desafios na promoção de fatores imateriais de competitividade (design, diferenciação, oferta de serviços c/ valor agregado para o cliente) na internacionalização -Reduzida dimensão das estruturas produtivas das empresas nacionais para concorrer ou satisfazer encomendas específicas de dimensões acrescidas -Limitações na disponibilidade de informações sobre os mercados-alvo -Permanência na adoção de abordagens individualistas aos mercados, sem a devida capacitação comercial e financeira aumentando o risco envolvido em intervenções deste tipo -Condicionalismos no aproveitamento dos incentivos comunitários para promoção da capacitação empresarial em áreas determinantes como por exemplo a internacionalização -Baixa rentabilidade da exploração		- Flutuações generalizadas nos custos das matérias-primas e da energia c/ impacto direto no mercado da Pedra Natural (PN) - Instabilidade económica, social e geo-política vivida à escala internacional com impacto no decréscimo dos níveis de investimento - Crescente pressão nas empresas nacionais face ao aumento da concorrência proveniente de países com regulamentações mais flexíveis, sobretudo asiáticos, que lhes permitem adotar estratégias de liderança pelo preço baixo nos mercados - Crescente evolução da quota no mercado global de produtos substitutos à PN, nomeadamente, vinílicos, cortiça, cerâmicos, madeiras, ... - Desalinhamento das estratégias de market access face às tendências da procura nos mercados - Insuficiência na maximização dos impactos do marketing internacional para promoção da PN, suas aplicabilidades, especificidades e mais-valias - Condicionalismos na análise a concorrentes e envolvente externa nos mercados-alvo

Memória descritiva

Diagnóstico da realidade visada com a implementação da operação

Nos últimos anos, a economia global tem passado por transformações significativas, marcadas pelo aumento das transações internacionais e pela emergência de novos modelos de negócio num mercado cada vez mais globalizado e instável.

Neste contexto dinâmico, observa-se uma mudança de paradigma no comportamento dos consumidores e na estratégia das empresas, impulsionada por uma crescente preocupação com a sustentabilidade e a procura constante pela internacionalização (fator crucial para a competitividade das empresas) – as empresas não conseguem atingir o seu potencial máximo no mercado interno e para muitas delas, a internacionalização é o único caminho para a sua sobrevivência. A redução da dependência dos mercados domésticos é uma necessidade para competir num mercado globalizado e por outro lado verifica-se uma relação entre o processo de internacionalização e o aumento da performance económico-financeira das PME.

O crescimento da consciência ambiental e social tem levado os consumidores a valorizarem cada vez mais produtos/serviços produzidos e comercializados de forma ética e sustentável. Como resultado, as empresas estão a ser cada vez mais pressionadas a adotar práticas empresariais responsáveis e a incorporar processos responsáveis em todas as fases da sua cadeia de valor.

A internacionalização assume-se como uma estratégia essencial para as empresas expandirem os seus mercados e garantirem a sua competitividade à escala global. A procura por novas oportunidades de negócios em mercados estrangeiros oferece às empresas não só a oportunidade de aumentar a sua base de clientes, mas também de diversificar os seus riscos e aproveitar economias de escala.

O cenário económico global tem sido marcado pelo aumento das trocas internacionais e a formação de um mercado global tem impulsionado o crescimento das exportações do setor português da Pedra Natural. Em 2022 (INE), Portugal exportou cerca de 528 milhões de € de Pedra Natural, sobretudo 6802 | Pedras naturais de cantaria ou construção (52%), produtos com maior valor acrescentado que liberta maiores margens. Registou-se no ano de 2022, um crescimento de 12% das exportações nacionais, no entanto prevê-se que o setor possa vir a registar em 2023 uma desaceleração no crescimento das exportações do setor.

O ano de 2022 foi o ano em que se registou o maior volume das exportações nacionais de Pedra Natural desde 2019, isto evidencia que o crescimento está sobretudo relacionado com o aumento de valor nos mercados, tem-se assistido a uma inversão da exportação do material em bruto para uma tendência de exportação do material transformado com valor acrescentado.

De acordo com dados provisórios divulgados pela Direção-Geral de Energia e Geologia (DGEG) em setembro de 2023, prevê-se que a internacionalização dos negócios apresente um aumento estimado em cerca de 0,6% nas exportações. O crescimento é impulsionado por fatores como, a inovação, a diferenciação, a fiabilidade técnica e a sua relação com o preço. Tiveram como destino não só a Europa (no caso dos granitos), mas também países árabes e asiáticos (no caso dos calcários e mármore).

O aumento da concorrência internacional, os conflitos geopolíticos e o aumento dos custos energéticos têm causado desafios significativos nos negócios. Por conseguinte, é crucial adotar estratégias robustas para assegurar a competitividade do setor da Pedra Natural Portuguesa nos mercados internacionais.

Neste contexto, a competitividade do setor da Pedra Natural enfrenta pressões crescentes devido à concorrência cada vez mais forte, sobretudo por parte de países como a China, Índia, Brasil e Turquia que têm vindo adotar estratégias de liderança pelo custo, tendo vindo a conquistar cada vez mais quota de mercado.

Como tal e face a esta situação, as empresas nacionais devem abandonar qualquer tipo de tentativa de liderança pelo custo, e devem procurar adotar uma abordagem mais holística, promovendo a qualidade, estética, exclusividade, robustez e versatilidade dos seus produtos de forma a conquistar e consolidar posições nos mercados externos através da excelência em fatores imateriais.

Esta mudança de paradigma é essencial para potenciar o alcance de segmentos de maior valor acrescentado e consolidar uma posição mais sólida no mercado global. Ao promover a qualidades, as empresas não só conseguem garantir a satisfação dos clientes como também fortalecer a reputação da marca e estabelecer relações duradouras nos mercados externos.

A estética e o design não só tornam os produtos visualmente atraentes, mas também refletem um compromisso vincado com a inovação. A procura pela exclusividade permite adicionar valor acrescentado aos produtos, alavancar a procura e criar uma sensação de autenticidade nos consumidores. A robustez e a versatilidade dos produtos garantem padrões de durabilidade e adaptação a uma variedade de contextos, aumentando a sua atratividade e utilidade para os consumidores.

Adicionalmente, os conflitos geopolíticos e a instabilidade económica sentida têm afetado as operações comerciais em todo o mundo, criando incertezas e obstáculos adicionais para a expansão internacional. Neste sentido, é essencial promover dinâmicas tendo em vista alavancar as exportações do setor e dotar as empresas com instrumentos de capacitação empresarial para a internacionalização de forma a promover abordagens estratégicas flexíveis, informações sobre novos mercados-alvo e fortalecer as suas redes de relacionamento global.

A realidade evidencia que a situação nos mercados está em constante metamorfose, implicando que os parâmetros neste diagnóstico não sejam estáticos, tendo em consideração não só os avanços da evolução tecnológica como a aceleração de outras tendências crescentes, tais como:

a) As mudanças decorrentes das obrigações legais e metas previstas no Pacto Ecológico Europeu (PEE), ou "European Green Deal" (Acordo Verde) que prevê iniciativas estratégicas da União Europeia (UE) que visam transformar a economia da UE para um futuro sustentável, prevendo atingir um estado de neutralidade carbónica;

b) O PEE passou a ser parte integrante da estratégia na execução da Agenda 2030 e na concretização dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas;

c) O facto de UE pretender posicionar-se como líder mundial, assegurando o Acordo de Paris, através da promoção de políticas ambiciosas em matéria de ambiente, clima e energia em todo o mundo.

Também a Sustentabilidade tem sido um vetor determinante na reconfiguração do panorama do comércio global, impulsionando uma crescente consciencialização mundial para a adoção de práticas sustentáveis e da utilização de tecnologias limpas nos mais variadíssimos processos. As alterações que se fazem sentir e as obrigações a elas relacionadas condicionam os parâmetros de desenvolvimento, como aliás, se depreende das diversas reações de criticidades que se estão a manifestar, em diferentes geografias, sobre a utilização intensiva de recursos naturais como matéria-prima e os impactos descontrolados das novas tecnologias nos processos de transformação e de comercialização.

É notório o entendimento de que a sustentabilidade não se assume como uma opção apenas moral, mas uma necessidade imperativa para a continuidade e a prosperidade das atividades comerciais. Esta perspetiva contribui para a redefinição das estratégias empresariais, mas também influencia as políticas governamentais e as dinâmicas socioeconómicas.

As empresas do setor têm explorado oportunidades para abrir caminho no âmbito da sustentabilidade, promovendo, iniciativas no domínio da descarbonização e a transição para tecnologias eco-eficientes. Este esforço procura potenciar processos de produção baseados em energias limpas. Destaca-se o enorme interesse por parte das empresas do setor por este tipo de temáticas e abordagens.

No contexto atual, a comunicação eficaz desempenha um papel crucial na jornada das empresas em direção à sustentabilidade. É fundamental que as empresas comuniquem de forma transparente e persuasiva as suas iniciativas e compromissos nesse sentido.

Através de uma comunicação estratégica e transparente, as empresas podem informar os mercados sobre as suas ações e realizações no campo da sustentabilidade e da estratégia ESG, construindo uma reputação sólida e confiável junto dos importadores/consumidores, investidores e outras partes interessadas.

É fundamental acompanhar os novos drivers da procura a nível internacional para desenvolver capacidades, produzir, comercializar, evoluir na competitividade da oferta e para o futuro desenvolvimento económico das atividades de extração e transformação da pedra natural.

O setor enfrenta uma série de desafios que condicionam a sua competitividade nos mercados internacionais. O predomínio excessivo em segmentos de baixo valor acrescentado revela necessidades prementes de reposicionamento estratégico, visando a oferta de produtos/serviços/processos com maior valor percebido nos mercados externos. Para isso, é necessário trabalhar os mercados através de iniciativas assertivas de comunicação e branding de forma a mitigar a discrepância entre a qualidade da oferta nacional e a qualidade percebida nos mercados, alinhando as expectativas dos mercados com a realidade dos produtos. A escassez na disponibilidade de soluções integradas representa uma lacuna que limita a capacidade do setor em responder às exigências dos mercados, comprometendo a sua competitividade nos mercados internacionais.

A falta de investimento em marketing e promoção internacional emerge como um obstáculo significativo para a expansão dos negócios. A ausência de uma presença efetiva nos mercados globais contribui para a reduzida visibilidade e notoriedade do setor, dificultando a penetração em novos mercados e o estabelecimento de parcerias estratégicas a nível internacional.

O tecido empresarial constituído por PME, sem dimensão para atuarem individualmente nos mercados, evidencia a necessidade da promoção de abordagens colaborativas inter e intrasetoriais, visando a maximização de recursos e a ampliação da presença global. A falta de diversificação nos mercados expõe a empresa a riscos elevados decorrentes de flutuações regionais, reforçando a urgência da procura por novas oportunidades de negócios em diferentes geografias.

O desconhecimento por parte dos prescritores sobre a diversidade de aplicações e utilizações dos produtos, aliado à dificuldade em alcançar bons prescritores internacionais, representa um desafio adicional na promoção dos produtos do setor no exterior.

A ausência de sinergias na definição de estratégias coletivas de internacionalização e comercialização limita a capacidade das empresas do setor para a nível individual enfrentarem os desafios do mercado global de forma eficaz. Mais uma vez, a dificuldade em manter margens de lucro devido à tentativa de adoção de estratégias de liderança pelo custo indica a necessidade de repensar a adoção de estratégias de promoção da oferta com base em fatores imateriais de competitividade que permitam agregar valor aos produtos oferecidos.

Também as flutuações económicas, a instabilidade político-social e o aumento generalizado dos preços têm colocado um entrave nos processos de internacionalização das empresas do setor. A volatilidade nos custos da energia aumenta a incerteza e a pressão sobre as margens de lucro. Os baixos níveis de investimento, fruto do abalo na confiança dos investidores, representam uma barreira adicional à internacionalização.

Desta forma, o projeto Portuguese Stone – The Natural Path 24/26 pretende ter aqui um papel crucial, procurando mitigar ou até mesmo eliminar, se possível, todos estes entraves que se colocam à internacionalização do setor nacional da Pedra Natural. Para tal, o projeto propõe a implementação de um conjunto de atividades que tem como objetivo contribuir para alavancar a visibilidade da oferta nacional, promover a entrada em segmentos de maior valor acrescentado e contribuir para a valorização e potencialização de fatores imateriais (de diferenciação e valorização) de competitividade de natureza coletiva, com a finalidade de promover e reforçar a imagem e reconhecimento internacional das PME nacionais do setor da Pedra Natural.

Adicionalmente, e apesar de todos estes entraves e desafios sentidos, importa também destacar que a Pedra Natural emerge como um recurso estratégico, destacando-se pela sua abundância em Portugal e pela exploração tradicional-innovation, possibilitando ao país alcançar uma certa posição estratégica nos mercados internacionais. O seu potencial exportador é impulsionado pela disponibilidade de recursos e pela excelência dos produtos. A diversidade de aplicações da Pedra Natural abrange diferentes setores, tais como, revestimentos, pavimentos, infraestruturas, construções, vias públicas, calçadas e mobiliário urbano, conferindo-lhe uma versatilidade única o que a torna altamente valorizada nos mercados internacionais.

O crescente desenvolvimento na indústria da Pedra Natural mundial promove a inovação e impulsiona novos processos e produtos, pelo que importa adotar estratégias de acompanhamento das tendências e impulsionar o crescimento do setor também a nível nacional, de forma a conferir à Pedra Natural portuguesa uma posição de destaque na vanguarda da indústria mundial. A cooperação e a comunicação entre stakeholders mundiais, intra e inter setorial, é fundamental para promover a internacionalização e destacando-se a importância da colaboração entre organizações e empresas nos processos de internacionalização do setor.

A capacidade do setor da Pedra Natural para induzir efeitos positivos noutros setores da economia nacional é um fator crítico adicional, evidenciando o seu papel como motor de crescimento e desenvolvimento económico.

Perspetiva-se um horizonte de expansão e de grandes mudanças para o setor da Pedra Natural. O aumento da procura nos mercados internacionais por oferta integrada de soluções desperta novas oportunidades de negócio, incentivando os exportadores a desenvolverem soluções ainda mais completas e personalizadas de forma a responder aos novos drivers mundiais.

A crescente consciencialização ambiental e a procura por produtos mais eco-eficientes representam uma oportunidade única para o setor, que pode capitalizar esta tendência ao promover a sustentabilidade como parte integrante da sua estratégia de internacionalização.

Também o crescimento do turismo, aliado à dinamização da construção e reabilitação urbana, infraestruturas e valorização do património em todo o mundo, oferece um mercado internacional em expansão para as diversas aplicações da Pedra Natural. O potencial de expansão da aplicação dos produtos de Pedra Natural é crescente e direcionado a outros setores, pelo que é importantíssimo, através de campanhas de sensibilização direcionadas a prescritores internacionais, adotar estratégias de diversificação de clientes e de mercados, tendo em vista consolidar a posição do setor português nos mercados globais.

A colaboração com associações e instituições tecnológicas vem também fortalecer a investigação, inovação e o desenvolvimento no setor, pelo que é essencial para manter a competitividade e a relevância da Pedra Natural no mercado internacional.

A cooperação e integração nas cadeias de distribuição internacional, aliada à criação de uma rede de parcerias estratégicas, é fundamental para expandir a presença nos mercados internacionais e fortalecer a afirmação da oferta nacional.

Desta forma, o presente projeto dinamiza um conjunto de atividades de reforço de visibilidade e notoriedade, ações de promoção junto dos mercados externos, de capacitação empresarial para a internacionalização, desenvolvimento de redes colaborativas, promoção e marketing internacional, com enfoque no digital, a fim de promover a imagem e o reconhecimento internacional do setor nacional da Pedra Natural.

Neste sentido, o projeto contempla um conjunto de ações coletivas de promoção internacional do setor, dirigidas a 10 mercados-alvo principais, tais como:

- Suécia e Finlândia: mercados emergentes com elevado poder de compra, apresentam um significativo potencial de crescimento em segmentos de maior valor acrescentado. Pretende-se desenvolver uma rede de contactos com importantes prescritores desta região pelo seu papel decisivo na definição de projetos.

A Suécia é considerada a maior economia nórdica, uma das mais desenvolvidas, competitivas e modernas economias do mundo. Tanto a Suécia como a Finlândia assumem-se como países muito fortes em tecnologia de ponta com elevado nível de sofisticação privilegiando elevados padrões de vida. As suas posições são destacadas sobretudo pelo alto grau de maturidade tecnológica, capacidade inovadora, culturas empresariais muito sofisticadas e ambientes macroeconómicos estáveis.

- EAU: mercado de oportunidade, de grande 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.

- Arábia Saudita: mercado novo, também de oportunidade, situado no coração do Médio Oriente, onde os contrastes entre tradição e modernidade se entrelaçam harmoniosamente. Oferece um cenário único onde a história milenar se funde com a visão futurista de uma nação em constante evolução.

Mercado onde a cor branca é eleição, e por isso à semelhança dos EAU, são clientes sobretudo de mármore e calcários, contudo sente-se atualmente uma abertura crescente para os granitos pelo que também se pretende explorar.

Pretende-se desenvolver uma rede de contactos com importantes prescritores desta região para contribuir para a entrada das empresas nacionais do setor neste mercado, funcionando como um “abrir portas”.

- Alemanha: mercado de oportunidade e em crescimento, bastante importador de Pedra Natural, este mercado ocupa uma posição cimeira na lista de principais clientes das empresas nacionais do setor. A dimensão do mercado e as perspetivas de crescimento justificam dar continuidade à exploração desta oportunidade de conquista de mercado, mais ainda atendendo às características da procura (obras de pedra com maior valor acrescentado) neste que é o “motor” da economia europeia. Através da ação de promoção institucional junto de prescritores deste mercado pretende-se desenvolver uma rede de contactos consolidada.

- Polónia: mercado emergente e em crescimento, destaca-se como uma oportunidade estratégica para o setor da Pedra Natural. Com um poder de compra em ascensão e uma procura crescente por produtos de alta qualidade, a Polónia representa um mercado propício para a consolidação de contactos com importantes prescritores desta região. Situada no coração da Europa, a Polónia possui uma economia robusta e dinâmica. O país é conhecido pelo seu apreço ao design e qualidade, e atenção aos detalhes, valorizando produtos que oferecem durabilidade, beleza e sofisticação (valores imateriais). Pretende-se desenvolver uma rede de contactos com importantes prescritores desta região para contribuir para a consolidação do posicionamento português em segmentos de maior valor acrescentado onde se valoriza os fatores imateriais da oferta nacional.

- Reino Unido: mercado com alguma tradição, mas com forte crescimento nas exportações do setor. Apesar de ser um mercado com reduzido peso nas exportações nacionais, o potencial de expansão confirma a oportunidade de peso para o setor nacional, até porque o consumo de pedra neste país é fortemente dependente de importações, particularmente no que respeita a granito, pórfiro, basalto e ardósia, cujos produtos têm grande procura.

- EUA: mercado de crescimento e oportunidade, pretende-se consolidar contactos com clientes/importadores deste que é um mercado de grande dimensão, tendo como objetivo promover a oferta nacional e alavancar as exportações principalmente de produtos acabados de pedras naturais de cantaria ou construção e lousas (segmentos de elevado valor acrescentado).

É um mercado que não se encontra de todo explorado. Apesar do reduzido peso das exportações nacionais do setor, assume-se como um mercado com enorme margem de oportunidade de expansão.

É 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 na indústria, em termos de inovação produtiva e de investimento tecnológico, que criem condições para um posicionamento estratégico. Neste sentido, objetiva-se desenvolver uma rede de contactos com importantes prescritores desta região pelo seu papel decisivo na definição de projetos.

- Itália: mercado tradicional com enorme e reconhecido prestígio no panorama internacional. Itália é um dos principais players do setor. Apesar das suas importações ao nosso país serem relevantes, é claro que o setor português é essencialmente concorrente do italiano. Mercado de continuidade, com estatuto reconhecido de principal centro de negócios para todos os agentes da cadeia de valor.

- Japão: mercado novo e repleto de potencial, destaca-se como um mercado atrativo para o setor da Pedra Natural. Trata-se de um mercado de oportunidade, pelo que o objetivo da Associação passa por contribuir para a “abertura de caminho” neste tão importante mercado.

Como terceira maior economia do mundo, o mercado japonês é amplamente reconhecido pela sua exigência e apreço pela qualidade e perfeição em todas as suas esferas. A preferência japonesa pelo design meticulosamente elaborado, aliada à valorização dos detalhes e gosto pelo minimalismo, reflete-se de forma marcante nas tendências contemporâneas da arquitetura e do design.

Embora com peso reduzido nas exportações nacionais confirma-se uma enorme margem de oportunidade para a expansão do setor nacional, sobretudo em produto acabado com maior valor acrescentado.

Salienta-se desta forma a importância de entrar em novos mercados (Arábia Saudita e Japão) e manter a consistência nos mercados atuais (Suécia, Finlândia, EAU, Alemanha, Polónia, Reino Unido, EUA e Itália).

Neste sentido, encontram-se assim propostas no âmbito deste projeto um conjunto de ações coletivas de promoção internacional do setor, dirigidas a estes 10 mercados-alvo, tais como:

- Organização e presença institucional em eventos internacionais
- Ações de promoção junto dos mercados externos
- Ações de marketing internacional
- Desenvolvimento de redes colaborativas com empresas e instituições internacionais para abrir portas às empresas nacionais em segmentos de maior valor acrescentado

- Ações de comunicação e imagem internacional, desenvolvidas no canal digital, procurando posicionar Portugal e as empresas nacionais, desmistificar preconceitos, promover a visibilidade e notoriedade da oferta nacional com base em fatores imateriais de competitividade

Estas ações serão complementadas pela partilha de conhecimento sobre os mercados, promoção de conteúdos “green” e estratégias de comunicação sobre sustentabilidade e estratégia ESG de forma a dar resposta aos desafios sentidos neste diagnóstico que muito têm impactado os processos de internacionalização do setor.

Importa ainda referir que tratando-se de uma ação coletiva de promoção internacional, a ANIET não poderia deixar de, anteriormente à submissão do projeto:

- Articular com a AICEP a estratégia que se pretendia implementar (reunião de 23.04.2024);
- Auscultar as empresas sobre as suas próprias estratégias de internacionalização para perceber as motivações, prioridades e constrangimentos que sentem nos mercados externos, tendo-se optado por integrar neste projeto tanto mercados europeus (Suécia, Finlândia, Alemanha, Polónia, Reino Unido e Itália) como mercados fora da Europa (EAU, EUA e Arábia Saudita);
- Complementarmente considerou-se também importante intervir no Japão, mercado exigente em termos de qualidade e design, e com relevância acrescida para o Setor da Pedra Natural (e da fileira dos materiais de construção) tal como já exemplificado.

Após estes contactos, e sendo consensual, foi determinado que o projeto deveria concentrar-se principalmente nestes 10 mercados-alvo.

Objetivos estratégicos e operacionais

O presente projeto tem como objetivo estratégico potenciar a internacionalização do Setor da Pedra Natural, procurando alavancar a visibilidade da oferta nacional, promover a entrada em segmentos de maior valor acrescentado e contribuir para a valorização e potencialização de fatores imateriais (de diferenciação e valorização) de competitividade de natureza coletiva.

Pretende-se assim contribuir para a imagem de Portugal como país de referência na produção e, consequentemente, exportação de produtos de Pedra Natural, através do desenvolvimento de um plano de ações de promoção internacional do setor para que este funcione como um relevante catalisador de contactos empresariais internacionais.

A imagem associada a um determinado país pode servir como fator de destaque, resumindo outras características já conhecidas ou esperadas pelo consumidor. É importante notar que esta “imagem” é muitas vezes processada como um estereótipo, desempenhando um papel especialmente relevante quando há algum tipo de falta de informação (mais precisa) sobre os produtos ou quando tais informações não são completamente compreendidas, os consumidores acabam por tomar as suas decisões com base em estereótipos que tenham formados na sua cabeça.

Este projeto enquadra-se na estratégia da Associação de apoiar processos de internacionalização, promoção e cooperação do setor, encontrando-se em linha com outras iniciativas de natureza coletiva. Reconhece-se a importância da exportação para o país, sendo esta uma via essencial e alternativa para o crescimento do setor, especialmente considerando a limitação do mercado interno para absorver todo o potencial da oferta nacional de pedra natural.

A elaboração do projeto teve em consideração as necessidades específicas das empresas do setor, ao nível da internacionalização, da inovação e da cooperação. Para além disso, também se teve em atenção os eventuais efeitos que o mesmo poderá ter em empresas de outros setores, tanto a montante como a jusante da cadeia de valor da pedra natural, procurando alcançar desde os prescritores mais importantes aos não tão significativos, sejam eles empresas da fileira da construção, arquitetos, engenheiros, donos de obras, comerciantes, fornecedores de equipamentos e material de extração e transformação de recursos minerais, etc.

Adicionalmente, a estruturação do projeto procurou ter também presente a importância dos recursos minerais nacionais no processo de internacionalização, como riqueza geológica do país. Esta abordagem procura destacar o valor imaterial (design, diferenciação, serviço com benefícios para o cliente) da matéria-prima portuguesa, com o objetivo de promover uma imagem internacional sólida da oferta nacional, baseada na memória e identidade das obras arquitetónicas de pedra natural portuguesa, conferindo um valor de destaque no panorama internacional. Importa salientar que os recursos minerais representam um importante ativo da economia portuguesa para o abastecimento de matérias-primas das indústrias nacionais, europeias e internacionais.

O projeto está orientado para colmatar necessidades do setor da Pedra Natural, segundo dados do INE, em 2022, existiam no continente 563 empresas no setor da Extração de rochas ornamentais e de outras pedras para construção, de calcário, de gesso, de cré e de ardósia, 263 empresas na Extração de saibro, areia e pedra britada, extração de argilas e caulino e 1652 empresas na Serragem, corte e acabamento de rochas ornamentais e de outras pedras de construção. O universo total destas empresas é de 2478, com predominância para a Zona Norte e Centro do país.

O projeto teve em consideração o contexto global atual, marcado por uma série de desafios e incertezas decorrentes da pandemia covid-19, que apesar de já estarmos numa fase pós-pandemia, os seus impactos ainda se fazem sentir. Adicionalmente, mais recentemente têm surgido novos fatores desafiadores tais como, o aumento da inflação, que tem provocado um aumento generalizado dos preços, a crescente incerteza geopolítica, o aumento do custo da energia, etc. contribuindo para um cenário complexo e desafiador em todo o mundo.

Simultaneamente, e como não poderia deixar de o fazer, visto que se dirige ao setor da Pedra Natural, o presente projeto tem em conta a situação atual das empresas do setor, que se caracteriza pela concentração em cadeias produtivas de menor valor acrescentado, que disputam posições no mercado com base no preço e ausência de estratégias de comunicação internacional. É de constatar que muitas das empresas do setor adotam posicionamentos que não contribuem para a valorização do produto, tornando o fator preço o principal fator de diferenciação. Ora com a conquista de quota nos mercados internacionais por parte de países como a China, Índia e Turquia é crucial que as empresas nacionais adotem novos fatores de diferenciação e novas estratégias de conquista nos mercados internacionais.

O objetivo do projeto requer alinhamento de iniciativas que permitam capacitar as entidades para o foco na valorização da oferta da Pedra Natural Portuguesa junto dos mercados internacionais e para alterar posicionamentos com vista à progressão na cadeia de valor, pela inovação organizativa e do marketing.

Assim, para cumprir o objetivo proposto, o projeto procura promover o conhecimento sobre práticas de abordagem aos mercados, estratégias de comunicação e marketing internacional, de apoio à valorização da imagem nacional e que contribuam para impulsionar práticas comerciais inovadoras suportadas em instrumentos de comunicação e de marketing, onde se priorizem fatores imateriais de competitividade, essenciais para a conquista nos mercados.

Apesar do enfoque nas PME nacionais que compõem o setor da Pedra Natural, os efeitos do projeto serão abrangentes e transversais a outros setores, tanto a montante como a jusante da cadeia de valor da Pedra Natural, incluindo nas tecnologias dos equipamentos de extração, na I&D e no potencial de utilização deste recurso a nível internacional, dada a sua ampla e diversificada aplicação em obras.

Assim, pretende-se que o impacto do projeto seja amplo o suficiente para permitir uma amplitude que abranja várias áreas de atividade, e que este seja orientado para o futuro do setor, permitindo que as atividades do mesmo sejam projetadas em contextos futuros, contribuindo para a sustentabilidade futura do projeto.

O presente projeto procura assim contribuir para que as empresas do setor assumam novos posicionamentos nos mercados-alvo pelo foco na promoção internacional e na valorização da oferta nacional de produtos em Pedra Natural e da imagem sob a marca “Portuguese Stone – The Natural Path” com base em fatores imateriais – qualidade, estética e design, exclusividade, robustez, versatilidade, etc. – de forma a potenciar o alcance de segmentos de maior valor acrescentado e consolidar uma posição mais sólida no mercado global.

No que aos objetivos operacionais diz respeito, o projeto procura promover uma inserção internacional completa e duradoura das empresas nacionais do setor, abrangendo uma variedade alargada de empresas complementares, através do desenvolvimento de um plano de ações coletivas meticulosamente estruturado. O seu propósito fundamental concentra-se em impulsionar a visibilidade da imagem nacional nos mercados globais, associando-a a atributos distintivos como qualidade e sustentabilidade.

Assim, tendo em conta tudo o já descrito anteriormente, e face ao diagnóstico realizado, foi possível delinear uma matriz de objetivos operacionais alinhados com as carências identificadas que têm condicionado a capacitação das empresas nos seus processos de internacionalização:

- Aprimorar a eficácia das ações comerciais durante os processos de internacionalização;
- Estimular o surgimento de novas ideias e parcerias colaborativas (inovação/cooperação) ao nível interempresarial;
- Promover a visibilidade da oferta nacional e alavancar o reconhecimento internacional (desmistificação de preconceitos associados);
- Impulsionar a capacitação empresarial do setor para a internacionalização;
- Contribuir para o reposicionamento do tecido empresarial nos mercados externos;
- Desenvolver ações de promoção que facilitem o acesso futuro das empresas do setor aos mercados-alvo;
- Fortalecer a imagem do país para influenciar positivamente o comportamento dos consumidores nos mercados-alvo.

Para responder a estes desafios é imperativo dotar as empresas do setor de conhecimento sobre os mercados internacionais (quais os produtos, serviços e competências por si valorizadas, as suas necessidades, o seu potencial para as empresas nacionais, ...) para posteriormente ser possível às empresas adotarem novas abordagens estratégicas aos mercados, pelo serviço, oferta de soluções integradas, adoção de novos processos de comunicação, motivados por força de inovações organizacionais e de marketing para o qual o projeto irá contribuir, tendo em conta a importância da diversificação dos mercados e da cooperação interempresarial e internacional.

O plano de ação do projeto propõe a realização de reuniões, conferências, ações de promoção internacional, eventos de promoção e disseminação, webinars temáticos sobre temas relevantes, ... tendo em vista sensibilizar, partilhar conhecimento e criar dinâmicas de cooperação entre os diversos participantes nas diferentes atividades. Estas ações representam uma série de iniciativas únicas para debater experiências e trocar informação sobre tendências, oportunidades e desafios atuais para a internacionalização dos negócios e o potencial dos mercados. Adicionalmente, o projeto propõe também a elaboração de ferramentas de capacitação para a internacionalização permitindo reorientar estratégias no setor e desenvolver boas práticas comerciais, com base em informação especializada de suporte à identificação de oportunidades nos mercados, comunicação e promoção da oferta nacional, de forma a agilizar e consolidar a presença do setor nos mercados.

A inovação na estrutura organizacional (produto e processo) e nas estratégias de marketing, juntamente com a cooperação interempresarial apresentam-se como fatores críticos para o sucesso dos processos de internacionalização. Estes fatores interligam-se na eficácia coletiva para que juntos contribuam para a valorização da oferta. A imagem internacional depende de posicionamentos de valor acrescentado, de especialização e de fatores de diferenciação pelo design e fiabilidade da oferta, mas que só resultam em pleno com alinhamento de estratégias de comunicação.

O panorama do setor e a cultural empresarial atual evidenciam claras lacunas ao nível da cooperação e inovação, imprescindíveis para a melhoria da eficácia conjunta. Desta forma é imperativo desenvolver oportunidades e dinâmicas que possam promover a cooperação, agregar a oferta nacional para contactos comerciais, o que permitirá contribuir para a valorização da imagem coletiva e para uma comunicação aos mercados mais consolidada do valor da oferta nacional (produtos, empresas, especializações e tecnologias de produção, entre outros).

A discrepância entre a qualidade da oferta nacional de produtos de pedra Natural e a qualidade percebida nos mercados externos tem condicionado enormemente a evolução das exportações nacionais para segmentos de maior valor acrescentado. Perante esta situação é essencial implementar atividades de promoção para assegurar maior visibilidade internacional através de meios de comunicação especializados de larga audiência e indutores de notoriedade. Estes devem contribuir para a transmissão aos mercados de uma imagem de modernidade, eco-eficiência dos processos, versatilidade dos recursos e da sua transformação, níveis de aplicação, sua ligação à cadeia de valor da fileira da construção e alinhamento com os requisitos de certificação internacional.

A metodologia do projeto segue uma lógica de complementaridade ao integrar objetivos operacionais alinhados com o objetivo estratégico principal, suportados em ações de promoção setorial para colmatar falhas ao nível da cooperação internacional, da notoriedade da oferta nacional, do marketing comunicacional e do conhecimento sobre o acesso aos mercados internacionais.

Durante todo o processo de desenvolvimento e implementação do projeto, serão garantidas, cumulativamente as seguintes condições:

- Evidencia de uma natureza coletiva, abrangente e não discriminatória que permita responder a riscos e oportunidades comuns de um conjunto alargado de empresas;
- Garantia da ampla publicitação dos seus resultados, complementada por ações de demonstração e disseminação;
- Disponibilização livre e universal de todos os bens e serviços produzidos, sem benefício particular para qualquer entidade.

Neste sentido, serão garantidas a abrangência e disseminação do projeto pela publicitação das ações e dos resultados, assegurando a disponibilidade dos seus outputs a um universo de entidades públicas e privadas, empresas, centros tecnológicos, ordens profissionais, universidades, escolas profissionais e público em geral, incluindo a divulgação através de meios digitais (website, redes sociais, newsletter, ...) nacionais e internacionais (EUROMINES; UEPG, Câmaras de Comércio, Embaixadas, ...).

A execução do projeto está prevista para um horizonte temporal de 24 meses, que permite a adequada execução das ações previstas, tendo em conta a sua articulação e interdependência.

O projeto foi cuidadosamente preparado, os custos estimados cumprem requisitos de razoabilidade e racionalização e são os estritamente necessários à realização consistente das atividades, otimizando recursos técnicos e físicos de forma a racionalizar a utilização de dinheiros públicos. A estrutura das despesas cobre as ações necessárias para:

- Realizar as atividades
- Despesas com quadros internos afetos ao projeto
- Realizar sessões de apresentação
- Divulgar e disseminar os resultados
- Avaliar o projeto

O orçamento, que foi apresentado em detalhe, é contido, e serão utilizados sempre que possível os meios físicos da Associação para não onerar a operação.

De acordo com a legislação aplicável, o incentivo não reembolsável (INR) sobre as despesas elegíveis foi estimado em 85%.

Os restantes 15% das despesas serão cobertos, com recurso a capitais alheios (contrato de abertura de crédito) que a Associação detém junto do Banco BIC).

A utilização destes recursos não afeta o equilíbrio financeiro do promotor.

A Associação possui uma situação económico-financeira equilibrada no ano de 2022 a qual, nos termos previstos na alínea c) do n.º 1 do ANEXO III do Regulamento Específico na Área Temática Inovação e Transição Digital, é evidenciada pela situação líquida positiva no ano pré-projeto (2022).

Finalmente ressalva-se que, apesar da declaração do ano de 2022 indicar que a Associação é entidade adjudicante CCP, informa-se que no ano de 2023 o mesmo já não se verifica.

Lista de atividades

Identificação das atividades da operação

ID	Designação	Data de Início	Data de Fim
2	Atividade 1 - 4.ª Edição Conferência Internacional	2025-02-01	2025-11-30
3	Atividade 2 - Ações de Promoção junto dos Mercados Externos	2024-10-01	2025-11-30
4	Atividade 3 – Marketing Internacional	2024-10-01	2026-05-31
5	Atividade 4 – Capacitação Empresarial	2024-09-01	2026-07-31
6	Atividade 5 – Comunicação e Imagem do Projeto	2024-09-01	2026-08-31
7	Atividade 6 – Eventos de Promoção e Disseminação do Projeto	2024-09-01	2026-08-31
8	Atividade 7 – Gestão Técnica do Projeto	2024-09-01	2026-08-31

Detalhe da atividade

Caracterização da Atividade

Designação Atividade 1 - 4.ª Edição Conferência Internacional

Data de início 2025-02-01

Duração (meses) 9.96

Data de fim 2025-11-30

Descrição da Atividade

Esta atividade compreende a organização de uma Conferência Internacional dedicada à Pedra Natural, assumindo-se como um vasto fórum internacional, intersetorial e interempresarial, sem qualquer tipo de fronteiras geográficas.

O seu objetivo primordial passa por promover a discussão, a partilha de conhecimentos, experiências e perspetivas, e a criação de sinergias entre empresas, especialistas de renome internacional, prescritores/jornalistas, profissionais do setor, distribuidores, importadores, instituições académicas, investigadores, entre outros entusiastas ligados à indústria, com enfoque nos desafios prementes do setor e da sociedade (societais), últimas tendências, tecnologias inovadoras e práticas ESG (Environmental, Social and Governance) – promoção de elevados padrões éticos ao nível do Ambiente, Social, Governance – relacionadas com a extração, transformação e utilização da Pedra Natural.

Pretende-se responder às necessidades de capacitação do setor, procurando melhorar o posicionamento da oferta portuguesa em termos de competitividade internacional, com base na valorização de fatores imateriais ao nível da inovação do marketing, organizativa e da cooperação, cruciais para potenciar as estratégias de market access das empresas nacionais.

Esta ação reunirá uma diversidade de participantes do mundo empresarial, prescritores/jornalistas/oradores e outras entidades do setor científico e tecnológico, de destaque, reconhecidos tanto a nível nacional como internacional, para discussão de temáticas relacionadas com a extração, transformação, processamento, design, aplicação em projetos arquitetónicos e de interiores, bem como sessões de debate abertas a qualquer participante sobre questões ambientais, sociais e económicas relacionadas à utilização da Pedra Natural Portuguesa.

Prevê-se que a presente atividade possa contribuir para incentivar e aumentar o investimento em novas tecnologias e práticas inovadoras e sustentáveis na indústria da Pedra Natural, potenciando a inovação, o valor empresarial, a valorização dos fatores imateriais tendo em vista contribuir para a capacitação das empresas nacionais do setor para a internacionalização. Adicionalmente, esta atividade procurará ainda explorar a interseção da memória, património e identidade nacional da Pedra Natural Portuguesa com a internacionalização, ao considerar a pedra natural portuguesa como elemento diferenciador, com características e especificidades únicas fundamentais para a aplicação e utilização do material (construção e design), especialmente quando associada à identidade e à memória nacional. Desta forma, a conferência procurará também promover uma imagem da oferta nacional de Pedra Natural baseada em fatores imateriais de relevo dando destaque às muitas obras realizadas por todo o mundo com produto nacional e que hoje representam arquiteturas belíssimas, promovendo a imagem e identidade cultural do nosso país, colocando Portugal no topo da oferta nacional de Pedra Natural, aliada a abordagens sobre novas tecnologias e práticas inovadoras na indústria, promovendo a competitividade das empresas nacionais do setor no mercado global.

Por fim, durante a conferência, serão ainda identificados temas-críticos, com base em exemplos internacionais de boas práticas de sustentabilidade, tecnologias avançadas, digitalização e inovação, observados em empresas líderes, projetos emblemáticos e iniciativas relevantes na indústria da Pedra Natural. Estas referências procurarão demonstrar impactos positivos tanto na economia quanto no meio ambiente e na sociedade e potencializar a disseminação de pequenas ações benchmarking, promovendo a partilha de conhecimento e a adoção de melhores práticas para a internacionalização.

Nesse sentido, com o intuito de promover uma abordagem global e enriquecedora, a conferência contará com a intervenção de oradores especialistas convidados (nacionais e internacionais), técnicos, representantes de entidades como o AICEP, EUROMINES, UEPG e EUROCONSTRUCT. Entre os participantes, para além de representantes das empresas do setor, prevê-se a presença de importantes prescritores/jornalistas/opinion-makers (nacionais e internacionais), importadores dos mercados-alvo e de ordens profissionais, câmaras de comércio, centros tecnológicos, ...

Este formato permite compatibilizar diversas ações de comunicação de especialistas e participação das empresas em debates e, ainda, estabelecer contactos e promover o marketing relacional.

A conferência terá a duração de um dia completo estimando-se a presença de 150 convidados nacionais e internacionais dos mercados alvo do projeto.

Será realizada na Região Norte, num espaço de referência de construção em Pedra Natural, de forma a permitir ambiente atrativo que combine com os valores do “Portuguese Stone The Natural Path”, e seguirá uma estrutura orientativa, segmentada por partes que se interligam na comunicação e na promoção:

- Os fatores imateriais, a inovação tecnológica, a sustentabilidade, as práticas ESG, a descarbonização, a adoção de tecnologias limpas no setor e as tendências crescentes com as questões ambientais como fatores críticos para a internacionalização das empresas. Neste ponto haverá espaços de informação sobre a importância destes fatores críticos para as estratégias de internacionalização das empresas, tendo por base a importância dos recursos naturais para o relançar da indústria e da economia sem descorar o caráter primordial da incorporação de novos equipamentos, tecnologias de I&D, tecnologias limpas na extração, a temática da sustentabilidade e a adoção de práticas ESG, acrescentando valor à oferta através dos fatores imateriais de competitividade, inovação organizativa e de marketing nos mercados

- As estratégias de internacionalização. Aqui serão abordados os principais drivers dos mercados da Pedra Natural, a participação em estratégias para aumentar o valor acrescentado das exportações, a importância da articulação de estratégias coletivas de abordagem aos mercados externos, ...;

- A Pedra Natural Portuguesa associada à identidade e à memória nacional. Pretende-se promover uma imagem da oferta nacional de Pedra Natural baseada em fatores imateriais de relevo dando destaque às diversas obras realizadas por todo o mundo com produto nacional e que hoje representam arquiteturas belíssimas, promovendo a imagem e identidade cultural do nosso país.

A concretização desta atividade prevê a realização de várias tarefas, que se elencam de seguida:

- Aluguer de Espaço e Equipamentos: Nestas rubricas encontram-se incluídos os serviços de aluguer de espaço e equipamentos a utilizar, como por exemplo equipamentos audiovisuais (projetores, sistema de iluminação, sistema de som, entre outros) que permitam a apresentação;

- Serviços de Tradução: Nesta rubrica encontra-se contemplados os serviços de tradução a contratar, para a realização de traduções simultâneas durante a Conferência (palestras, debates, ...), proporcionando aos participantes das diferentes nacionalidades acesso às informações ao longo do dia;

- Coffee-break's/Almoço/Jantar: Despesas associadas a serviços externos de catering;

- Conceção e Produção do Dossier de participante, incluindo-se a documentação necessária para um melhor acompanhamento da conferência por parte dos participantes. O número de dossiês a produzir será aproximadamente ao número de participantes no evento, o qual será determinado com uma certa antecedência de modo a preparar todos os materiais informativos para os participantes, de modo a otimizar todos os recursos físicos disponíveis para o número real de participantes previamente determinado e confirmado;

- Serviços de fotografia: Despesas relacionadas com a cobertura fotográfica do evento;

- Serviços de gravação de imagem e cobertura do evento: Esta rubrica inclui as despesas relacionadas com a produção audiovisual do evento, assegurando uma cobertura completa e de alta qualidade;

- Serviços de receção e preparação do evento (3 hospedeiras): Esta rubrica inclui as despesas relacionadas com a contratação de serviços para a receção e organização do evento, incluindo a presença de três hospedeiras responsáveis por receber os participantes e garantir a preparação adequada das instalações.

- Oradores Nacionais: Despesas associadas à sua participação/estadia;

- Oradores Internacionais: Despesas associadas à sua participação/deslocações/estadia.

Para a realização desta atividade estão previstas as seguintes despesas:

a) Aluguer de Espaço – 1 Serviço * 9.000€ * 1,23 = 11.070,00 €

b) Aluguer de Equipamento áudio/visual – 1 Serviço * 3.000€ * 1,23 = 3.690,00 €

c) Serviços de Tradução – 1 Serviço * 2.000€ * 1,23 = 2.460,00 €

d) Almoço – 150 participantes * 35€ = 5.250,00 €

e) Coffee-break manhã – 150 participantes * 8€ = 1.200,00 €

f) Coffee-break tarde – 150 participantes * 8€ = 1.200,00 €

g) Jantar – 150 participantes * 35€ = 5.250,00 €

h) Deslocação prescritores/jornalistas internacionais – EAU – 6.070 km – 1 pessoa * 2 viagens (ida e volta) * 820€ = 1640,00 €

i) Deslocação prescritores/jornalistas internacionais – EUA – 8.620 km – 1 pessoa * 2 viagens (ida e volta) * 1.500€ = 3.000,00 €

j) Deslocação prescritores/jornalistas internacionais – Finlândia – 3.113 km – 1 pessoa * 2 viagens (ida e volta) * 820€ = 1060,00 €

k) Deslocação prescritores/jornalistas internacionais – Reino Unido – 1.313 km – 1 pessoa * 2 viagens (ida e volta) * 275€ = 550,00 €

l) Alojamento oradores/prescritores/jornalistas – 5 oradores/prescritores/jornalistas * 2 noites * 130€/noite = 1.300,00 €

m) Dossier de Participante – 15€/dossier * 150 participantes * 1,23 = 2.767,50 €

n) Serviços de fotografia – 1 Serviço * 1.000€ * 1,23 = 1.230,00 €

o) Gravação imagem e cobertura do evento – 1 Serviço * 1.500€ * 1,23 = 1.845,00 €

p) Serviço de receção e preparação do evento (3 hospedeiras) – 1 Serviço * 600€ * 1,23 = 738,00 €

Custo total da atividade: 44.250,50 €

As despesas apresentadas incluem IVA não recuperável à taxa legal aplicável.

Detalhe da atividade

Resultado(s) da Atividade

Resultado	Data de disponibilização	Quantificação
4.ª Edição Conferência Internacional da Pedra Natural Portuguesa – registo do evento	2025-11-30	1

Custos da atividade

Nº	Entidade	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Elegível
1	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	4.ª Edição Conferência Internacional - Porto, Região Norte: Aluguer de espaço (1 Serviço * 9.000€ *1,23)	2025	6	Aluguer de espaços e equipamentos para ações de promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo suporte logístico	11.070,00
2	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	4.ª Edição Conferência Internacional - Porto, Região Norte: Aluguer de Equipamento audio/visual (1 Serviço * 3.000€ * 1,23)	2025	10	Aluguer de espaços e equipamentos para ações de promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo suporte logístico	3.690,00
3	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	4.ª Edição Conferência Internacional - Porto, Região Norte: Serviços de Tradução (1 Serviço * 2.000€ * 1,23)	2025	11	Aquisição de serviços a terceiros - Assistência Técnica, Científica e Consultoria	2.460,00
4	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	4.ª Edição Conferência Internacional - Porto, Região Norte: Almoço para 150 participantes (150 * 35€/pessoa)	2025	11	Aquisição de serviços a terceiros - Assistência Técnica, Científica e Consultoria	5.250,00
5	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	4.ª Edição Conferência Internacional - Porto, Região Norte: Coffee-break manhã para 150 participantes (150*8€/pessoa)	2025	11	Aquisição de serviços a terceiros - Assistência Técnica, Científica e Consultoria	1.200,00
6	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	4.ª Edição Conferência Internacional - Porto, Região Norte: Coffee-break tarde para 150 participantes (150*8€/pessoa)	2025	11	Aquisição de serviços a terceiros - Assistência Técnica, Científica e Consultoria	1.200,00
7	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	4.ª Edição Conferência Internacional - Porto, Região Norte: Jantar para 150 participantes (150*35€/pessoa)	2025	11	Aquisição de serviços a terceiros - Assistência Técnica, Científica e Consultoria	5.250,00
9	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	4.ª Edição Conferência Internacional - Porto, Região Norte: Alojamento oradores/p rescritores/jornalistas (5 * 2 noites * 130€/noite)	2025	11	Estadas	1.300,00

Nº	Entidade	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Elegível
10	ANiet :: ANiet - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	4.ª Edição Conferência Internacional - Porto, Região Norte: Dossier de Participante (15€ * 150 participantes * 1,23)	2025	10	Aquisição de serviços a terceiros - Assistência Técnica, Científica e Consultoria	2.767,50
11	ANiet :: ANiet - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	4.ª Edição Conferência Internacional - Porto, Região Norte: Serviços de fotografia (1 Serviço * 1.000€ * 1,23)	2025	11	Aquisição de serviços a terceiros - Assistência Técnica, Científica e Consultoria	1.230,00
12	ANiet :: ANiet - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	4.ª Edição Conferência Internacional - Porto, Região Norte: Gravação imagem e cobertura do evento (1 Serviço * 1.500€ * 1,23)	2025	11	Aquisição de serviços a terceiros - Assistência Técnica, Científica e Consultoria	1.845,00
13	ANiet :: ANiet - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	4.ª Edição Conferência Internacional - Porto, Região Norte: Serviço de receção e preparação do evento (3 hospedeiras) - (1 Serviço * 600€ * 1,23)	2025	11	Aquisição de serviços a terceiros - Assistência Técnica, Científica e Consultoria	738,00
14	ANiet :: ANiet - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Deslocações	2025	11	Deslocações - custos simplificados	6.250,00

Deslocações

Nº	Entidade	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	Nº Pessoas	Custo
1	ANiet :: ANiet - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	2025	11	Porto	Dubai	6.070,00	1	1.640,00
1	ANiet :: ANiet - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	2025	11	Porto	Las Vegas, NV	8.620,00	1	3.000,00
1	ANiet :: ANiet - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	2025	11	Porto	Helsinki	3.113,00	1	1.060,00
1	ANiet :: ANiet - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	2025	11	Porto	London	1.313,00	1	550,00

Detalhe da atividade

Caracterização da Atividade

Designação Atividade 2 - Ações de Promoção junto dos Mercados Externos

Data de início 2024-10-01

Duração (meses) 13.97

Data de fim 2025-11-30

Descrição da Atividade

Esta atividade compreende três subatividades distintas, cada uma representando abordagens específicas de promoção junto dos mercados externos, tanto em território nacional como em território internacional. Estas subatividades, que a seguir serão detalhadamente descritas, têm como desígnio alavancar a notoriedade e visibilidade do setor português da Pedra Natural nos mercados externos, fortalecendo as relações internacionais para estimular o seu crescimento e sustentabilidade futura no mercado global.

Assim, estão contempladas nesta ação as seguintes subatividades:

2.1. Missão Inversa Institucional

Nos últimos anos, a cooperação internacional tem vindo a ganhar, cada vez mais, uma relevância crescente a nível intersetorial, especialmente no que diz respeito à partilha de informação, conhecimento e estratégias de entrada e consolidação de quotas nos mercados globais.

A criação de estruturas em redes de cooperação proporciona uma série de vantagens e oportunidades para o progresso dos setores. A constituição de redes de cooperação implica o estabelecimento de relações e a partilha de objetivos, recursos e resultados, originando numa gestão conjunta e na obtenção de valor acrescentado, bem como no desenvolvimento de competências únicas que, de outra forma, não seriam possíveis de alcançar.

A cooperação entre os diferentes agentes económicos, especialmente a colaboração coletiva entre as PME e outras organizações empresariais (nomeadamente, associações, centros tecnológicos, ...), emerge como uma componente indispensável na resposta aos desafios da internacionalização, através da promoção de condições mais favoráveis para uma integração eficaz nos canais do comércio externo, para além de permitir alargar cada vez mais a rede de contactos, potencia a viabilização de inovações com elevado potencial de criação de valor e com impacto significativo no mercado global. Neste sentido, a criação de extensas redes de cooperação e interatividade internacional entre os diversos agentes económicos assume uma importância crítica para o avanço do setor nacional e sua consolidação nos mercados externos.

Adicionalmente, e diretamente relacionado com os processos de cooperação entre agentes, é essencial destacar a importância do networking como fator crítico para facilitar e alavancar os processos de internacionalização das empresas nacionais.

O networking desempenha, assim, um papel fundamental na aceleração das estratégias de internacionalização das empresas, contribuindo para o alavancar o crescimento das exportações das empresas.

A presente subatividade consiste na organização e execução de uma Missão Inversa Institucional, direcionada a 8 Mercados Internacionais distintos. Este programa será meticulosamente planeado e contemplará uma série de visitas às regiões mais representativas da indústria da Pedra Natural no nosso país (Norte e Centro de Portugal). Durante estas visitas, serão recebidos, em Portugal, influentes prescritores internacionais oriundos desses mercados. Foi delineado um plano que envolve o convite a 16 prescritores internacionais para vivenciar pessoalmente o que o setor da pedra natural portuguesa tem de melhor para oferecer, promovendo-se também desta forma o património cultural, a memória e identidade do nosso País com a visita a importantes obras/edifícios arquitetónicos de pedra natural portuguesa.

Pretende-se com esta subatividade exercer uma influência sobre os principais prescritores internacionais para a utilização da Pedra Natural Portuguesa nas principais obras internacionais, tendo em vista impulsionar a notoriedade e visibilidade da oferta nacional e reforçar os laços institucionais das empresas do setor através da cooperação e do networking internacional que este tipo de missões potencia.

Para a concretização desta subatividade prevê-se a contratação de uma empresa especializada na organização e preparação de iniciativas deste tipo, com histórico comprovado de acesso aos mais importantes prescritores internacionais. Considerou-se esta opção como a mais adequada para assegurar o sucesso e eficácia desta ação.

2.2 Presença em Certames Internacionais

Esta subatividade visa garantir a presença da ANIET em certames de referência a nível internacional para promoção do setor nacional da Pedra Natural, tendo por base o foco nos seguintes mercados-alvo:

- Europa – Itália: Reconhecido como um mercado tradicional e de grande valor para o setor da Pedra Natural, a presença neste mercado é fundamental devido ao seu enorme prestígio no panorama internacional e ao seu papel como impulsionador de negócios à escala global;

Certame – 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, design e formação.

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

É onde todo o setor da Pedra Natural faz questão de estar, onde se apresentam os mais recentes desenvolvimentos em materiais e soluções urbanas, arquitetónicas e de design, onde se aposta todo o esforço comercial e de visibilidade para promoção da excelência da Pedra Natural, 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 e outras organizações (designadamente associações setoriais), escolas profissionais e artísticas e prescritores, concursos, exposições e prémios de mérito.

- Fora da Europa – EUA: Mercado de oportunidade com muito potencial para consolidar contactos com importantes clientes/importadores/prescritores de grande dimensão e reforçar o posicionamento do setor português em termos de quota de mercado (principalmente em produtos acabados de elevado valor acrescentado).

Certame – TISE: 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.

Dada a projeção e importância do certame, e o acesso a prescritores e distribuidores, a aposta neste evento permite obter bons resultados em contactos, vendas e visibilidade, tendo em vista promover o setor da Pedra Natural Portuguesa.

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 participação física em certames internacionais revela-se uma ação de promoção chave para reforçar a presença e reputação de um setor/organização/coletivo, pois representa uma oportunidade única para atrair novos potenciais clientes. Adicionalmente, permite consolidar o posicionamento da marca, desenvolver relações comerciais significativas, acompanhar as últimas tendências do mercado quer em termos de procura como de oferta e demonstrar aos stakeholders internacionais o compromisso contínuo do setor para com os seus clientes e restantes agentes de toda a sua cadeia de valor.

O desígnio principal da participação num certame internacional reside na oportunidade de promover competências, produtos e serviços num só espaço. Através da exposição em certames cada expositor/participante mostra o que de melhor tem para oferecer, quais as suas vantagens diferenciadoras, os valores imateriais da sua oferta, ..., contribuindo para a criação de sinergias entre setores, a construção de uma imagem de marca do país de origem e, para a valorização do setor que representa. Adicionalmente, permite também a promoção e preservação do património cultural, da memória e da identidade nacional, ao destacar produtos/serviços/competências que refletem elementos distintivos da cultura nacional e do que melhor se faz no país.

Uma outra mais-valia da participação num certame internacional é a oportunidade de fortalecer os relacionamentos comerciais com o mercado internacional de forma direta e em estreita proximidade. Se por um lado, é possível identificar novos potenciais importadores/investidores do setor, por outro, também é possível consolidar os laços com importantes prescritores/opinion-makers/agentes económicos internacionais. Paralelamente, constitui-se uma oportunidade ímpar para impulsionar a fileira da Pedra Natural através da promoção dos êxitos alcançados em Portugal, reforçar a imagem entre a qualidade da oferta nacional e a percebida pelos mercados, a perceção de incorporação de soluções tecnológicas, assim como, a excelência e versatilidade do setor em causa.

Resumidamente, com esta subatividade pretende-se atuar ao nível da promoção da oferta nacional, em ações de visibilidade e proximidade aos mercados alvo, e para sedimentar relações com profissionais e entidades (ordens profissionais, embaixadas, câmaras de comércio, ...) que possam vir a traduzir-se num aumento das exportações da fileira.

A ação contempla a realização de 2 ações de promoção em espaços de certames de referência, nos mercados internacionais identificados, com o objetivo de intensificar e promover a oferta e proporcionar relacionamentos de proximidade criando um ambiente apelativo sobre as capacidades da oferta, procurando interagir com o público utilizando os meios digitais e os materiais produzidos ao longo do presente projeto – quer sejam os microvídeos, as edições “Stone Treasures”, o “Portuguese Stone Virtual Showroom”, o “GreenStone” – como ferramentas de promoção e valorização do potencial da oferta nacional, sinalizando as mais recentes tendências do setor e demonstrando a evolução do setor a nível nacional.

Estas ações de visibilidade têm como propósito promover valores imateriais que se pretende que sejam internalizados pela procura, estabelecendo assim um novo padrão “mental” (qualidade, estética e design, exclusividade e requinte, modernidade, robustez, versatilidade e sustentabilidade, entre outros) associado à imagem do país. O objetivo destas ações não se restringe apenas à promoção da venda de artigos de Pedra Natural, mas também abrange a promoção de princípios de interconetividade e diversificação. O foco principal é criar no público-alvo daqueles mercados uma imagem de valor das várias dimensões do país (património/cultura/arquitetura/materiais, ...).

As 2 ações de promoção em certames internacionais terão a duração de 6 dias em cada um dos mercados, cobrindo todo o período dos certames. Dirigem-se a importadores, investidores, opinion-makers e prescritores de alto nível, assim como também aos meios de comunicação social. Será necessária a participação de um técnico da associação para o desenvolvimento dos trabalhos inerentes a estas ações de promoção.

Durante as ações serão ainda realizados encontros paralelos com importantes entidades internacionais, para apresentação e criação de parcerias e âmbitos de colaboração, numa perspetiva de estabelecer pontes para o futuro.

2.3 Ação de Promoção no Mercado Japonês

O mercado do Japão assume-se como um mercado bastante atrativo para o setor da Pedra Natural e não se encontra de todo explorado (mercado novo). Trata-se de um mercado de oportunidade, pelo que o objetivo da Associação passa por contribuir para a “abertura de caminho” neste tão importante mercado.

O Japão representa a 3.^a maior economia do mundo, o mercado japonês é mundialmente reconhecido pela sua exigência e apreço pela qualidade e perfeição em todos os aspetos. Este mercado privilegia o design cuidadosamente elaborado, valoriza a atenção aos detalhes e demonstra uma afinidade pelo minimalismo, refletido nas tendências contemporâneas da arquitetura e design como o Japandi.

A elegância e a simplicidade conjugam-se harmoniosamente na decoração de interiores, onde cada elemento é escolhido com precisão e propósito. Os consumidores japoneses revelam-se extremamente exigentes, procurando sempre produtos e serviços que respondam aos mais altos padrões de excelência. Não é de surpreender que o conceito de qualidade geral tenha nascido e prosperado neste mercado tão metódico e criterioso.

Em 2023 (ITC), o Japão importou cerca de 407 milhões de euros de Pedra Natural, sobretudo do produto transformado 6802 | Pedras naturais de cantaria ou construção – 85%, produtos com maior valor acrescentado que liberta maiores margens. Portugal tem naquele montante um peso inferior a 1%, onde cerca de apenas 21% das exportações nacionais são atribuídas à exportação de produto 6802. Embora com peso reduzido nas exportações nacionais confirma-se enorme margem de oportunidade para a expansão do setor nacional.

Adicionalmente, e com a iminência da EXPO OSAKA 2025, um evento de grande relevância internacional, surge assim uma oportunidade ímpar para a promoção do setor nacional da Pedra Natural no mercado japonês. Consciente desta oportunidade, a Associação propõe a realização da sua ação de promoção ao mercado japonês aquando da Expo, aproveitando o seu prestígio e influência para atrair importantes importadores, prescritores e outros players relevantes do mercado japonês.

Todos os caminhos irão dar a OSAKA, pelo que a ANIET reconheceu de imediato a pertinência de juntar a sua enorme vontade de realizar uma ação de promoção internacional a este mercado (que efetivamente já estaria pensada anteriormente) aquando da realização deste evento internacional (a sua relevância não poderia ser ignorada). Desta forma, a Associação optou por juntar o útil ao agradável, aproveitando a ocasião para alavancar a sua ação promocional. Ao alinhar esta atividade com um evento de tão grande magnitude, num mercado que se espera repleto de diversos agentes económicos, a ANIET visa maximizar o impacto e a visibilidade do setor nacional da Pedra Natural, estabelecendo assim um novo marco na sua estratégia de internacionalização.

Assim, ao coincidir a realização da ação de promoção com a EXPO OSAKA 2025, torna a sua ocasião ainda mais propícia para atrair a atenção de importantes players de todo o mundo. Com a presença de tantos influencers reunidos num único mercado, esta ação de promoção tem o potencial de gerar impacto significativo e abrir novas portas para o setor da Pedra Natural Portuguesa e materiais de construção no mercado japonês e não só.

Entre as iniciativas planeadas que integrarão a ação de promoção da ANIET ao mercado japonês, destaca-se a realização de reuniões com prescritores do mercado (grupos de trabalho, networking, partilha, ...), será realizada uma apresentação setorial da Pedra Natural Portuguesa e existirão ainda sessões de networking entre os diferentes participantes, proporcionando-se uma oportunidade para promover a oferta nacional de produtos de Pedra Natural e estabelecer contactos diretos com relevantes importadores, prescritores, opinion-makers, entre outros stakeholders do setor.

Esta subatividade visa assim promover a visibilidade e representatividade da associação, para além de permitir o estabelecimento de contactos estratégicos, partilhar conhecimentos e identificar oportunidades de colaboração.

Adicionalmente, importa salientar que a Associação se disponibiliza no âmbito da participação de Portugal para a organização de dinâmicas conjuntas (ao nível da sua fileira e não só), alinhadas com as temáticas e o espírito da Expo, proporcionando uma plataforma ideal para destacar as potencialidades do país em diversos domínios, nomeadamente, em áreas de desenvolvimento com elevado potencial tecnológico, inovador e competitivo internacionalmente, capaz de colocar Portugal na vanguarda a nível global.

Esta disposição demonstra o esforço da ANIET em reforçar a presença e a reputação de Portugal no contexto internacional, promovendo simultaneamente a cooperação e o intercâmbio entre diversos setores e agentes económicos.

A presente atividade requer um planeamento estratégico cuidadoso, pelo que, para além das despesas com deslocações, alojamento, aluguer de sala e coffee-break, estão também previstas despesas com organização e divulgação da ação para uma maior adequação e maximização das oportunidades de networking, visibilidade e notoriedade do setor da Pedra Natural Portuguesa.

Para a realização desta atividade estão previstas as seguintes despesas:

2.1 Missão Inversa Institucional

- a) Contacto direto em território nacional de prescritores da Suécia – 1 consultor especialista * 20 dias * 395€/dia * 1,23 = 9.717,00 €
- b) Contacto direto em território nacional de prescritores da Finlândia – 1 consultor especialista * 20 dias * 395€/dia * 1,23 = 9.717,00 €
- c) Contacto direto em território nacional de prescritores da EAU – 1 consultor especialista * 20 dias * 395€/dia * 1,23 = 9.717,00 €
- d) Contacto direto em território nacional de prescritores da Arábia Saudita – 1 consultor especialista * 20 dias * 395€/dia * 1,23 = 9.717,00 €
- e) Contacto direto em território nacional de prescritores da Alemanha – 1 consultor especialista * 20 dias * 395€/dia * 1,23 = 9.717,00 €
- f) Contacto direto em território nacional de prescritores da Polónia – 1 consultor especialista * 20 dias * 395€/dia * 1,23 = 9.717,00 €
- g) Contacto direto em território nacional de prescritores da Reino Unido – 1 consultor especialista * 20 dias * 395€/dia * 1,23 = 9.717,00 €
- h) Contacto direto em território nacional de prescritores da EUA – 1 consultor especialista * 20 dias * 395€/dia * 1,23 = 9.717,00 €

2.2 Presença em Certames Internacionais

- a) Itália – Deslocações – 1.652km – 1 pessoa * 2 viagens (ida e volta) * 275€ = 550,00 €
- b) Itália – Alojamento – 1 pessoa * 6 noites * 250€/noite = 1.500,00 €
- c) Itália – Aluguer de espaço – 1 serviço * 3.500€ * 1,23 = 4.305,00 €
- d) Itália – Construção de stand, montagem e desmontagem, transporte – 1 serviço * 6.000€ * 1,23 = 7.380,00 €
- e) EUA – Deslocações – 8.620km – 1 pessoa * 2 viagens (ida e volta) * 1.500€ = 3.000,00 €
- f) EUA – Alojamento – 1 pessoa * 6 noites * 250€/noite = 1.500,00 €
- g) EUA – Aluguer de espaço – 1 serviço * 5.000€ * 1,23 = 6.150,00 €
- h) EUA – Construção de stand, montagem e desmontagem, transporte – 1 serviço * 6.000€ * 1,23 = 7.380,00 €

2.3 Ação de Promoção no Mercado Japonês

- a) Japão – Deslocações – 10.819km – 1 pessoa * 2 viagens (ida e volta) * 1.500€ = 3.000,00 €
- b) Japão – Alojamento – 1 pessoa * 3 noites * 250€/noite = 750,00 €
- c) Organização e divulgação do evento – 1 Serviço * 1.500€ * 1,23 = 1.845,00 €
- d) Aluguer de sala – 1 Serviço * 500€ * 1,23 = 615,00 €
- e) Coffee-break – 8€/participante * 25 participantes = 200,00 €

Custo total da atividade: 115.911,00 €

As despesas apresentadas incluem IVA não recuperável à taxa legal aplicável.

Detalhe da atividade

Resultado(s) da Atividade

Resultado	Data de disponibilização	Quantificação
Contacto direto em território nacional de prescritores Suécia	2025-11-30	1
Contacto direto em território nacional de prescritores Finlândia	2025-11-30	1
Contacto direto em território nacional de prescritores EAU	2025-11-30	1
Contacto direto em território nacional de prescritores Arábia Saudita	2025-11-30	1
Contacto direto em território nacional de prescritores Alemanha	2025-11-30	1
Contacto direto em território nacional de prescritores Polónia	2025-11-30	1
Contacto direto em território nacional de prescritores Reino Unido	2025-11-30	1
Contacto direto em território nacional de prescritores EUA	2025-11-30	1
Presença em evento na Europa – Itália – 2025	2025-09-30	1
Presença em evento fora da Europa – EUA – 2025	2025-01-31	1
Ação de Promoção no Mercado Japonês	2025-06-30	1

Custos da atividade

Nº	Entidade	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Elegível
1	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Missão Inversa Institucional: Ação de Promoção Institucional Junto de Prescritores do Mercado Suécia (1 consultor especialista * 20 dias * 395€/dia * 1,23)	2025	9	Campanhas de imagem e promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo despesas com o desenvolvimento criativo	9.717,00
2	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Missão Inversa Institucional: Ação de Promoção Institucional Junto de Prescritores do Mercado Finlândia (1 consultor especialista * 20 dias * 395€/dia * 1,23)	2025	9	Campanhas de imagem e promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo despesas com o desenvolvimento criativo	9.717,00
3	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Missão Inversa Institucional: Ação de Promoção Institucional Junto de Prescritores do Mercado EAU (1 consultor especialista * 20 dias * 395€/dia * 1,23)	2025	9	Campanhas de imagem e promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo despesas com o desenvolvimento criativo	9.717,00
4	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Missão Inversa Institucional: Ação de Promoção Institucional Junto de Prescritores do Mercado Arábia Saudita (1 consultor especialista * 20 dias * 395€/dia * 1,23)	2025	9	Campanhas de imagem e promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo despesas com o desenvolvimento criativo	9.717,00

Nº	Entidade	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Elegível
5	ANiet :: ANiet - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Missão Inversa Institucional: Ação de Promoção Institucional Junto de Prescritores dos Mercado Alemanha (1 consultor especialista * 20 dias * 395€/dia * 1,23)	2025	9	Campanhas de imagem e promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo despesas com o desenvolvimento criativo	9.717,00
6	ANiet :: ANiet - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Missão Inversa Institucional: Ação de Promoção Institucional Junto de Prescritores dos Mercado Polónia (1 consultor especialista * 20 dias * 395€/dia * 1,23)	2025	9	Campanhas de imagem e promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo despesas com o desenvolvimento criativo	9.717,00
7	ANiet :: ANiet - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Missão Inversa Institucional: Ação de Promoção Institucional Junto de Prescritores dos Mercado Reino Unido (1 consultor especialista * 20 dias * 395€/dia * 1,23)	2025	9	Campanhas de imagem e promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo despesas com o desenvolvimento criativo	9.717,00
8	ANiet :: ANiet - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Missão Inversa Institucional: Ação de Promoção Institucional Junto de Prescritores dos Mercado EUA (1 consultor especialista * 20 dias * 395€/dia * 1,23)	2025	9	Campanhas de imagem e promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo despesas com o desenvolvimento criativo	9.717,00
10	ANiet :: ANiet - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Promoção em Certames Internacionais: Itália - Alojamento (1 pessoa * 6 noites * 250€/noite)	2025	9	Estadas	1.500,00
11	ANiet :: ANiet - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Promoção em Certames Internacionais: Itália - Aluguer de Espaço (1 Serviço * 3.500€ * 1,23)	2025	7	Aluguer de espaços e equipamentos para ações de promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo suporte logístico	4.305,00
12	ANiet :: ANiet - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Promoção em Certames Internacionais: Itália - Construção de Stand, montagem e desmontagem, transporte (1 Serviço * 6.000€ * 1,23)	2025	9	Aquisição de serviços a terceiros - Assistência Técnica, Científica e Consultoria	7.380,00
13	ANiet :: ANiet - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Promoção em Certames Internacionais: EUA - Alojamento (1 pessoa * 6 noites * 250€/noite)	2025	1	Estadas	1.500,00
14	ANiet :: ANiet - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Promoção em Certames Internacionais: EUA - Aluguer de Espaço (1 Serviço * 5.000€ * 1,23)	2024	11	Aluguer de espaços e equipamentos para ações de promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo suporte logístico	6.150,00

Nº	Entidade	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Elegível
15	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Promoção em Certames Internacionais: EUA - Construção de Stand, montagem e desmontagem, transporte (1 Serviço * 6.000€ * 1,23)	2025	10	Aquisição de serviços a terceiros - Assistência Técnica, Científica e Consultoria	7.380,00
19	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Ação de Promoção no Mercado Japonês: Japão - Alojamento (1 pessoa * 3 noites * 250€/noite)	2025	6	Estadas	750,00
20	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Ação de Promoção no Mercado Japonês: Organização e divulgação do evento (1 Serviço * 1.500€ * 1,23)	2025	6	Aquisição de serviços a terceiros - Assistência Técnica, Científica e Consultoria	1.845,00
21	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Ação de Promoção no Mercado Japonês: Aluguer de sala (1 Serviço * 500€ * 1,23)	2025	4	Aluguer de espaços e equipamentos para ações de promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo suporte logístico	615,00
22	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Ação de Promoção no Mercado Japonês: Coffee-break (8€ * 25 participantes)	2025	6	Aquisição de serviços a terceiros - Assistência Técnica, Científica e Consultoria	200,00
23	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Deslocações	2025	7	Deslocações - custos simplificados	550,00
24	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Deslocações	2024	11	Deslocações - custos simplificados	3.000,00
25	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Deslocações	2025	4	Deslocações - custos simplificados	3.000,00

Deslocações

Nº	Entidade	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	Nº Pessoas	Custo
1	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	2025	7	Porto	Verona	1.652,00	1	550,00

Nº	Entidade	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	Nº Pessoas	Custo
1	ANJET :: ANJET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	2024	11	Porto	Las Vegas, NV	8.620,00	1	3.000,00
1	ANJET :: ANJET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	2025	4	Porto	Osaka	10.819,00	1	3.000,00

Detalhe da atividade

Caracterização da Atividade

Designação Atividade 3 – Marketing Internacional

Data de início 2024-10-01

Duração (meses) 19.97

Data de fim 2026-05-31

Descrição da Atividade

Esta atividade compreende três subatividades distintas, cada uma representando abordagens específicas de marketing internacional, tendo todas como objetivo contribuir para a promoção e valorização do setor da Pedra Natural nos mercados externos.

3.1 Revista Digital “Stone Treasures”

Propõe-se na presente subatividade o desenvolvimento de 2 edições (semestrais) digitais da Revista “Stone Treasures”, uma iniciativa inovadora que tem como objetivo contribuir para a promoção da internacionalização do setor da Pedra Natural Portuguesa. O propósito central desta subatividade consistir em dar destaque às riquezas do setor (associando-as ao património cultural, à identidade e memória nacional, bem como à imagem de Portugal), as tendências emergentes e as inovações relevantes, consolidando assim o posicionamento do setor da Pedra Natural Portuguesa nos mercados internacionais.

Através desta revista digital, pretende-se oferecer ao setor uma plataforma para partilhar conhecimento, experiências sobre o que de mais inovador o setor nacional tem desenvolvido, integrando não só a inovação tecnológica, mas também informações no âmbito da estratégia ESG (práticas, certificações, métricas, etc.). Cada edição será cuidadosamente elaborada para abordar uma variedade de tópicos pertinentes, incluindo novos produtos, avanços tecnológicos, projetos arquitetónicos notáveis, questões no âmbito do ambiente, da sustentabilidade, do governance e muito mais. Adicionalmente, prevê-se nos conteúdos da revista integrar e apresentar entrevistas com especialistas, casos de sucesso, galerias de fotos de forma a ilustrar a diversidade e versatilidade dos produtos e processos no setor português, tendo como objetivo proporcionar uma visão autêntica e abrangente do setor português, alimentando a imaginação e promovendo a atração e valorização por parte dos mercados externos.

A importância desta atividade reside na sua capacidade de elevar o perfil internacional do setor da Pedra Natural Portuguesa, destacando não só a qualidade e versatilidade da produção, mas também a expertise e a inovação do setor nacional.

A Revista “Stone Treasures” fornecerá aos mercados externos insights valiosos sobre as últimas tendências e práticas utilizadas no setor a nível nacional, através de informações relevantes e inspiradoras, de forma a contribuir para o fortalecimento da posição competitiva do setor nos mercados internacionais.

Os convites para a realização das entrevistas dirigir-se-ão a todo o setor de forma a não privilegiar qualquer tipo de empresas em particular, acima de tudo, procurar-se-á importantes agentes ligados ao setor que muito têm contribuído para os processos de inovação, investigação e desenvolvimento tecnológico levado a efeito no âmbito dos recursos naturais.

Pretende-se contribuir para a desmitificação de mitos associados à imagem do setor português da Pedra Natural e contribuir para a redução do diferencial entre a qualidade da oferta nacional e a qualidade percebida nos mercados externos. Ao destacar os atributos diferenciadores, como design, serviço e qualidade intrínseca, está-se não só a impulsionar a competitividade do setor nos mercados externos, como também a reposicionar a oferta nacional em segmentos de maior valor acrescentado, contribuindo para a redefinição das estratégias de liderança de mercado, abandonando abordagens baseadas exclusivamente no preço.

Esta subatividade procura ainda evidenciar algumas práticas de extração responsável que já vão sendo implementadas no setor nacional, procurando dar visibilidade externa às preocupações ambientais que já fazem parte das práticas ambientais do setor. A Plataforma ANIETsoftGeo é exemplo disso mesmo, trata-se de uma plataforma concebida pela ANIET para as empresas do setor, que se assume como fundamental para digitalizar os seus processos, apoia na gestão operacional dos processos de extração e contribui para a adoção de boas práticas e estimular hábitos de análise do desempenho nos processos de extração, proporcionando melhores condições de segurança, de precisão, de sustentabilidade e de rentabilidade para as empresas do setor.

Os textos a incluir na Revista destacarão a relevância do setor nacional da Pedra Natural, através de abordagens de questões pertinentes, como inovação, I&D, ESG, Sustentabilidade, eco-design, ..., juntamente com entrevistas a especialistas nas áreas relevantes, delineando os intervenientes e os métodos utilizados. Com uma abordagem cuidadosa tanto nos textos quanto nas imagens, apresentando peças que proporcionam uma representação visual do conteúdo apresentado. Os textos abordarão ainda o panorama atual em Portugal em termos dos processos de extração e transformação.

Assim, a Revista abordará os seguintes tópicos:

- A riqueza geológica nacional (realçando o poder da matéria-prima, do património cultural, associado à memória e identidade do nosso País – heritage);
- O know-how de aproveitamento dos recursos minerais (técnicas e as abordagens tradicionais)

- As potencialidades de aplicação da Pedra Natural;
- Destaque das últimas tendências do setor (do melhor que se faz ao nível dos processos de inovação, I&D, implementação de estratégias ESG, abordagens à Sustentabilidade, eco-design, ...) – estando contempladas análises de práticas sustentáveis e inovadoras no setor, destacando a sua abordagem ambientalmente responsável e socialmente consciente;
- Casos de sucesso;
- Testemunhos/entrevistas de players com reconhecido prestígio para o setor;
- Abordagens a projetos de arquitetura e design que demonstrem o uso criativo e inovador da Pedra Natural Portuguesa em diferentes contextos e aplicações;
- Etc.

Importa referir que o convite à possível participação em eventuais entrevistas que se poderão realizar será aberto a toda a fileira, em nenhum momento serão divulgadas/publicitadas/referenciadas empresas em específico. Não existirá qualquer tipo de favorecimento de determinadas empresas em detrimento de outras, pelo que se cumprirá escrupulosamente o disposto no aviso de concurso tendo em todo o momento presente a natureza coletiva deste tipo de projetos. O objetivo desta Revista será promover o setor português da Pedra Natural como um todo e nunca determinadas empresas específicas.

Através da divulgação e distribuição estratégica da revista nos diversos canais digitais e eventos internacionais do setor, pretende-se alcançar uma ampla audiência global incluindo potenciais importadores, arquitetos, designers e outros influencers-chave dos mercados internacionais com o objetivo de alavancar a visibilidade e notoriedade do setor português da Pedra Natural.

A revista será pública, de acesso livre, estando disponível para consultar a partir da página do projeto alojada no website da ANIET.

Será amplamente divulgada pela ANIET, através das redes sociais (Facebook, LinkedIn e Instagram), newsletter da ANIET (emails), contactos telefónicos, website da Associação e, adicionalmente, com relevância crescente através dos meios de comunicação social (por notícias/publicações que se possam vir a gerar fruto da assessoria de imprensa, através de publicações pagas) e pelas campanhas de marketing digital a levar a efeito, a fim de estimular a sua leitura nos mercados externos.

Para além disso, dada a facilidade de transmissão e disseminação, esta Revista será ainda divulgada nos diversos eventos de cariz internacional, presenças em certames, visitas de importadores, ações de promoção, conferências internacionais e em quaisquer oportunidades de promoção de venda das empresas do setor e de entidades oficiais com atividades no comércio externo.

Prevê-se também a disseminação alargada, dirigida a organismos nacionais (AICEP, DGEG, Centros tecnológicos, Universidades de Arquitetura e Engenharia, Geologia e Economia, Empresas da fileira, ...) e internacionais (UEPG, EUROMINES, EUROCONSTRUCT, Centros Tecnológicos, Ordens Profissionais, Instituições Europeias, Embaixadas e Câmaras de Comércio, ...), importadores, prescritores, opinion-makers, investidores, comunicação social e outros stakeholders da fileira da Pedra Natural.

Estão previstas na presente subatividade despesas com elaboração de conteúdos, serviços de tradução (em 2 idiomas – Português e Inglês), e ainda serviços de imagem e design.

A elaboração de conteúdos visa produzir materiais de alta qualidade que sejam atrativos e informativos para o público-alvo internacional. Dada a diversidade e complexidade dos temas a serem abordados, é essencial investir recursos na criação de conteúdos especializados que transmitam eficazmente a mensagem desejada, contribuindo assim para a credibilidade e relevância da iniciativa nos mercados externos.

Os serviços de tradução representam uma componente essencial, visto que a revista está destinada a atingir os mercados internacionais. A qualidade e precisão das traduções são fundamentais para garantir uma comunicação técnica eficaz e uma compreensão clara do conteúdo por parte do público-alvo estrangeiro.

Os serviços de imagem e design são responsáveis por transmitir visualmente a identidade e a mensagem chave daquilo que se pretende “passar”. Através de um design apelativo e profissional, pretendemos captar a atenção do público-alvo internacional e transmitir a qualidade e a relevância dos conteúdos produzidos, de forma a garantir uma apresentação visualmente impactante e coerente, contribuindo assim para o sucesso da iniciativa nos mercados externos.

3.2 Microvídeos para promoção internacional da Pedra Natural Portuguesa

Serão produzidos 2 microvídeos, estrategicamente concebidos para promover e realçar os atributos distintivos da Pedra Natural Portuguesa, destacando importantes fatores imateriais como qualidade, estética, design, exclusividade, robustez e versatilidade. Estes instrumentos procuram para além de promover a oferta nacional de produtos de Pedra Natural, enfatizar as características únicas da pedra e a sua relevância no contexto internacional. Combinando elementos visuais cativantes, os teasers serão cuidadosamente elaborados para transmitir a beleza, qualidade e singularidade dos produtos de Pedra Natural Portuguesa, com o objetivo de valorizar a oferta nacional e fortalecer a presença do setor nos mercados globais.

Os microvídeos têm como objetivo apoiar o setor na promoção da imagem de fiabilidade da oferta, pela inovação tecnológica e potencial de aplicação dos produtos, evidenciando a compatibilidade com diversos estilos de arquitetura e ecoeficiência dos processos. Pretende-se contribuir para aumentar a visibilidade do setor, promover o conhecimento da oferta junto de prescritores, o reconhecimento da qualidade percebida pelos mercados, e criar imagem coletiva de valor acrescentado.

Servirão como importantes instrumentos de intensificação das ações de promoção internacional, explorando:

- A riqueza geológica nacional;
- As potencialidades de aplicação da Pedra Natural;
- As especificidades e características do produto sempre numa lógica de promoção global do setor;
- Etc.

Os conteúdos terão uma apresentação cuidada combinando a excelência da imagem da pedra em obra e da tecnologia de exploração e transformação, os níveis de aplicação, o potencial de adaptação à modernidade, à estética da peça, permitindo aos projetistas e arquitetos, designers, decoradores, aperceber-se do talento, monumentalidade e eficiência da Pedra Natural Portuguesa.

A opção pelo formato justifica-se por ser um meio atual e atrativo para disseminar e partilhar informação, funcionando como teaser para despertar a curiosidade dos viewers para a qualidade do produto nacional.

Considerando a facilidade de transmissão e disseminação, poderá ser utilizado em diversos eventos, designadamente feiras, visitas de importadores, missões empresariais, road-shows e quaisquer oportunidades de promoção de venda das empresas do setor e de entidades oficiais com atividades no comércio externo.

Os microvídeos serão facilmente acessíveis de forma livre a partir de qualquer dispositivo (PC, telemóvel, tablet) e amplamente disseminados pelos meios da ANIET (email, redes sociais, websites, youtube, ...) e, eventualmente, através da comunicação social.

Por outro lado, será também assegurada a disseminação alargada, dirigida a organismos nacionais (AICEP, DGEG, Centros tecnológicos, Universidades de Arquitetura e Engenharia, Geologia e Economia, Empresas da fileira, ...) e internacionais (UEPG, EUROMINES, EUROCONSTRUCT, Centros Tecnológicos, Ordens Profissionais, Instituições Europeias, Embaixadas e Câmaras de Comércio, ...), importadores, prescritores, opinion-makers, investidores, comunicação social e outros stakeholders da fileira da Pedra Natural.

3.3 Portuguese Stone Virtual Showroom

Na procura por estratégias inovadoras de promoção, propõe-se na presente subatividade a conceção de um espaço digital dedicado à exibição da Pedra Natural Portuguesa, através da popular rede social Instagram. Esta escolha baseia-se na capacidade única desta plataforma de destacar conteúdos através da imagem, proporcionando assim um ambiente ideal para realçar a beleza e os atributos distintivos da oferta nacional. Ao concentrar-nos na promoção visual (através da criação de uma conta de Instagram), pretendemos não só atrair a atenção dos potenciais importadores, prescritores, opinion-makers, entre outros relevantes stakeholders do setor, mas também transmitir a essência e a qualidade dos produtos de Pedra Natural Portuguesa.

Este instrumento será uma das grandes estrelas deste projeto, constituindo-se como um espaço inovador para o setor da Pedra Natural Portuguesa será utilizado como um elemento fortíssimo e extremamente essencial na comunicação aos mercados externos para promoção da oferta nacional, pelo que importa que o mesmo esteja rapidamente pronto para ser utilizado nos mercados como elemento de promoção do setor. Instrumento de apoio a processos de entrada em novos mercados e captação de novos clientes que será utilizado na ação comercial. Adicionalmente, permitirá também fortalecer e contribuir para ajudar a desmistificar alguns preconceitos que os mercados externos têm associados ao setor português, uma vez que dará a oportunidade de mostrar ao mundo obras e processos ambientalmente responsáveis que o setor tem vindo e está a desenvolver.

Para garantir a eficácia deste espaço digital, será implementada uma estratégia de conteúdos dinâmica e atrativa, adaptada às tendências e interesses do público-alvo, através da partilha de imagens de alta qualidade que destaquem a beleza, a versatilidade e todos os fatores imateriais associados à Pedra Natural Portuguesa. A interatividade será incentivada através de inquéritos, quizzes, etc. relacionados com a Pedra Natural Portuguesa.

A colaboração das empresas nacionais do setor será fundamental para a alimentação do Showroom com conteúdos. Através de uma abordagem coletiva e colaborativa, pretende-se que as empresas partilhem com a Associação imagens dos seus produtos de Pedra Natural Portuguesa, proporcionando uma visão abrangente e diversificada das potencialidades e aplicações das diferentes matérias. Para além das imagens, será incentivada a partilha de informações sobre as características únicas de cada produto, os processos de fabrico, etc. Este espaço fortalecerá a representação do setor da Pedra Natural Portuguesa no mercado global, reforçando a sua imagem de qualidade, inovação e sustentabilidade.

Assim, prevê-se na presente subatividade a contratação de uma entidade especializada para a conceção e desenvolvimento do Portuguese Stone Virtual Showroom e elaboração de regulamento de participação neste espaço.

Importa salientar que a participação e a alimentação do Showroom com imagens será aberta a todas as empresas do setor, não haverá qualquer tipo de favorecimento de determinadas empresas em detrimento de outras, pelo que se cumprirá escrupulosamente o disposto em aviso de concurso tendo em todo o momento presente a natureza coletiva deste tipo de projetos.

Neste sentido, prevê-se a elaboração de um regulamento onde estarão presentes um conjunto de diretivas e regras à participação das empresas, em nenhum momento serão divulgadas/publicitadas/referenciadas marcas ou nomes de empresas. Pelo que se definirá muito bem quais as condições de participação tendo sempre presente que o objetivo do Showroom será promover o setor português da Pedra Natural como um todo e nunca determinadas empresas específicas.

O regulamento a ser elaborado estabelecerá os princípios fundamentais para a participação no Portuguese Stone Virtual Showroom, delineando os critérios e procedimentos que orientarão a contribuição das empresas do setor. Este documento definirá os requisitos para a submissão de imagens, garantindo padrões de qualidade visual elevados que transmitam a excelência da Pedra Natural Portuguesa. Adicionalmente, serão estabelecidas diretrizes claras para a conduta da comunidade participante. Depois da conceção e desenvolvimento inicial do Showroom, toda a gestão deste instrumento ficará a cargo da ANIET. Importa referir que todas as publicações passarão pela validação da sua equipa interna.

Os padrões da comunidade serão cuidadosamente delineados, destacando-se a importância da colaboração mútua e da promoção do setor como um todo. Serão ainda estabelecidas diretrizes visando assegurar a consistência e a relevância das informações partilhadas. A frequência de publicações será também definida de forma a manter o interesse e o envolvimento da audiência, promovendo uma presença ativa e dinâmica no espaço virtual.

A moderação e a resolução de conflitos serão temas abordados no regulamento, com ênfase na promoção de um ambiente harmonioso e na rápida intervenção em situações de discordância ou controvérsia.

Por fim, o regulamento estabelecerá ainda os mecanismos de avaliação do desempenho do Virtual Showroom, como forma de garantir a sua contínua evolução e adaptação futura. Este documento será um instrumento fundamental para assegurar a eficácia e a sustentabilidade deste espaço digital, contribuindo para a promoção da oferta nacional no mercado global.

Adicionalmente, é fundamental promover a divulgação e disseminação deste instrumento às empresas nacionais do Setor da Pedra Natural, uma vez que são elas quem irão alimentar este espaço. Esta estratégia de divulgação procura destacar a importância do Portuguese Stone Virtual Showroom e incentivar ativamente as empresas a contribuir com conteúdos visuais para o Showroom. Ao demonstrar o valor e os benefícios desta iniciativa, pretende-se aumentar o engagement e a participação das empresas, garantindo desta forma a sustentabilidade e continuidade deste importante canal de promoção no mercado global.

Neste sentido, prevê-se ainda nesta subatividade a contratação de uma entidade especializada para divulgação do Virtual Showroom às empresas nacionais do setor de forma a demonstrar-lhes o valor deste instrumento de promoção e incentivá-las a contribuir com o envio de conteúdos para impulsionar a promoção do setor da Pedra Natural nos mercados globais. Decidiu-se contemplar esta despesa extra de divulgação ao setor dado o carácter distintivo da divulgação que se pretende que venha a ser feita.

Este espaço será público, de livre acesso e participação, terá ampla divulgação através das redes sociais (Facebook, LinkedIn e Instagram), newsletter da ANIET (emails), contactos telefónicos, website da Associação e através da comunicação social (notícias/publicações que se possam vir a gerar fruto da assessoria de imprensa e outras publicações), a fim de estimular a sua promoção e interação nos mercados externos.

Adicionalmente, e considerando a facilidade de transmissão e disseminação, este instrumento será também divulgado através de Linktree nos diversos eventos de cariz internacional, presenças em certames, visitas de importadores, ações de promoção, conferências internacionais e em quaisquer oportunidades de promoção de venda das empresas do setor e de entidades oficiais com atividades no comércio externo.

Será ainda assegurada a disseminação alargada, dirigida a organismos nacionais (AICEP, DGEG, Centros tecnológicos, Universidades de Arquitetura e Engenharia, Geologia e Economia, Empresas da fileira, ...) e internacionais (UEPG, EUROMINES, EUROCONSTRUCT, Centros Tecnológicos, Ordens Profissionais, Instituições Europeias, Embaixadas e Câmaras de Comércio, ...), importadores, prescritores, opinion-makers, investidores, comunicação social e outros stakeholders da fileira da Pedra Natural.

O acesso a este instrumento poderá ser realizado através da página pública do projeto ou através do Linktree, onde os visitantes serão automaticamente direcionados para o Virtual Showroom.

Os desenvolvimentos técnicos destas subatividades serão necessariamente subcontratados a entidades especializadas que comprovem ter competências técnicas para a adequada implementação.

Não obstante, todos os trabalhos serão acompanhados em proximidade pela ANIET para garantir o alinhamento com as orientações de subcontratação, as necessidades do setor e o quadro normativo aplicável. Assim, durante o desenvolvimento das diferentes operações serão realizadas reuniões periódicas entre as equipas de desenvolvimento e os quadros técnicos da associação, para garantir o cumprimento de tarefas, calendarização e orçamentos. Por outro lado, uma vez que no futuro a gestão do Virtual Showroom e a produção de novas edições da Revista "Stone Treasures" estarão a cargo da ANIET importa que a sua equipa faça o follow-up da parte técnica para dar resposta a eventuais desafios que venham a surgir.

Para a realização desta atividade estão previstas as seguintes despesas:

3.1 Revista Digital "Stone Treasures"

- a) Elaboração de conteúdos – 1 consultor especialista * 395€/dia * 20 dias * 2 Edições * 1,23 = 19.434,00€
- b) Tradução de conteúdos – 1 consultor * 275€/dia * 5 dias * 2 Edições * 1,23 = 3.382,50€
- c) Imagem e design – 1 consultor * 275€/dia * 5 dias * 2 Edições * 1,23 = 3.382,50€

3.2 Microvídeos para promoção internacional da Pedra Natural Portuguesa

- a) Produção audiovisual, edição, efeitos visuais, gráficos e sonoros (2 microvídeos) – 1 Serviço * 5.000€ * 1,23 = 6.150,00€

3.3 Portuguese Stone Virtual Showroom

- a) Conceção e desenvolvimento do Portuguese Stone Virtual Showroom e elaboração regulamento – 1 consultor especialista * 395€/dia * 10 dias * 1,23 = 4.858,50€
- b) Divulgação ao setor – 1 serviço * 2.500€ * 1,23 = 3.075,00€

Custo total da atividade: 40.282,50 €

As despesas apresentadas incluem IVA não recuperável à taxa legal aplicável.

Resultado(s) da Atividade

Resultado	Data de disponibilização	Quantificação
Revista Digital "Stone Treasures" – 2 Edições	2026-01-31	2
Microvídeos para promoção internacional da Pedra Natural Portuguesa	2026-05-31	2
Portuguese Stone Virtual Showroom	2025-01-31	1

Custos da atividade

Nº	Entidade	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Elegível
1	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Revista Digital "Stone Treasures": Elaboração de conteúdos (1 consultor especialista * 395€/dia * 20 dias * 2 Edições * 1,23)	2026	1	Campanhas de imagem e promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo despesas com o desenvolvimento criativo	19.434,00
2	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Revista Digital "Stone Treasures": Tradução de conteúdos (1 consultor * 275€/dia * 5 dias * 2 Edições * 1,23)	2026	1	Campanhas de imagem e promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo despesas com o desenvolvimento criativo	3.382,50
3	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Revista Digital "Stone Treasures": Imagem e design (1 consultor * 275€/dia * 5 dias * 2 Edições * 1,23)	2026	1	Campanhas de imagem e promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo despesas com o desenvolvimento criativo	3.382,50

Nº	Entidade	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Elegível
4	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Microvídeos para promoção internacional da Pedra Natural Portuguesa: Produção audiovisual, edição, efeitos visuais, gráficos e sonoros - 2 microvídeos (1 Serviço * 5.000€ * 1,23)	2026	5	Campanhas de imagem e promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo despesas com o desenvolvimento criativo	6.150,00
5	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Portuguese Stone Virtual Showroom: Conceção e desenvolvimento do Portuguese Stone Virtual Showroom e elaboração regulamento (1 consultor especialista * 395€/dia * 10 dias * 1,23)	2025	1	Campanhas de imagem e promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo despesas com o desenvolvimento criativo	4.858,50
6	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Portuguese Stone Virtual Showroom: Divulgação ao setor (1 serviço * 2.500€ * 1,23)	2025	1	Campanhas de imagem e promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo despesas com o desenvolvimento criativo	3.075,00

Deslocações

Nº	Entidade	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	Nº Pessoas	Custo
-	-	-	-	-	-	-	-	-

Detalhe da atividade

Caracterização da Atividade

Designação Atividade 4 – Capacitação Empresarial

Data de início 2024-09-01

Duração (meses) 22.97

Data de fim 2026-07-31

Descrição da Atividade

Esta atividade compreende a execução de duas subatividades distintas, ambas direcionadas para o mesmo objetivo: fortalecer e dinamizar o setor da Pedra Natural Portuguesa, preparando-o para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades da internacionalização.

O seu principal objetivo é contribuir para a partilha de conhecimento sobre os mercados-alvo do projeto, proporcionando ao setor informações relevantes e atualizadas sobre os mesmos e, simultaneamente, contribuir para a promoção de uma comunicação eficaz sobre práticas de sustentabilidade, capacitando as empresas de informações relevantes sobre como estas devem comunicar a forma como estão a trabalhar a “Sustentabilidade” nos seus negócios, com o intuito de aumentar a atratividade e a valorização da oferta nacional de produtos de pedra natural junto dos consumidores externos.

Este esforço conjunto visa não só alavancar a competitividade das empresas nacionais, como também reforçar a sua presença e influência nos mercados internacionais, contribuindo para o crescimento e o desenvolvimento sustentável do setor da Pedra Natural no contexto global.

O seu propósito centra-se no desenvolvimento de uma ferramenta digital e interativa de vigilância de mercados e no desenvolvimento de “Conteúdos GreenStone” que têm como objetivo capacitar as empresas nacionais para a adoção de estratégias de comunicação eficazes na divulgação das suas práticas de sustentabilidade aos mercados internacionais.

A atividade será executada sob supervisão e coordenação da equipa técnica da ANIET, de acordo com o previsto na sua metodologia de gestão e acompanhamento do projeto, de forma a garantir o alcance dos objetivos e resultados em tempo, qualidade e custo adequados.

4.1 Stone Market Research – Vigilância de Mercados (digital e interativa)

No panorama da internacionalização, a informação sobre os mercados desempenha um papel crucial na definição e implementação de estratégias eficazes. Como frequentemente se afirma, “informação é poder”. Neste sentido, a disponibilidade e a qualidade das informações sobre os mercados-alvo tornam-se elementos determinantes para o sucesso das empresas na expansão dos seus negócios.

A informação de mercado proporciona às empresas uma visão clara e abrangente das condições, tendências e oportunidades presentes nos mercados internacionais. Ela permite uma análise aprofundada dos concorrentes, das preferências dos consumidores, das tendências económicas e dos canais de distribuição, entre outros aspetos relevantes. Com base nesta compreensão detalhada, as empresas podem tomar decisões informadas e estratégicas em relação à sua entrada ou expansão nos mercados internacionais e, desta forma, diminuir o risco financeiro na abordagem aos mercados internacionais.

Assim, é possível obter uma maior clareza na definição dos objetivos e como estes poderão ser alcançados. A cultura de um mercado, os hábitos de consumo, a evolução da economia, as tendências do mercado, quantidades e montantes exportados e importados por tipo de Produto e país de origem, preferências de cada tipo de produto... são dados fundamentais para que o processo de internacionalização seja o mais assertivo possível. No entanto, para que tudo isto seja alcançável é fundamental que a informação seja trabalhada e direcionada para dar respostas ao setor da Pedra Natural, em específico, como tal deverá ser previamente realizado um trabalho de levantamento de dados e estatísticas sobre o setor da Pedra Natural nos mercados-alvo que se pretende atingir.

Reconhecesse a importância de fornecer às empresas portuguesas acesso a informações de mercado de alta qualidade e relevância. Investir na análise de dados e estatísticas atualizadas e precisas é fundamental para capacitar as empresas para a identificação de novas oportunidades de negócio, minimizar riscos e otimizar os seus esforços de internacionalização.

Pretende-se com a presente subatividade desenvolver uma ferramenta digital interativa, utilizando o Power BI, que disponibilize informações estatísticas relevantes e interativas sobre os mercados para as empresas do setor e, adicionalmente, fornecer às empresas informações complementares através da conceção de um dossier de mercado (ficheiro documental), para cada um dos mercados-alvo. O foco inicial será nos mercados da Arábia Saudita e dos EUA, visando fortalecer a capacidade competitiva das empresas nacionais nos mercados internacionais. Procura-se criar uma plataforma de vigilância de mercados em constante expansão, permitindo à associação a inclusão de novos mercados ao longo do tempo (indutora de sustentabilidade futura), ao mesmo tempo que possibilita a atualização contínua das informações presentes.

O principal objetivo desta subatividade será a caracterização das necessidades dos países de destino, definindo uma procura potencial. Esta caracterização, será vital para alinhar a estratégia de reposicionamento da Região e Produtos. Obviamente que está inerente uma aproximação aos mercados, mas sobretudo uma orientação estratégica de posicionamento mais ampla e mais eficiente. Só sabendo, como se distribui e o que se distribui nos diferentes mercados é que podemos estruturar a oferta das empresas portuguesas. Este trabalho de “matching” só é possível com informação rigorosa, detalha e atualizada que aqui se pretende recolher.

A ferramenta será estruturada como uma ferramenta simples que seja userfriendly e dinâmica, pois é crítico ajudar as empresas a aproveitarem os benefícios proporcionados pela evolução digital.

Esta ferramenta e os dossiês de mercado complementares serão amplamente divulgados pela ANIET, através das redes sociais (Facebook, LinkedIn e Instagram), newsletter da ANIET (emails), contactos telefónicos, website da Associação e através da comunicação social (por eventuais notícias/publicações que se possam vir a gerar fruto da assessoria de imprensa e outras publicações), a fim de estimular a sua adesão e interação por parte das empresas e de toda a fileira da Pedra Natural.

Será pública, de acesso livre, estando o seu acesso disponível a partir da página do projeto alojada no website da ANIET.

4.2 Conteúdos GreenStone: Comunicar a Sustentabilidade no Mercado Global

Num mundo onde a consciência ambiental e social se torna cada vez mais premente, a comunicação eficaz sobre práticas de sustentabilidade torna-se não só uma vantagem competitiva, mas uma necessidade imperativa para as empresas.

A capacidade de transmitir de forma clara, transparente e persuasiva as iniciativas e esforços em prol da sustentabilidade não só fortalece a imagem e reputação das empresas, como também influencia diretamente as decisões dos consumidores.

Neste contexto, a importância de capacitar as empresas com informações relevantes sobre como comunicar a sustentabilidade nos seus negócios com os mercados é crucial. Esta capacitação não só melhora a competência comunicativa das empresas, mas também as posiciona de forma estratégica no mercado global cada vez mais orientado por valores ambientais e éticos.

Neste sentido, propõe-se na presente subatividade o desenvolvimento de conteúdos “green” os chamados “Conteúdos GreenStone: Comunicar a Sustentabilidade no Mercado Global”. Trata-se de uma iniciativa de grande relevância e impacto para as empresas do setor, que cada vez mais são confrontadas lá fora com questões sobre determinadas certificações e requisitos ambientais. Desta forma, pretende-se dotar as empresas do setor de informações pertinentes e ferramentas eficazes para uma comunicação eficaz sobre as práticas sustentáveis nos seus negócios, no contexto dos mercados internacionais.

Através deste estudo, será possível capacitar as empresas com conhecimentos específicos sobre como comunicarem de forma clara, transparente e persuasiva os esforços que desenvolvem em prol da sustentabilidade, abordando também ferramentas ESG ao nível dos negócios. Este é um aspeto crucial, pois a crescente preocupação dos consumidores com questões ambientais torna a sustentabilidade um diferencial competitivo cada vez mais relevante no mercado global.

Desta forma, pretende-se contribuir para a promoção de uma comunicação eficaz sobre práticas de sustentabilidade e para a adoção de ferramentas ESG nos negócios, com o intuito de aumentar a atratividade e a valorização da oferta nacional de produtos de pedra natural junto dos consumidores externos e assim, promover uma imagem positiva de Portugal como país comprometido com a produção sustentável e responsável, conferindo-lhe uma vantagem competitiva nos mercados internacionais.

A importância deste trabalho reside na sua capacidade de impulsionar a economia nacional, promovendo o crescimento e a internacionalização das empresas do setor. Ao capacitar as empresas com conhecimento e ferramentas para uma comunicação eficaz dos esforços levado a efeito no âmbito da Sustentabilidade por parte das empresas nacionais, estamos a contribuir para fortalecer a competitividade do setor da Pedra Natural no mercado global, ao mesmo tempo que contribui para a promoção e construção de um futuro mais sustentável e responsável, incentivando por replicação a adoção de tais práticas por outros setores e países.

Serão abordados neste trabalho os seguintes principais tópicos:

- Enquadramento Conceptual
- Introdução à Comunicação de Sustentabilidade
- Análise das Práticas de Sustentabilidade existentes
- Estratégias de Comunicação Sustentável
- Capacitação para Comunicação aos Mercados Externos
- Impacto das Práticas de Sustentabilidade nos Mercados Globais
- Abordagens a Ferramentas ESG disponíveis (tais como, por exemplo: Ferramentas de autodiagnósticos ESG; Dashboards - Indicadores SFDR; ODS GRI; Taxonomia Ambiental e Social, etc.
- Perspetivas Futuras e Implicações

Este trabalho será amplamente divulgado pela ANIET, através das redes sociais (Facebook, LinkedIn e Instagram), newsletter da ANIET (emails), contactos telefónicos, website da Associação e através da comunicação social (por eventuais notícias/publicações que se possam vir a gerar fruto da assessoria de imprensa e outras publicações), a fim de estimular a sua adesão, interação e leitura por parte das empresas de toda a fileira da Pedra Natural.

Será pública, de acesso livre, estando o seu acesso disponível a partir da página do projeto alojada no website da ANIET.

Para a realização desta atividade estão previstas as seguintes despesas:

4.1 Stone Market Research – Vigilância de Mercados (digital e interativa)

- a) Arábia Saudita – Recolha, tratamento e elaboração de conteúdos – 2 consultores especialistas * 395€/dia * 10 dias * 1,23 = 9.717,00€
- b) Arábia Saudita – Conceção e desenvolvimento da base de dados – 1 consultor especialista * 395€/dia * 8 dias * 1,23 = 3.886,80€
- c) Arábia Saudita – Conceção criativa e maquetização para suporte digital – 1 consultor * 275€/dia * 5 dias * 1,23 = 1.691,25 €
- d) EUA – Recolha, tratamento e elaboração de conteúdos – 2 consultores especialistas * 395€/dia * 10 dias * 1,23 = 9.717,00€
- e) EUA – Conceção e desenvolvimento da Base de Dados – 1 consultor especialista * 395€/dia * 8 dias * 1,23 = 3.886,80€
- f) EUA – Conceção criativa e maquetização para suporte digital – 1 consultor * 275€/dia * 5 dias * 1,23 = 1.691,25€

4.2 Conteúdos GreenStone: Comunicar a Sustentabilidade no Mercado Global

- a) Recolha, tratamento e elaboração de conteúdos – 2 consultores especialistas * 395€/dia * 33 dias * 1,23 = 32.066,10 €
- b) Conceção criativa e maquetização para suporte digital – 1 consultor * 275€/dia * 12 dias * 1,23 = 4.059,00 €

Custo total da atividade: 66.715,20 €

As despesas apresentadas incluem IVA não recuperável à taxa legal aplicável.

Resultado(s) da Atividade

Resultado	Data de disponibilização	Quantificação
Ferramenta de Vigilância de Mercados (digital e interativa) – Arábia Saudita	2025-10-31	1
Ferramenta de Vigilância de Mercados (digital e interativa) – EUA	2025-01-31	1
Dossier de mercado (digital) – Arábia Saudita	2025-10-31	1
Dossier de mercado (digital) – EUA	2025-01-31	1
Conteúdos GreenStone: Comunicar a Sustentabilidade no Mercado Global	2026-07-31	1

Custos da atividade

Nº	Entidade	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Elegível
1	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Stone Market Research - Vigilância de Mercados (digital e interativa): Arábia Saudita - Recolha, tratamento e elaboração de conteúdos (2 consultores especialistas * 395€/dia * 10 dias * 1,23)	2025	10	Estudos, pesquisas e diagnósticos	9.717,00

Nº	Entidade	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Elegível
2	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Stone Market Research - Vigilância de Mercados (digital e interativa): Arábia Saudita - Conceção e desenvolvimento da base de dados (1 consultor especialista * 395€/dia * 8 dias * 1,23)	2025	10	Estudos, pesquisas e diagnósticos	3.886,80
3	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Stone Market Research - Vigilância de Mercados (digital e interativa): Arábia Saudita - Conceção criativa e maquetização para suporte digital (1 consultor * 275€/dia * 5 dias * 1,23)	2025	10	Estudos, pesquisas e diagnósticos	1.691,25
4	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Stone Market Research - Vigilância de Mercados (digital e interativa): EUA - Recolha, tratamento e elaboração de conteúdos (2 consultores especialistas * 395€/dia * 10 dias * 1,23)	2025	1	Estudos, pesquisas e diagnósticos	9.717,00
5	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Stone Market Research - Vigilância de Mercados (digital e interativa): EUA - Conceção e desenvolvimento da Base de Dados (1 consultor especialista * 395€/dia * 8 dias * 1,23)	2025	1	Estudos, pesquisas e diagnósticos	3.886,80
6	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Stone Market Research - Vigilância de Mercados (digital e interativa): EUA - Conceção criativa e maquetização para suporte digital (1 consultor * 275€/dia * 5 dias * 1,23)	2025	1	Estudos, pesquisas e diagnósticos	1.691,25
7	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Conteúdos GreenStone: Comunicar a Sustentabilidade no Mercado Global: Recolha, tratamento e elaboração de conteúdos (2 consultores especialistas * 395€/dia * 33 dias * 1,23)	2026	7	Estudos, pesquisas e diagnósticos	32.066,10
8	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Conteúdos GreenStone: Comunicar a Sustentabilidade no Mercado Global: Conceção criativa e maquetização para suporte digital (1 consultor * 275€/dia* 12 dias * 1,23)	2025	7	Estudos, pesquisas e diagnósticos	4.059,00

Detalhe da atividade

Deslocações

Nº	Entidade	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	Nº Pessoas	Custo
-	-	-	-	-	-	-	-	-

Detalhe da atividade

Caracterização da Atividade

Designação Atividade 5 – Comunicação e Imagem do Projeto

Data de início 2024-09-01

Duração (meses) 23.97

Data de fim 2026-08-31

Descrição da Atividade

Esta atividade envolve a execução de um conjunto de ações transversais ao projeto, essenciais para promover o conhecimento e a disseminação pública dos seus resultados, tanto a nível internacional como, também, e de forma, mais ou menos direta, a nível nacional.

A pertinência do projeto está intrinsecamente associada à sua capacidade de alcançar uma vasta audiência e de envolver os seus destinatários finais, que de certa forma são todos os stakeholders do setor da Pedra Natural, quer sejam eles, empresas, prescritores, importadores, opinion-makers, centros tecnológicos, entre outras partes interessadas da fileira da Pedra Natural.

O propósito desta atividade centra-se no desenvolvimento de ferramentas de comunicação e conceção da imagem do projeto, por forma a assegurar a visibilidade do financiamento, a promoção do projeto, das suas atividades e os seus resultados e maximizar o seu impacto global junto de todos os seus stakeholders.

Assim, para assegurar que o projeto atinge eficazmente o seu público-alvo, é imperativo desenvolver um plano de comunicação e imagem devidamente estruturado. Este plano será fundamental para garantir uma comunicação clara, coerente e impactante, de forma a promover uma maior visibilidade e reconhecimento do projeto a nível internacional.

Estes trabalhos serão subcontratados, recorrendo-se a entidades especializadas uma vez que são áreas que ultrapassam a expertise da equipa interna, embora em todo e qualquer momento, terão a sua supervisão, de modo a garantir a adequação plena ao elevado impacto que se pretende de alavancar resultados e efeitos de ação sobre os fatores críticos identificados

Neste sentido, serão desenvolvidas nesta ação as seguintes subactividades:

5.1 Conceção da imagem do Projeto

Esta componente passa pelo desenvolvimento de uma identidade visual coesa e distintiva para o projeto, incluindo a conceção de templates de comunicação destinados a diversas finalidades, tais como, por exemplo, apresentações, modelos de relatórios, banners para plataformas nas redes sociais, etc.

Estes elementos visuais serão elaborados de modo a refletir os valores e objetivos do projeto de forma atrativa e profissional, contribuindo para uma comunicação eficaz e impactante com os diferentes públicos-alvo, tendo como objetivo a criação de uma uniformização e padronização dos suportes comunicacionais do projeto. Este esforço visa criar um reconhecimento consistente e duradouro da identidade visual do projeto, fortalecendo assim a sua imagem e presença no seu público-alvo.

Adicionalmente, procurar-se-á transmitir e reforçar os valores associados à marca/imagem, consolidando uma presença positiva e distintiva junto dos stakeholders e parceiros envolvidos.

Entende-se que o desenvolvimento de uma identidade visual para este projeto assume particular importância até porque se irão construir outputs designadamente, a Revista digital “Stone Treasures”, a “Vigilância de Mercados (ferramenta digital e interativa)” e o “Portuguese Stone Virtual Showroom”, que perdurarão no tempo bem para além da vida do projeto (sustentabilidade futura) e que convém preservar.

5.2 Materiais de comunicação

Nesta subatividade foi incluída a conceção criativa, maquetização e impressão de material promocional (cerca de 200 brochuras) dedicado ao projeto e aos objetivos, resultados e atividades que lhe estão associados e que serão disseminados ao longo do projeto.

O propósito principal desta subatividade visa garantir uma apresentação visual física consistente e cativante do projeto de forma profissional e persuasiva, proporcionando uma compreensão clara e atrativa dos seus elementos essenciais aos stakeholders e ao público-alvo.

5.3 Assessoria de imprensa

No projeto pretende-se efeitos abrangentes e disseminadores de todas as atividades que se irá desenvolver, entre as quais, a Conferência Internacional, a Missão Inversa Institucional, as Ações de Promoção junto dos Mercados Externos, Eventos de Promoção e Disseminação do Projeto, ... assim como toda a informação produzida ao longo da sua vida útil, a “Stone Treasures”, os “Microvídeos para promoção da Pedra Natural Portuguesa”, o “Portuguese Stone Virtual Showroom”, a “Vigilância de Mercados”, o “GreenStone”, ...

Neste sentido, em virtude da dimensão do projeto, da quantidade de ações e eventos que o mesmo contemplará, de todo o material de promoção da fileira e de capacitação empresarial para a internacionalização produzido ao longo da sua vida útil, justifica-se a contratação de serviços especializados, com contactos e experiência na promoção de diversas ações de publicidade em meios especializados ligados ao setor, com presença consolidada nos mercados-alvo do projeto, para apoio na conceção do plano de ação para a imprensa, bases de dados de imprensa, seleção dos meios de comunicação social/jornalistas com maior interesse para a iniciativa, contactos com jornalistas, edição de press releases, dossiers de imprensa, mas também acompanhamento e recolha de informação emitida pelos media, que a associação não conseguiria recolher de per si.

Desta forma, considera-se ser relevante para o projeto em causa, a conceção de um plano para imprensa, com intervenção de meios especializados com competências privilegiadas para as relações com a comunicação social, para selecionar os meios com maior interesse para as iniciativas do projeto, ter contactos com jornalistas, imprensa, bem como acompanhar e recolher informação dos media. A concentração das atividades de divulgação aos media nesta modalidade também contribui para a otimização dos recursos alocados e potencia a melhoria da disseminação do projeto pelo funcionamento de comunicação em rede proporcionando a publicação de notícias em cadeia sem agravamento de custos.

A assessoria de imprensa aqui contemplada englobará toda a assessoria de imprensa necessária às atividades do projeto que, em virtude da sua importância estratégica e da sua dimensão, venham a requerer uma abordagem específica de forma a assegurar a sua disseminação eficaz junto dos mercados e públicos-alvo relevantes, e por esse motivo se entenda a pertinência deste trabalho de assessoria de imprensa.

Assim, prevê-se recorrer à subcontratação de serviços especializados de assessoria de imprensa para promover o projeto durante os 24 meses de execução, que assegurará a divulgação e disseminação do projeto e das suas atividades, contribuindo, adicionalmente, e de forma mais ou menos direta, para a promoção do setor e reforço da sua visibilidade e notoriedade.

5.4 Publicações internacionais

Esta subatividade foi concebida na mesma linha de pensamento do enquadramento atribuído à rubrica de assessoria de Imprensa.

Sempre que pela realização das atividades ou a produção de novos resultados, seja necessário dar maior visibilidade ao projeto, serão utilizados instrumentos de publicidade (criação e publicação de notícias na comunicação social internacional), que permitirão dar maior amplitude às mensagens chave que se pretende transmitir aos mercados-alvo do projeto.

No âmbito da presente subatividade, prevê-se a inserção de 1 publicação específica para e em cada mercado-alvo identificado, totalizando assim 8 publicações internacionais previstas durante a vida útil do projeto.

5.5 Campanha de marketing digital

As campanhas de marketing digital representam, cada vez mais, uma estratégia essencial para promover e comunicar os produtos e a marca de uma empresa/organização/setor. A sua utilização tornou-se indispensável para impulsionar vendas, melhorar a presença e imagem nos mercados e, consequentemente alavancar resultados, fruto de uma interação mais eficaz com o público-alvo.

Assim, prevê-se nesta subatividade recorrer-se à subcontratação de uma entidade especializada, dada a especificidade técnica dos trabalhos a desenvolver nesta ação, de forma a potenciar a presença da fileira da Pedra Natural Portuguesa nos mercados-alvo, as ações de promoção internacional serão alvo de uma inédita e inovadora campanha de marketing digital internacional, recorrendo-se a ferramentas e técnicas de Inbound Marketing, em conjunto com as técnicas de SEO, ações de e-mail marketing, gestão das redes sociais e técnicas de automação de marketing.

Adicionalmente, prevê-se ainda a aquisição de uma base de dados internacional, que se entende, assumir um carácter fundamental para complementar a implementação das campanhas de marketing digital. Com a crescente competição nos mercados internacionais importa obter informações precisas e atualizadas sobre os principais importadores/prescritores/opinion-makers/... do setor nas diferentes regiões do globo. A aquisição de uma base de dados internacional permitirá uma segmentação mais precisa do público-alvo, ampliar o alcance das campanhas, permitindo atingir mais segmentos específicos em diferentes mercados-alvo, expandindo a presença global do setor nacional. Desta forma, será possível obter insights valiosos de modo a otimizar as estratégias de marketing e maximizar o retorno sobre o investimento realizado.

As campanhas de marketing digital serão transversais ao projeto, visando potenciar todos os resultados produzidos e multiplicar efeitos pelo seu impacto disseminador. As campanhas de marketing digital terão como objetivo promover e disseminar todas as atividades e resultados desenvolvidos ao longo do projeto.

Serão direcionadas aos stakeholders do setor da Pedra Natural com foco principal nos mercados-alvo do projeto, decorrendo ao longo da sua vida útil. Assumem-se como uma estratégia complementar às ações de presença física desenvolvidas ao longo do projeto.

Estas campanhas serão ativadas à medida que o projeto produz resultados e terão um papel fundamental na sua disseminação, principalmente nos instrumentos de maior relevância imaterial, tais como a Revista “Stone Treasures”, o “Portuguese Stone Virtual Showroom”, etc. Estes recursos representam importantes instrumentos digitais para a promoção internacional do setor, garantindo a sua relevância contínua no futuro (sustentabilidade futura), pois serão instrumentos que a ANIET dará continuidade ao longo dos anos. Contudo, as campanhas de marketing digital serão transversais ao projeto e incidiram sobre todas as suas atividades e seus resultados, existindo uma maior incidência naqueles em que se entenda serem de maior interesse, assumindo aqui a ANIET um o papel preponderante na monitorização, acompanhamento e níveis/instrumentos de incidência das campanhas geradas.

As campanhas de marketing digital serão direcionadas para os diversos públicos-alvo de cada mercado, iniciando cerca de 1 mês antes de cada ação e decorrendo até ao seu final, esperando-se os seguintes benefícios:

- Alavancar a presença web do setor;
- Fomentar o envolvimento das “buyer personas”;
- Fidelizar clientes internacionais e stakeholders;
- Potenciar a autoridade de marca e setor a nível internacional, através da presença no digital, com gestão integrada de conteúdos nos vários canais (Stone Treasures, Portuguese Stone Virtual Showroom, Microvídeos, Conferência Internacional, redes sociais e restantes ações/resultados) nos mercados-alvo;
- Segmentação do público-alvo e melhor direcionamento, adaptando a oferta aos públicos identificados;
- Alcançar resultados duradouros através de estratégias orgânicas, como SEO e Marketing de Conteúdo;
- Medir resultados através de métricas das redes sociais, plataformas de anúncios (como o Facebook Ads e o Google Adwords) e softwares de análise de dados (como o Google Analytics);
- Etc.

A nível estrutural, as campanhas de marketing digital deverão seguir os seguintes passos em termos de definição e implementação:

- Missão e valores
- Análise SWOT para a internet
- Público-alvo (Personas)
- Seleção de canais (Critérios de seleção; Pontuação dos canais; Avaliação da pontuação; Frequência e tipologia de publicações)
- Diagrama de soluções digitais
- Métricas e metas
- Reestruturação de página do projeto e promotor (objetivos e análise SEO)
- Estratégia de Inbound Marketing (E-mails de nutrição e automação de marketing; Newsletters; Estratégia para as redes sociais).

Para a realização desta atividade estão previstas as seguintes despesas:

5.1 Conceção da imagem do projeto

- a) Desenvolvimento da identidade visual do projeto – imagem e layout de divulgação – 1 Serviço * 1.500€ * 1,23 = 1.845,00 €

5.2 Materiais de comunicação

- a) Conceção criativa, maquetização e impressão de materiais de comunicação do projeto – brochura – 200 exemplares – 1 Serviço * 1.500€ * 1,23 = 1.845,00 €

5.3 Assessoria de imprensa

- a) Assessoria de imprensa nacional e internacional – 24 meses * 650€/mês * 1,23 = 19.188,00 €

5.4 Publicações internacionais

- a) Publicações internacionais – 1 pub/mercado-alvo * 8 mercados-alvo * 1.400€ * 1,23 = 13.776,00 €

5.5 Campanha de marketing digital

- a) Campanhas de marketing digital ao longo do projeto – 24 meses * 650€ * 1,23 = 19.188,00 €

- b) Aquisição de bases de dados de contactos internacionais – 1 Serviço * 2.500€ * 1,23 = 3.075,00 €

Custo total da atividade: 58.917,00 €

As despesas apresentadas incluem IVA não recuperável à taxa legal aplicável.

Resultado(s) da Atividade

Resultado	Data de disponibilização	Quantificação
Imagem e layout do projeto	2024-11-30	1
Materiais de comunicação – Brochura	2024-12-31	200
Publicações internacionais	2026-08-31	8
Campanha de marketing digital	2026-08-31	1
Base de dados de contactos internacionais	2025-03-31	1

Custos da atividade

Nº	Entidade	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Elegível
1	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Conceção da imagem do projeto: Desenvolvimento da identidade visual do projeto - imagem e layout de divulgação (1 Serviço * 1.500€ * 1,23)	2024	11	Promoção e divulgação das atividades e resultados da operação	1.845,00
2	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Materiais de comunicação: Conceção criativa, maquetização e impressão de materiais de comunicação do projeto - brochura - 200 exemplares (1 Serviço * 1.500€ * 1,23)	2024	12	Promoção e divulgação das atividades e resultados da operação	1.845,00
3	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Assessoria de imprensa: Assessoria de imprensa nacional e internacional 2024 (4 meses * 650€/mês * 1,23)	2024	12	Campanhas de imagem e promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo despesas com o desenvolvimento criativo	3.198,00
4	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Assessoria de imprensa: Assessoria de imprensa nacional e internacional 2025 (12 meses * 650€/mês * 1,23)	2025	12	Campanhas de imagem e promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo despesas com o desenvolvimento criativo	9.594,00
5	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Assessoria de imprensa: Assessoria de imprensa nacional e internacional 2026 (8 meses * 650€/mês * 1,23)	2026	8	Campanhas de imagem e promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo despesas com o desenvolvimento criativo	6.396,00
6	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Publicações: Publicações internacionais (1 pub/mercado-alvo * 8 mercados-alvo * 1.400€ * 1,23)	2025	4	Campanhas de imagem e promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo despesas com o desenvolvimento criativo	13.776,00

Nº	Entidade	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Elegível
7	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Campanha de marketing digital: Campanhas de marketing digital ao longo do projeto 2024 (4 meses * 650 € * 1,23)	2024	12	Campanhas de imagem e promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo despesas com o desenvolvimento criativo	3.198,00
8	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Campanha de marketing digital: Campanhas de marketing digital ao longo do projeto 2025 (12 meses * 650 € * 1,23)	2025	12	Campanhas de imagem e promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo despesas com o desenvolvimento criativo	9.594,00
9	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Campanha de marketing digital: Campanhas de marketing digital ao longo do projeto 2026 (8 meses * 650 € * 1,23)	2026	8	Campanhas de imagem e promoção internacional da oferta portuguesa, incluindo despesas com o desenvolvimento criativo	6.396,00
10	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Campanha de marketing digital: Aquisição de base de dados de contactos internacionais (1 Serviço * 2.500€ * 1,23)	2025	3	Aquisição de conteúdos e informação especializada	3.075,00

Deslocações

Nº	Entidade	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	Nº Pessoas	Custo
-	-	-	-	-	-	-	-	-

Detalhe da atividade

Caracterização da Atividade

Designação	Atividade 6 – Eventos de Promoção e Disseminação do Projeto		
Data de início	2024-09-01	Duração (meses)	23.97
		Data de fim	2026-08-31

Descrição da Atividade

Tal como já referido anteriormente o projeto só fará sentido se conseguir alcançar uma ampla audiência e conseguir envolver toda a cadeia de valor da Pedra Natural, tanto a nível nacional, como a nível internacional. Neste sentido é essencial que as empresas nacionais do setor se envolvam nas atividades que serão desenvolvidas no decorrer da operação e que o projeto consiga de certa forma conquistá-las para alavancar, impulsionando os seus destinatários finais para a utilização dos diversos outputs que serão resultados do projeto.

Contudo, estes não se irão envolver se não perceberem os objetivos e em que medida as atividades a desenvolver poderão constituir uma mais-valia para as suas organizações.

Assim, serão desenvolvidas um conjunto de eventos (presenciais e “à distância” – online) que têm como objetivo contribuir para a promoção e divulgação do projeto, procurando alcançar um maior comprometimento da fileira da Pedra Natural com o plano de ação a levar a efeito, contribuir para a promoção e utilização dos outputs que resultarão do plano de ações desenvolvidas e, ainda, contribuir para impulsionar a capacitação empresarial das empresas da fileira para a internacionalização.

A presente atividade vem complementar as ações previstas na atividade anterior, conferindo-lhe um valor adicional e fundamental através da realização de eventos de promoção e disseminação que marcam momentos críticos do projeto. Enquanto a atividade anterior se concentra na consolidação da imagem do projeto, na disseminação estratégica do projeto através de material de comunicação, assessoria de imprensa e campanhas de marketing digital, esta ação transcende para uma esfera mais dinâmica e interativa. Os eventos propostos funcionam como catalisadores para alavancar o envolvimento direto do setor da Pedra Natural, oferecendo oportunidades de interação e aprendizagem em tempo real entre os diversos stakeholders do setor.

Estes eventos não só refletirão a maturidade e o alcance do projeto, mas também proporcionarão um espaço de diálogo e colaboração essencial a todo o setor da Pedra Natural e restantes partes interessadas.

Desta forma, será possível impulsionar o alcance do projeto, adicionando-lhe uma dimensão humana e relacional, para assim consolidar a sua relevância e impacto no setor.

Em suma, pretende-se criar um ambiente favorável ao desenvolvimento e aplicação dos outputs do projeto, contribuindo assim para o fortalecimento e expansão da fileira da Pedra Natural a nível nacional e internacional.

Prevê-se a subcontratação de entidades especializadas para alguns trabalhos, nomeadamente, em áreas que ultrapassam a expertise da equipa interna da ANIET, contudo em todo e qualquer momento terão a sua supervisão, de modo a garantir a adequação plena ao elevado impacto que se pretende de alavancar resultados e efeitos de ação sobre os fatores críticos identificados.

Neste sentido, serão desenvolvidas nesta ação as seguintes subactividades:

6.1 Evento de lançamento do Projeto

Prevê-se nesta subatividade a realização de um evento de lançamento do projeto, a ser desenvolvido na sua fase de arranque, em momento próprio para, simultaneamente, apresentar o projeto, dar a conhecer o seu plano de ação, informar e sensibilizar para as falhas que condicionam a evolução do paradigma de negócios e a importância das ações a desenvolver no âmbito da estratégia de internacionalização da fileira da Pedra Natural, apelando à maximização da mobilização do tecido empresarial, a fim de promover o seu envolvimento nas dinâmicas coletivas a concretizar. Desta forma, pretende-se criar uma sessão de grande impacto junto de agentes económicos, num local de prestígio, cómodo, de fácil acesso, apelativo à participação e que reúna condições adequadas à comunicação.

Na sessão será abordada:

1. As atividades a desenvolver e sua calendarização, com especial enfoque para os resultados mais visuais (porque são mais impactantes e consequentemente com maior adesão), como a Revista digital “Stone Treasures”, os Microvídeos de promoção internacional da Pedra Natural Portuguesa, o Portuguese Stone Virtual Showroom, a Ferramenta interativa e digital de Vigilância de Mercados, os Conteúdos GreenStone, ...

2. Os objetivos e resultados que se pretende alcançar, que visam contribuir para melhorar o que é crítico na fileira:

- Aposta contínua na promoção como dinamizador essencial para alavancar a notoriedade e visibilidade da oferta de valor;
- Profissionalizar as equipas para a importância da adequada comunicação aos mercados na eficácia da ação comercial;
- Reforçar processos de comunicação com os mercados através do marketing internacional;

- Melhorar práticas de cooperação com outras empresas e entidades para criação de sinergias e alavancar vantagens competitivas;
- Disponibilizar informação sobre os mercados que coloquem as empresas nacionais num patamar de informação ao nível das suas concorrentes internacionais;

3. Apresentação formal da Revista digital “Stone Treasures”, do Portuguese Stone Virtual Showroom, ações, calendarização e metodologias a adotar para o seu desenvolvimento, apelando à participação de todos com importantes contributos para a maximização do alcance/impacto destas iniciativas.

Sendo que o projeto contará com uma página oficial própria e pública será possível assistir de forma permanente e em qualquer lugar ao seu desenvolvimento, conhecer as ações a empreender e os resultados alcançados.

A sessão terá ampla divulgação por parte do promotor (página pública do projeto, redes sociais da ANIET (Facebook, LinkedIn e Instagram), newsletter da ANIET (emails), contactos telefónicos, website da Associação) e eventualmente através da comunicação social (por eventuais notícias/publicações que se possam vir a gerar fruto da assessoria de imprensa e outras publicações), a fim de estimular a participação e assegurar a presença significativa de empresas da fileira e de entidades que com ela se relacionam.

A sessão de lançamento do projeto realizar-se-á no Porto (Região Norte do país), será pública, de livre participação e irá dirigir-se a um leque alargado de entidades, como empresários do setor, outras instituições a ele ligados e eventuais prescritores de elevado prestígio e experiência. Serão ainda convidadas entidades públicas (AICEP, COMPETE, ...). Estima-se a presença de cerca de 30 participantes.

A ANIET será responsável pela preparação de toda a sessão, pelo que para a realização da presente subatividade apenas se prevê a subcontratação de serviços de aluguer de espaço e equipamentos audiovisuais e serviços de coffee-break.

6.2 Webinares temáticos - ESG, Sustentabilidade, Mercados, ...

A presente subatividade visa promover a capacitação empresarial para a internacionalização através da sensibilização para temas relevantes na atualidade, que estão a afetar diretamente os processos de internacionalização das empresas, nomeadamente temas como o ESG (Environmental, Social, and Governance), a Sustentabilidade e a Análise de Mercados, no contexto da fileira da Pedra Natural.

Prevê-se a realização de um ciclo de webinars temáticos (3), cada um abordando um dos tópicos mencionados, com o objetivo de proporcionar conhecimento, promover a partilha de boas práticas e discussão sobre desafios e oportunidades enfrentados pelas empresas da fileira da Pedra Natural, de forma a fomentar a capacitação das empresas para a internacionalização, a partilha de experiências, networking, ...

O principal objetivo da presente subatividade centra-se, assim, na capacitação das empresas da fileira da Pedra Natural para uma atuação mais sustentável e competitiva nos mercados internacionais, através da compreensão e aplicação de princípios ESG, da implementação de práticas de sustentabilidade e da análise dos mercados globais.

Serão abordados nos webinars os principais tópicos:

1. ESG (Environmental, Social, and Governance)

- Introdução aos princípios ESG e a sua importância nos processos de internacionalização;
- Abordagem ambiental: políticas de proteção ambiental, gestão de resíduos e eficiência energética;
- Dimensão social: práticas de responsabilidade social corporativa, gestão de recursos humanos e diversidade social;
- Governance: boas práticas de corporate governance, transparência e ética nos negócios;
- Casos de sucesso e exemplos da implementação de políticas ESG eficazes a nível global.

2. Sustentabilidade

- Conceito de Sustentabilidade e o seu impacto nas empresas;
- Estratégias de sustentabilidade para a fileira da Pedra Natural: ecoeficiência, eco-design, certificações ambientais, ...;
- Economia circular e gestão sustentável dos recursos naturais;
- A importância da correta comunicação dos processos de sustentabilidade aos mercados;
- Casos práticos de implementação e da comunicação de práticas sustentáveis a nível global;
- Ferramentas e recursos para comunicação do “nível de posicionamento da sustentabilidade” das empresas aos mercados.

3. Mercados

- Importância da análise de mercados para a internacionalização;
- Identificação e avaliação de oportunidade de negócio em mercados internacionais;
- Tendências e desafios nos principais mercados para a Pedra Natural;
- A importância do Passaporte Digital de Produtos nos mercados globais;
- Estratégias de penetração e expansão nos mercados internacionais.

A divulgação da sessão será realizada de forma ampla, a toda a fileira da Pedra Natural, com o objetivo de estimular a participação alargada de empresários e novamente consciencializar o tecido empresarial para a importância destas temáticas, de forma a capacitá-los para os crescentes desafios e mais recentes tendências que estão a condicionar e afetar os processos de internacionalização.

A divulgação da sessão será realizada pelo ANIET, através da página pública do projeto, redes sociais da (Facebook, LinkedIn e Instagram), newsletter (emails), contactos telefónicos, website da Associação e, também, eventualmente através da comunicação social, por eventuais notícias/publicações que se possam vir a gerar fruto da assessoria de imprensa.

Pretende-se que a atividade contribua para a concretização do objetivo de sensibilizar as empresas para a criação de estratégias de comunicação aos mercados e a importância de acompanhar as dinâmicas de evolução dos mercados.

Dado que são eventos remotos, antecipa-se uma maior adesão por parte do público (cerca de 45 participantes em cada um dos webinars), funcionando como espaços virtuais de estímulo à participação das empresas nas ações coletivas como forma de dinamizar o envolvimento do tecido empresarial, no sentido de despertar para os novos padrões de competitividade mundiais.

Prevê-se para a realização do ciclo de webinars a contratação de serviços especializados para a preparação e organização dos webinars, assim como suporte técnico para auxiliar o promotor na execução desta subatividade, garantindo assim a preparação e organização adequada que eventos desta natureza exigem.

6.3 Evento de encerramento do Projeto

Propõe-se nesta subatividade a realização de um evento de encerramento do projeto “Portuguese Stone The Natural Path 24/26”, que terá como objetivo:

- Apresentar uma retrospectiva do decurso do projeto;
- Realizar um balanço final sobre a sua execução;
- Apresentar os resultados alcançados.

Esta sessão realizar-se-á em Aveiro (Região Centro do país), será pública e terá livre participação. Será, igualmente, dirigida a um leque alargado de entidades, como empresários do setor, outras instituições e ele ligados e eventuais prescritores de elevado prestígio e experiência. Prevê-se a presença de cerca de 30 participantes. Deseja-se criar uma sessão de encerramento do projeto de enorme impacto junto de agentes económicos, num espaço de prestígio, cómodo, acessível, apelativo à participação e que reúna condições adequadas à comunicação.

A divulgação da sessão será realizada de forma ampla, a toda a fileira da Pedra Natural, com o objetivo de estimular a participação alargada de empresários e novamente consciencializar o tecido empresarial para a importância da utilização dos outputs desenvolvidos no projeto, inclusive e como é lógico, nos seus próprios processos de internacionalização.

A divulgação da sessão será realizada pelo ANIET, através da página pública do projeto, redes sociais da (Facebook, LinkedIn e Instagram), newsletter (emails), contactos telefónicos, website da Associação e, também, eventualmente através da comunicação social, por eventuais notícias/publicações que se possam vir a gerar fruto da assessoria de imprensa.

Pretende-se ampla disseminação dos resultados no tecido empresarial, não só no setor da Pedra Natural, mas à fileira como um todo, envolvendo toda a cadeia de valor de forma a potenciar a utilização dos resultados, assegurar os seus efeitos no futuro e incentivar ao desenvolvimento de projetos de natureza semelhante (efeito multiplicador e de arrastamento).

A disponibilização de toda a informação produzida ao longo do projeto, designadamente na página do projeto, permitirá o acesso aberto (público) ao conhecimento produzido.

Também nesta subatividade a ANIET será responsável pela preparação de toda a sessão, pelo que para a sua realização apenas se prevê a subcontratação de serviços de aluguer de espaço e equipamentos audiovisuais e serviços de coffee-break.

Para a realização desta atividade estão previstas as seguintes despesas:

6.1 Evento de lançamento do projeto

- a) Aluguer de espaço e de equipamentos audiovisuais – 1 Serviço * 450€ * 1,23 = 553,50 €
- b) Coffee-break – 30 participantes * 8€/pessoa = 240,00 €

6.2 Webinars temáticos – ESG, Sustentabilidade, Mercados, ...

- a) 1.º Webinar – Preparação e organização da sessão – apoio técnico – 1 Serviço * 350€ * 1,23 = 430,50€
- b) 2.º Webinar – Preparação e organização da sessão – apoio técnico – 1 Serviço * 350€ * 1,23 = 430,50€
- c) 3.º Webinar – Preparação e organização da sessão – apoio técnico – 1 Serviço * 350€ * 1,23 = 430,50€

6.3 Evento de encerramento do projeto

a) Aluguer de espaço e de equipamentos audiovisuais – 1 Serviço * 450€ * 1,23 = 553,50 €

b) Coffee-break – 30 participantes * 8€/pessoa = 240,00 €

Custo total da atividade: 2.878,50 €

As despesas apresentadas incluem IVA não recuperável à taxa legal aplicável.

Resultado(s) da Atividade

Resultado	Data de disponibilização	Quantificação
Evento de lançamento do Projeto	2024-11-30	1
Webinars temáticos – ESG, Sustentabilidade, Mercados, ...	2026-05-31	3
Evento de encerramento do Projeto	2026-08-31	1

Custos da atividade

Nº	Entidade	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Elegível
1	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Evento de lançamento do projeto - Porto, Região Norte: Aluguer de espaço e de equipamentos audiovisuais (1 Serviço * 450€ * 1,23)	2024	10	Aluguer de espaços e equipamentos para ações de promoção e divulgação das atividades e resultados da operação	553,50
2	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Evento de lançamento do projeto - Porto, Região Norte: Coffee-break (30 participantes * 8€/pessoa)	2025	11	Aquisição de serviços a terceiros - Assistência Técnica, Científica e Consultoria	240,00
3	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Webinars temáticos: 1.º Webinar - Preparação e organização da sessão - apoio técnico (1 Serviço * 350€ * 1,23)	2025	5	Aquisição de serviços a terceiros - Assistência Técnica, Científica e Consultoria	430,50
4	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Webinars temáticos: 2.º Webinar - Preparação e organização da sessão - apoio técnico (1 Serviço * 350€ * 1,23)	2025	11	Aquisição de serviços a terceiros - Assistência Técnica, Científica e Consultoria	430,50
5	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Webinars temáticos: 3.º Webinar - Preparação e organização da sessão - apoio técnico (1 Serviço * 350€ * 1,23)	2026	5	Aquisição de serviços a terceiros - Assistência Técnica, Científica e Consultoria	430,50
6	ANIET :: ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Evento de encerramento do projeto - Aveiro, Região Centro: Aluguer de espaço e de equipamentos audiovisuais (1 Serviço * 450€ * 1,23)	2026	7	Aluguer de espaços e equipamentos para ações de promoção e divulgação das atividades e resultados da operação	553,50

Nº	Entidade	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Elegível
7	ANIEL :: ANIEL - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Evento de encerramento do projeto - Aveiro, Região Centro: Coffee-break (30 participantes * 8€/pessoa)	2026	8	Aquisição de serviços a terceiros - Assistência Técnica, Científica e Consultoria	240,00

Deslocações

Nº	Entidade	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	Nº Pessoas	Custo
-	-	-	-	-	-	-	-	-

Detalhe da atividade

Caracterização da Atividade

Designação Atividade 7 – Gestão Técnica do Projeto

Data de início 2024-09-01

Duração (meses) 23.97

Data de fim 2026-08-31

Descrição da Atividade

Esta atividade possui um carácter transversal a toda a operação e integra as tarefas de avaliação do projeto, CC / ROC e as despesas com a equipa interna da ANIET na execução das suas funções.

7.1. Avaliação Externa do Projeto

Atualmente é cada vez mais importante avaliar os projetos ao longo da sua execução de modo a conseguir-se acompanhar resultados e impactos esperados, e garantir o sucesso da operação. A dimensão do projeto, a complexidade e interligação das ações atribui ainda uma maior importância a esta componente de avaliação, o que justifica a subcontratação de uma entidade externa com experiência em processos de avaliação, para a realização da avaliação do projeto, não só em termos quantitativos, mas também qualitativos.

A presente ação permite 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;
- Visão crítica da gestão do projeto.

É evidente que este processo de avaliação terá os contributos e envolverá a equipa técnica da ANIET, sobretudo no que diz respeito à componente qualitativa, dado que são quem melhor pode fornecer inputs importantes na qualidade de responsáveis pela execução da operação.

Os trabalhos de avaliação decorrerão durante os 24 meses de vida do projeto, tendo como objetivo aferir o cumprimento dos resultados previstos e dos indicadores estabelecidos, bem como identificar atempadamente eventuais desvios (temporais ou orçamentais) a corrigir.

Os resultados da avaliação serão concretizados e apresentados num Relatório Final de Avaliação, o qual proporcionará uma análise detalhada sobre a execução física (detalhe de cada uma das ações) e financeira (por rubrica) do projeto, justificação de desvios detetados e simultânea reflexão para operações futuras.

Os principais resultados obtidos serão apresentados na sessão de encerramento do projeto e estarão disponíveis para consulta nos meios digitais (na página do projeto) do promotor, incluindo o Relatório de Final Avaliação.

7.2. Contabilista Certificado / ROC

Para cumprimento da legislação aplicável no que diz respeito a obrigações dos beneficiários, está prevista intervenção de Contabilista Certificado / Revisor Oficial de Contas para:

- Garantir a regularidade técnica das contas do projeto;
- Certificar as despesas de investimento efetuadas ao abrigo do projeto;
- Verificar se as despesas estão suportadas por documentos legais e se encontram corretamente registadas na contabilidade da ANIET;
- Confirmar que o financiamento é contabilizado nos termos legais aplicáveis.

Na Associação a função é exercida por técnico externo.

As subatividades 7.1 e 7.2 serão executadas sob supervisão, monitorização e coordenação da equipa técnica da ANIET, de acordo com o previsto na sua metodologia de gestão e acompanhamento do projeto, de modo a garantir o alcance dos objetivos e resultados em tempo, qualidade e custos adequados.

7.3. Pessoal técnico

Os recursos humanos internos da ANIET afetos ao projeto são os seguintes:

FRANCELINA PINTO - Diretora geral

Níveis de Qualificação e Competências Profissionais:
Licenciada em Engenharia de Minas.

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 a entidades oficiais e organismos internacionais
- Dinamização das sessões presenciais / digitais de promoção e disseminação do projeto
- Supervisão e validação dos trabalhos inerentes às atividades a realizar no âmbito do projeto
- Presença institucional do setor em certames e eventos internacionais

FILIPA BRANDÃO - Responsável pelo departamento de internacionalização

Níveis de Qualificação e Competências Profissionais:
Mestre em Engenharia de Minas.

Funções no projeto:

- Apoio à coordenação e gestão do projeto
- Acompanhamento técnico de todas as atividades do projeto
- Responsável pela preparação e organização das ações de promoção internacional
- Coordenação das ações presenciais de promoção e disseminação do projeto

ISABEL MAFRA - Responsável pelo departamento informático e administrativo

Níveis de Qualificação e Competências Profissionais:
Licenciada em Engenharia Informática Industrial e Mestre em Engenharia Biomédica

Funções no projeto:

- Apoio informático no tratamento de bases de dados, preparação de elementos para mailings
- Divulgação de publicações
- Conceção de conteúdos para a página do projeto
- Apoio na organização das sessões presenciais e digitais
- Organização do dossier do projeto e apoio administrativo dos processos de pedido pagamento
- Responsável pelo contacto e procedimentos de contratação de fornecedores para as atividades do projeto (agendamentos de viagens/estadias, questões logísticas, ...)
- Acompanhamento administrativo da execução das ações do projeto

FRANCISCA BATISTA - Integra o departamento administrativo

Níveis de Qualificação e Competências Profissionais:
12º ano escolaridade e curso técnico profissional nível 4 de Técnica de termalismo
Encontra-se a frequentar Licenciatura de Gestão de Marketing Digital

Funções no projeto:

- Contactos telefónicos e tratamento de correspondência
- 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 de ser subcontratadas, em que será responsável pela sua supervisão
- Apoio logístico

Considerando o carácter transversal da ação, esta contribui para intervir ao nível de todos os fatores críticos identificados e para todos os objetivos estratégicos e operacionais definidos.

Para a realização desta atividade estão previstas as seguintes despesas:

7.1. Avaliação Externa do Projeto

a) $(1 \text{ consultor especialista} \times 395\text{€/dia} \times 10 \text{ dias} + 1 \text{ consultor} \times 275\text{€/dia} \times 20 \text{ dias}) \times 1,23 = 11.623,50 \text{ €}$

7.2. CC / ROC = 5.000,00 €

7.3. Pessoal Técnico

a) Encargos com Pessoal – 2024 = 13.954,43 €

b) Encargos com Pessoal – 2025 = 44.003,54 €

c) Encargos com Pessoal – 2026 = 29.335,69 €

Custo total da atividade = 103.917,16 €

Os valores apresentados incluem IVA não recuperável à taxa legal aplicável (exceto naturalmente nas despesas com o pessoal técnico).

Resultado(s) da Atividade

Resultado	Data de disponibilização	Quantificação
Relatório Final de Avaliação	2026-08-31	1

Custos da atividade

Nº	Entidade	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Elegível
1	ANJET :: ANJET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Avaliação externa do projeto: (1 consultor especialista * 10 dias * 395€/dia + 1 consultor * 20 dias * 275€/dia) * 1,23	2026	8	Aquisição de serviços a terceiros - Assistência Técnica, Científica e Consultoria	11.623,50
2	ANJET :: ANJET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	CC/ROC: (1 serviço * 5.000€)	2026	8	Intervenção dos CC ou ROC	5.000,00
3	ANJET :: ANJET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Pessoal técnico: Encargos com Pessoal - 2024	2024	12	Despesas com pessoal técnico do beneficiário	13.954,43
4	ANJET :: ANJET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Pessoal técnico: Encargos com Pessoal - 2025	2025	12	Despesas com pessoal técnico do beneficiário	44.003,54
5	ANJET :: ANJET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDUSTRIA EXTRACTIVA E TRANSFORMADORA	Pessoal técnico: Encargos com Pessoal - 2026	2026	8	Despesas com pessoal técnico do beneficiário	29.335,69

Deslocações

Nº	Entidade	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	Nº Pessoas	Custo
-	-	-	-	-	-	-	-	-

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	[REDACTED]	[REDACTED]	Nível 6	5.707,33	7,10	40.522,07
2	ANIET	Não	[REDACTED]	[REDACTED]	Nível 7	1.569,52	10,80	16.950,78
3	ANIET	Não	[REDACTED]	[REDACTED]	Nível 7	2.140,25	9,60	20.546,40
4	ANIET	Não	[REDACTED]	[REDACTED]	Nível 4	1.426,83	6,50	9.274,42

Custos de promotores

Promotor	Designação	Rubrica	Elegível
-	-	-	-

Competências da equipa coordenadora

Entidades externas a envolver

N.º	País	NIF	Nome	Entidade não empresarial do SI&I
-	-	-	-	-

Competências específicas das entidades

Equipa coordenadora

N.º	Tipo	Entidade	NIF	Área de Formação	Nível de Qualificação	Função na Equipa
1	Interna	-	██████████	Licenciada em Engenharia de Minas	Nível 6	- 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 a entidades oficiais e organismos internacionais - Dinamização das sessões presenciais / digitais de promoção e disseminação do projeto - Supervisão e validação dos trabalhos inerentes às atividades a realizar no âmbito do projeto - Presença institucional do setor em certames e eventos internacionais
2	Interna	-	██████████	Mestre em Engenharia de Minas	Nível 7	- Apoio à coordenação e gestão do projeto - Acompanhamento técnico de todas as atividades do projeto - Responsável pela preparação e organização das ações de promoção internacional - Coordenação das ações presenciais de promoção e disseminação do projeto

N.º	Tipo	Entidade	NIF	Área de Formação	Nível de Qualificação	Função na Equipa
3	Interna	-	██████████	Licenciada em Engenharia Informática Industrial e Mestre em Engenharia Biomédica	Nível 7	- Apoio informático no tratamento de bases de dados, preparação de elementos para mailings - Divulgação de publicações - Conceção de conteúdos para a página do projeto - Apoio na organização das sessões presenciais e digitais - Organização do dossier do projeto e apoio administrativo dos processos de pedido pagamento - Responsável pelo contacto e procedimentos de contratação de fornecedores para as atividades do projeto (agendamentos de viagens/estadias, questões logísticas, ...) - Acompanhamento administrativo da execução das ações do projeto
4	Interna	-	██████████	12º ano escolaridade e curso técnico profissional nível 4 de Técnica de termalismo	Nível 4	- Contactos telefónicos e tratamento de correspondência - 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 de ser subcontratadas, em que será responsável pela sua supervisão - Apoio logístico

Experiência da equipa em projetos de natureza semelhante

A equipa interna ANIET é uma equipa versátil, altamente dinâmica e capaz de trabalhar eficientemente mesmo em ambientes sob pressão, detém vários anos de experiência no acompanhamento ao setor e a projetos desta natureza.

Eng.ª Francelina Pinto

Tem envolvimento em todos os projetos desenvolvidos ou participados pela ANIET, podendo destacar-se:

A) Projeto Conjunto de Internacionalização – Pedra E+ 23/24

Ação dirigida com o 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 em mercados externos, contribuindo para a notoriedade internacional da oferta portuguesa.

Assumiu as funções de:

- 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.

B) Projeto Conjunto de Internacionalização – Pedra E+ 2020

Projeto concebido para reforçar a capacitação das PME da Fileira da Pedra Natural para a internacionalização, através de um plano de ação conjunto que visa o conhecimento, a prospeção e presença em mercados internacionais e a dinamização de ações inovadoras de promoção internacional.

Desempenhou funções de:

- Coordenação e gestão do projeto;
- Organização de eventos;
- Comunicação às empresas do setor em território nacional e internacional;
- Acompanhamento e presença em feiras, reuniões em organismos internacionais, comissões e outros eventos.

C) Projeto Conjunto de Internacionalização – Pedra E+:

O projeto visou apoiar as empresas do setor da pedra natural no processo de internacionalização, permitindo diversificar mercados e limitar riscos de expansão.

Desempenhou funções de:

- Responsável pela coordenação e gestão do projeto;
- Acompanhamento e participação em eventos;
- Responsável pelas tarefas de ligação às entidades financiadoras do projeto;
- Acompanhamento e participação na preparação das atividades e na avaliação do projeto.

D) Projeto Conjunto de Internacionalização – Pedra com Valor:

À semelhança dos outros projetos, esta ação contribuiu para reforçar o apoio às empresas do setor na intensificação de negócios nos mercados externos.

Assumiu as funções de:

- Responsável pela coordenação e gestão do projeto;
- Organização de eventos;
- Comunicação às empresas do setor em território nacional e internacional;
- Acompanhamento e presença em feiras, reuniões em organismos internacionais, comissões e outros eventos.

E) Projeto SIAC Internacionalização – Portugal Stone - The Natural Path

Projeto de promoção Internacional do Setor da Pedra Natural Portuguesa. Visou promover os valores e competências do setor, através da presença em mercados internacionais, conceção de campanha de comunicação e eventos internacionais.

Desempenhou funções de:

- Coordenação e gestão do projeto;
- Responsável pela execução financeira do projeto;
- Coordenação das atividades do projeto e respetiva equipa técnica;
- Coordenação e dinamização de eventos;
- Reuniões com organismos nacionais e internacionais.

F) Projeto SIAC Internacionalização – Stone Export+

Ação teve como objetivo promover a oferta nacional portuguesa do setor da Pedra Natural tendo por base valores e competências imateriais, pretendeu-se promover o posicionamento internacional da fileira da Pedra Natural.

À semelhança do anterior projeto, desempenhou funções de:

Desempenhou funções de:

- Coordenação e gestão do projeto;
- Responsável pela comunicação ao setor;
- Coordenação das atividades do projeto e respetiva equipa técnica;
- Organização de eventos;
- Reuniões com organismos nacionais e internacionais.

G) Projeto SIAC Internacionalização – Ganhar a Aposto na Pedra Natural

Esta iniciativa teve como objetivo reforçar capacidades de Internacionalização das PME, aumentar a visibilidade internacional da oferta nacional e promover maior valor acrescentado nas exportações.

Assumiu funções de:

- Responsável pela execução das atividades da Conferência Internacional, Publireportagens e Vídeo;
- Coordenação da equipa técnica responsável pelos projetos;
- Acompanhamento e participação nas reuniões de avaliação do projeto;
- Responsável pelas tarefas de ligação a entidades oficiais e organismos internacionais.

H) Projeto SIAC Qualificação – Pedra + Sustentável

Este projeto visou capacitar as PME do setor da Pedra Natural para a modernização da gestão, transformação digital e tecnológica, adaptação à economia circular e gestão eficiente dos recursos naturais com vista à criação de valor e competitividade nos mercados internacionais.

Desempenhou funções de:

- Coordenação e gestão 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 ao desenvolvimento da Plataforma (atividade 3).

I) Projeto SIAC Qualificação – Ecoeficiência e Competitividade

Ação dirigida com o objetivo de reforçar capacidades de Inovação organizativa das PME's, aumentar a qualificação da oferta nacional para promover maior valor acrescentado na produção.

Assumiu funções de:

- Coordenação e acompanhamento de todo o projeto;
- Coordenação e acompanhamento técnico das atividades 1, 2, 3 e 5 do projeto mencionado.

Eng.ª Filipa Brandão

Tem desenvolvidos funções em todos os projetos desde que está na ANIET, podendo destacar-se:

A) Projeto Conjunto de Internacionalização – Pedra E+ 23/24 (já descrito)

Desempenhou funções de:

- 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 webinars, sessão de apresentação e disseminação de resultados;
- Participação nas reuniões de trabalho.

Tem vasta experiência na:

- 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).

B) Projeto SIAC Internacionalização – Portugal Stone - The Natural Path (já descrito)

Desempenhou funções de:

- Acompanhamento à execução financeira do projeto;
- Organização de eventos, nomeadamente feiras, seminários, conferências, ...;
- Apoio à gestão dos processos financeiros dos projetos de investimento;
- Contactos com empresas do setor.

C) Projeto SIAC Qualificação – Pedra + Sustentável (já descrito)

Desempenhou funções de:

- Apoio à coordenação e gestão do projeto;
- Coordenação das ações presenciais de divulgação e disseminação de resultados do projeto;
- Elaboração de conteúdos e informação para disponibilizar durante as sessões;
- Apoio à avaliação do projeto;
- Supervisão e validação dos suportes de informação a produzir (1, 4 e 5);
- Apoio à gestão técnica da atividade 3.

Eng.^a Isabel Mafra

Experiência no apoio a projetos financiados e não financiados, designadamente na composição de documentação, comunicações externas e apoio à preparação das atividades na vertente de coordenação técnica e administrativa.

Experiência ao nível de projetos tecnológicos, educativos na área pedagógica, eventos com a comunidade educativa, entre outros, dos quais se destacam:

- Técnica de Investigação – Projeto de voz interativo para utentes do Metro do Porto com dificuldades visuais (consórcio com FEUP). Funções:

- Coordenação do projeto
 - Responsável pelo Sistema de Diálogos
 - Co-responsável pela implementação técnica/tecnológica na estação de Metro do Porto da Trindade
 - Acompanhamento dos testes efetuados no terreno e implementação efetiva do sistema
 - Comunicação, acompanhamento e divulgação do projeto
- Projeto Seixo em Ação – E9G (financiado Programa Escolhas 9^a geração) – promoção da inclusão e integração social, a igualdade de oportunidades na educação e no emprego dos jovens. Funções como:
- Dinamizadora de Competências Digitais
- Responsável do Departamento de Informática e Diretora de Sistemas de Informação:
- Coordenação de projetos financiados e não financiados
 - Projetos de Otimização das infraestruturas de comunicações usadas
 - Coordenação de equipas de técnicos
- Responsável da área de tecnologias de Informação, em projeto financiado numa Associação sem fins lucrativos com crianças carenciadas

Sr.^a Francisca Batista

Experiência na área administrativa-financeira, de desenvolvimento de negócios e projetos na área do marketing digital, de e-business e gestão de redes sociais. Integra o departamento administrativo da ANIET.

Desempenhou funções de suporte a projetos, nas áreas de marketing, divulgação em feiras e dias abertos designadamente como auxiliar na sua gestão e monitorização.

Organização e preparação da logística de transporte de mercadorias para feiras internacionais.

Como se pode constatar, a equipa da ANIET detém uma ampla, diversificada e sólida experiência na execução, acompanhamento e monitorização de projetos desta natureza.

Indicadores

Indicadores de Realização

Nº	Designação.	Unidade	Valor
1	Mercados alvo, comunitários e terceiros, objeto de intervenção relevante	N.º	10
2	Ações de disseminação realizadas no decorrer da operação	N.º	21
3	Participantes nas ações de disseminação realizadas no decorrer da operação	N.º	345
4	PME impactadas pelas ações da operação	N.º	520

Indicadores de Resultado

Nº	Designação.	Unidade	Valor
1	Novos acordos de parceria/colaboração firmados face ao número de presenças institucionais por mercado externo	%	80
2	PME que consideraram útil a informação, metodologias ou ferramentas disponibilizadas no âmbito da operação, face ao total das PME impactadas nas ações da operação	%	75
3	Notícias/artigos gerados pela imprensa dos mercados alvo de promoção internacional (que não sejam financiadas pela operação)	Nº	15

Enquadramento temático

Desafios Societais

N.º	Desafio Societal	Principal linha de atuação
1	3. Energia Segura, Não Poluente e Eficiente	3.5. Novos conhecimentos e tecnologias (tecnologias energéticas limpas, seguras e sustentáveis)
2	5. Ação Climática, Ambiente, Eficiência de Recursos e Matérias-Primas	5.2. Proteção do ambiente, gestão sustentável dos recursos naturais, água, biodiversidade e ecossistemas
3	5. Ação Climática, Ambiente, Eficiência de Recursos e Matérias-Primas	5.3. Garantir o abastecimento sustentável de matérias-primas não energéticas e não-agrícolas (extração, transformação, reutilização, reciclagem e reutilização de matérias-primas e sua substituição por alternativas economicamente atrativas e sustentáveis)
4	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)
5	6. Europa num Mundo em Mudança – Sociedades Inclusivas, Inovadoras e Ponderadas	6.3. Sociedades reflexivas – património cultural e identidade europeia (estudo, designadamente com recurso a novas tecnologias, da herança cultural, memória, identidade, integração e interação e translação cultural, investigação sobre a história, literatura, arte, filosofia e religiões dos países e regiões Europeus e como estes informam a diversidade Europeia contemporânea; investigação sobre o papel da Europa no mundo e sobre os laços e influência mútua entre diferentes partes do globo, bem como uma perspetiva externa sobre as culturas Europeias)

Fundamentação

Contribui para o desenvolvimento de uma sociedade reflexiva (DS 6.3), pela informação (GreenStone, Stone Market Research, ...) e ações/eventos (Conferência internacional, webinars temáticos) pelo o brainstorming, a reflexão, a partilha de boas práticas e a descoberta coletiva de soluções mais sustentáveis que reforçam, através da ecoinovação e do know-how ancestral, a identidade e herança cultural da Pedra Natural Portuguesa que se pretende comunicar e os argumentos que contribuem para as transições gémeas, verde e digital, que fazem desta a solução de excelência e distintiva nos mercados

A estratégia de promoção internacional da Pedra Natural Portuguesa, no contacto com os mercados e pelas campanhas digitais de imagem (Revista, Showroom...) aposta na comunicação impactante das qualidades do produto, das capacidades tecnológicas state-of-the-art, do design e da ecoinovação, intrínsecas ao setor, com reflexos na imagem e na perceção dos clientes face a Portugal. Atrai-se segmentos mais exigentes da procura, que buscam soluções sustentáveis e processos ambientalmente responsáveis, com repercussões positivas nas exportações de valor

Induz-se novas cadeias de abastecimento (sustentável) (DS 5.3), para o recurso natural mais valioso e sustentável do país – a Pedra Natural - e a criação de valor para as regiões de impacto do projeto: económico e social (mais emprego, mais riqueza) mas também ambiental, com práticas de exploração mais responsável, respeito pelos recursos e proteção dos ecossistemas (DS 5.2)

Cria-se um ciclo virtuoso, onde a internacionalização, geradora de mais rendimento para as empresas, economia e as populações, tem poder transformador sobre uma indústria tradicional, como a Pedra Natural, permitindo apostar mais no investimento no conhecimento e na capacidade tecnológica (processos limpos, responsáveis) (DS 3.5.), criando uma sociedade e economia mais ecológicas através da ecoinovação (DS 5.4) que, potenciarão oferta sustentável valorizada pelos mercados

Crêterios de seleção

A. Adequação   Estratégia

A1. Adequação do projeto aos objetivos e medidas de política pública na área de intervenção da iniciativa

O projeto atua na capacitação e vocação exportadora das empresas e das suas equipas, que se reflete na valorização dos bens e serviços distintivos que o setor pode entregar aos mercados: aposta clara na excelência dos materiais, na capacidade tecnológica e know-how, na valorização da dualidade tradição/inovação, na produção sustentável e na extração e transformação responsável, numa trajetória que se alinha perfeitamente com os desafios temáticos e societais e com as prioridades europeias nos domínios da sustentabilidade

Contribui para o desenvolvimento de uma sociedade verdadeiramente reflexiva (DS 6.3), pela informação disponibilizada publicamente (GreenStone, Stone Market Research, ...) mas principalmente através das ações/eventos (como a Conferência internacional ou os webinars temáticos) em que promove o brainstorming, a reflexão, a partilha de boas práticas e a descoberta coletiva de novas soluções mais sustentáveis (processos e tecnologias descarbonizados, princípios sociais  ticos, ambientalmente responsáveis, ...) que reforçam, através da ecoinovação mas também do know-how ancestral, a identidade e herança cultural da Pedra Natural Portuguesa que se pretende comunicar e os argumentos que contribuem para as transições g meas, verde e digital, que fazem desta a solução de excelência e distintiva face   concorrência internacional

A estratégica de promoção internacional da Pedra Natural Portuguesa, quer pelo contacto direto com os mercados, quer através de campanhas digitais de imagem (como a Revista ou o Showroom), aposta numa comunicação impactante das qualidades do produto (intemporalidade, robustez...), das capacidades tecnológicas state-of-the-art, do design e da ecoinovação, já hoje intr secas ao setor, com reflexos na imagem e na perceção que os clientes internacionais mais exigentes criam em relação a Portugal. Atrai-se, desta forma, segmentos mais exigentes da procura internacional, que procuram cada vez mais soluções sustentáveis e processos (práticas) ambientalmente responsáveis, com repercussões positivas nas exportações de valor do setor Induz-se também o surgimento de novas cadeias de abastecimento (sustentável) (D.S. 5.3), para o recurso natural mais valioso e sustentável do país – a Pedra Natural - e a criação de valor para as regiões de impacto do projeto: económico e social (mais emprego, mais riqueza) mas também ambiental, com práticas de exploração mais responsável, respeito pelos recursos e proteção dos ecossistemas (D.S.5.2).

Cria-se um ciclo virtuoso, onde a internacionalização, geradora de mais rendimento para as empresas, economia e as populações, exerce poder transformador sobre uma indústria tradicional, como a da Pedra Natural, permitindo-lhe apostar mais no investimento no conhecimento e na capacidade tecnológica (processos limpos, responsáveis) (D.S.3.5.), criando uma sociedade e economia mais ecológicas através da ecoinovação (D.S.5.4) que, por sua vez, potenciar  oferta sustentável valorizada pelos mercados

A2. Contributo do projeto para os indicadores de realização e resultado do Programa

Indicador RPO047 - Mercados alvo, comunitários e terceiros, objeto de intervenção relevante

Meta: 10

Apurado pelo somatório de Suécia + Finlândia + EAU + Arábia Saudita + Alemanha + Polónia + Reino Unido + EUA + Itália + Japão

Indicador RPO048 - Ações de disseminação realizadas no decorrer da operação

Meta: 21

Apurado pelo somatório de: Conferência internacional (1) + Missão inversa institucional (1) + Promoção em certames (2) + A  o de promoção no mercado japonês (1) + Envio de brochuras do projeto (1) + Assessoria de imprensa (1) + Campanha de marketing digital (1) + Evento de lançamento do projeto (1) + Evento de encerramento do projeto (1) + Webinars temáticos (3) + Publicações Internacionais (8)

Indicador RPO049 - Participantes nas ações de disseminação realizadas no decorrer da operação

Meta: 345

Apurado pelo somatório de: 30 participantes (Evento de lançamento do projeto) + 30 participantes (Evento de encerramento do projeto) + 45 participantes * 3 webinars + 150 participantes (Conferência Internacional)

Indicador RPO050 - PME impactadas pelas ações da operação

Meta: 520

Apurado pelo somatório de PME impactadas pelas ações da operação, considerando que serão impactadas pelas ações da operação todas as PME que participarem nas ações presenciais, nas ações   distância (webinars) e/ou a quem forem remetidos os instrumentos produzidos pelo projeto (520)

Indicador RPR036 - Novos acordos de parceria/colaboração firmados face ao número de presenças institucionais por mercado externo

Meta: 80%

Apurado pelo quociente entre:

Numerador: Novos acordos de parceria/colaboração firmados = 8 acordos de parceria/colaboração firmados

Denominador: Número de presenças institucionais por mercado externo = 10 presenças (Suécia + Finlândia + EAU + Arábia Saudita + Alemanha + Polónia + Reino Unido + EUA + Itália + Japão)

Indicador RPR037 - PME que consideraram útil a informação, metodologias ou ferramentas disponibilizadas no âmbito da operação, face ao total das PME impactadas nas ações da operação
Meta: 75%

Apurado pelo quociente entre:

Numerador: PME que, por inquirição, consideraram útil a informação, metodologias ou ferramentas disponibilizadas no âmbito da operação = 390 PME

Denominador: PME impactadas pelas ações da operação = 520 PME

Indicador RPR038 - Notícias/artigos gerados pela imprensa dos mercados alvo de promoção internacional (que não sejam financiadas pela operação)

Meta: 15

Apurado pela contagem das notícias/artigos gerados pela imprensa dos mercados alvo de promoção internacional (que não sejam financiadas pela operação)

B. Qualidade

B1. Caráter inovador do projeto

A abordagem seguida no projeto é inovadora uma vez que integra atividades inéditas, originais e revolucionárias tais como:

- Revista Stone Treasures – uma das estrelas do projeto: recurso completamente INOVADOR objetiva dar destaque às riquezas do setor, tendências emergentes e inovações relevantes. Plataforma de partilha de conhecimento, experiências sobre o que de mais inovador se tem desenvolvido, integrando tecnologia, estratégia ESG, entrevistas com especialistas, casos de sucesso e galerias de fotos de forma a ilustrar a diversidade e versatilidade dos produtos e processos nacionais. A sua importância reside na capacidade de elevar o perfil internacional do setor português, destacando a qualidade e versatilidade da produção, assim como a expertise e a inovação do setor nos mercados

- Virtual Showroom – outra das grandes estrelas do projeto: espaço digital totalmente INOVADOR no setor dedicado à exibição da Pedra Natural Portuguesa, através da rede social Instagram. Utilizado como elemento crítico na comunicação aos mercados para promoção da oferta nacional. Permite fortalecer e contribuir para desmistificar alguns preconceitos, dando a oportunidade de mostrar ao mundo obras e processos ambientalmente responsáveis que o setor tem vindo e está a desenvolver. Ao concentrar-nos na promoção visual, pretendemos atrair a atenção dos potenciais importadores, prescritores, ... e transmitir a essência e a qualidade dos produtos de Pedra Natural Portuguesa

- Stone Market Research - Vigilância de Mercados: integra uma ferramenta INOVADORA digital e interativa, em Power BI, que disponibiliza informações estatísticas relevantes permitindo uma análise aprofundada sobre os mercados, as preferências dos consumidores, tendências, evolução das economias, quantidades e montantes exportados e importados por tipo de Produto e país de origem. Pretende-se contribuir p/ definição de estratégias planeadas de entrada/expansão nos mercados, diminuindo o risco financeiro associado, através do uso de ferramentas digitais e de autodiagnóstico das condições de expansão p/ cada mercado

- Microvídeos: concebidos para promover e realçar os atributos distintivos da Pedra Natural Portuguesa. Os conteúdos terão uma apresentação INOVADORA e cuidada combinando a excelência da imagem da pedra em obra e da tecnologia de exploração e transformação, os níveis de aplicação, o potencial de adaptação à modernidade, à estética da peça, permitindo aos projetistas, arquitetos, designers... aperceber-se do talento, monumentalidade e eficiência da Pedra Natural Portuguesa, associada à marca PORTUGUESE STONE THE NATURAL PATH

- GreenStone: instrumento INOVADOR de grande relevância e impacto para as empresas do setor que cada vez mais são confrontadas lá fora com questões sobre certificações e requisitos ambientais. Pretende-se capacitar as empresas com conhecimentos específicos sobre como comunicarem de forma clara, transparente e persuasiva os esforços que desenvolvem em prol da sustentabilidade

B2. Coerência e adequação do projeto e do plano de trabalho face ao diagnóstico de necessidades e aos objetivos visados

O projeto define claramente objetivos estratégicos e operacionais baseado na análise SWOT efetuada, que permitiram apurar a realidade do setor evidenciando no diagnóstico as carências e especificidades que condicionam o crescimento na internacionalização

Para suprir as carências identificadas, foi concebido um conjunto de atividades que se articulam, com coerência no sentido de colmatar falhas e explorar o potencial dos pontos fortes identificados, procurando alcançar resultados tangíveis e sustentáveis, das quais se destacam:

- Conferência Internacional: espaço de diálogo técnico, demonstra a importância de fatores como a cooperação e inovação organizativa p/ a criação de valor na oferta, dando visibilidade à oferta nacional e promove o marketing relacional

- Revista Stone Treasures: fornece aos mercados insights sobre tendências e práticas nacionais, contribuindo p/ o fortalecimento da posição nos mercados

- Microvídeos: ferramentas de marketing promocional p/ divulgar o potencial da oferta e fatores de competitividade

- Virtual Showroom: espaço inovador será utilizado na comunicação aos mercados para promoção da oferta nacional. Instrumento de apoio à entrada em mercados e captação de clientes, será utilizado na ação comercial

- Ferramenta de Vigilância de Mercados: potencia o acesso a mercados, conhecimento das preferências, o uso de ferramentas digitais e autodiagnóstico das condições de expansão p/ cada mercado Estima a inovação organizativa e o marketing promocional

- GreenStone: promover comunicação eficaz sobre sustentabilidade c/ o intuito de aumentar a atratividade e a valorização da oferta nos mercados
- Campanha de Marketing digital – pretende-se alcançar ampla audiência decisiva p/ melhorar a imagem do setor reforçando o posicionamento competitivo da oferta
- Salienta-se a existência de mecanismos de acompanhamento, monitorização e avaliação da eficácia do projeto que residem
- Utilização plataforma de comunicação p/ realização das operações de avaliação e controlo
- Dashboard de avaliação de eficácia das tarefas c/ parâmetros de calendarização, controlo de despesas, responsabilidades e avaliação de resultados
- Campanha de marketing digital possibilita a mensuração de resultados
- Linktree permite o acesso à página do projeto c/ atualização permanente

O acompanhamento, monitorização e avaliação serão feitos de acordo com

- Despesas previstas
- Análise dos desvios por fases
- Análise dos processos subcontratados por atividade
- Resultados das atividades
- Resultados pós-projeto

Ter-se-á por base recentes tecnologias de informação no acompanhamento do projeto, permitindo o acesso online, atualização e disponibilidade

Relatório Final de Avaliação será um documento pedagógico para prevenir erros em projetos futuros e promover boas práticas de execução e de avaliação através de análises quantitativas e qualitativas

Fica demonstrada a coerência e adequação do projeto e do plano de trabalho face ao diagnóstico de necessidades e aos objetivos visados

C. Capacidade de Execução

C1. Capacidade de gestão e implementação do projeto

A equipa técnica envolvida na execução do projeto reúne competências adequadas e possui experiência para assegurar o pleno desempenho das funções de execução e controlo do projeto

Acresce que possui elevado conhecimento do tecido empresarial o que facilita contactos e a mobilização das empresas para o plano de ação. Dispõe de competências adequadas para o acompanhamento e monitorização do projeto nomeadamente a execução física e financeira, contribuir para a avaliação e realizar a gestão técnica de atividades centrais

A descrição de qualificações, competências profissionais e funções no projeto foi apresentada em detalhe no presente formulário

Os meios físicos tecnológicos, administrativo-financeiros do promotor são adequados à prossecução das atividades (salas de reuniões, equipamentos físicos e tecnológicos...) e serão utilizados sempre que possível e disponíveis, para minimizar os custos e otimizar recursos. A capacidade física, tecnológica e administrativa-financeira da ANIET já foi claramente demonstrada ao longo do presente formulário, designadamente na "Capacidade instalada em termos de recursos humanos e outros meios próprios da entidade promotora"

Os meios financeiros são adequados para atingir os objetivos do projeto dado que o incentivo não reembolsável (INR) sobre as despesas elegíveis foi estimado em 85% de acordo com a legislação dos SIAC. Os restantes 15% das despesas serão cobertos com recurso a capitais alheios (contrato de abertura de crédito) sem afetar o equilíbrio financeiro do promotor

O projeto foi cuidadosamente preparado com base em experiências anteriores e percebendo de forma clara não só os objetivos a atingir, mas também a sua capacidade de execução. Desta forma, a programação estabelecida compreende a distribuição no tempo das atividades a realizar, a perceção do envolvimento das diversas entidades e a aproximação necessária às empresas e aos empresários

O orçamento tem em conta não só a abrangência como a profundidade que se pretende com o presente projeto. Esta profundidade compreende não só a realização das atividades previstas e planeadas, mas também criar as condições necessárias para a sustentabilidade do projeto. Foram estabelecidos os objetivos a atingir e com base nestes, as quantidades e custos unitários a considerar para cada rubrica. Esta aproximação ao orçamento teve também em conta, por um lado, a qualidade e credibilidade dos suportes necessários requeridos, e por outro os valores limite estabelecidos do aviso

Quanto às entidades externas, estas serão selecionadas com rigor, seguindo boas práticas de contratação, dando-se especial atenção à contratação de entidades com experiência significativa nos serviços para os quais estão a ser subcontratadas e no setor

Por tudo o exposto o promotor demonstra competências inequívocas na gestão e implementação do projeto, assegurando experiência adequada da equipa, uma seleção criteriosa de entidades externas e uma execução eficiente e eficaz das atividades propostas

D. Impacto

D1. Efeito de demonstração, disseminação e valorização dos resultados

As atividades contemplam ações de demonstração, disseminação e de valorização de resultados no sentido de proporcionar maior impacto, esclarecimento p/ utilização de ferramentas digitais, espaços web e processos de autodiagnóstico, incentivando a cooperação institucional nacional e internacional

Estas iniciativas revestem-se de extrema importância para garantir adesão do público às atividades realizadas, estabelecer sinergias com outras organizações/setores, procurando potenciar mais-valias através da demonstração, disseminação, partilha de experiências e conhecimentos

A ênfase na disseminação de resultados é claramente evidenciada na descrição das atividades e nos efeitos que podem gerar, a montante e a jusante da fileira alargada da Arquitetura e Design, Engenharia e Construção

Importa referir que o projeto e seu plano de ação estão em linha com os propósitos do promotor em apoiar a internacionalização do setor, contribuir para a valorização da oferta nacional, tendo por base fatores imateriais, procurando alavancar a I&I através da cooperação internacional

O projeto evidencia claramente contribuir para a implementação de mudanças estruturais na economia pelo efeito de arrastamento em PMEs e impacto na cadeia de valor da fileira, ao nível da:

- Cooperação entre empresas, centros tecnológicos, associações e outros stakeholders
- Potencialização da I&I
- Impacto demonstrativo, disseminação de boas práticas e adoção de ferramentas estratégicas de market access
- Promoção da projeção internacional da oferta nacional, processos extração e transformação e aplicabilidade da Pedra
- Disseminação de conteúdos sobre estratégias de comunicação de sustentabilidade
- Incentivo à adoção estratégias ESG, sustentabilidade e ecoeficiência na utilização dos recursos

Demonstra efeitos positivos na economia regional e nacional, promove externalidades positivas para o crescimento da fileira alargada, impulsiona a internacionalização e estimula a produção nacional, progredindo para segmentos de maior valor acrescentado

A sustentabilidade futura das atividades do projeto está assegurada porque:

- Conferência Internacional – realização contínua 2-2 anos. Evento focado na internacionalização, requer atualização de temas, dinâmicas de inovação e de marketing, incorpora componentes tecnológicas, de cooperação e de promoção da oferta nacional p/ obter maior visibilidade internacional
- Revista Stone Treasures (edições semestrais) e Virtual Showroom (contínuo) - terão continuidade porque: a) é manifesto o interesse das empresas em sustentar a divulgação internacional do setor; b) terão efeitos positivos nos negócios de internacionalização
- Microvídeos e Conteúdos GreenStone – para além de constituírem ferramentas de promoção internacional, permitem a sua utilização na ação comercial coletiva e têm difusão no espaço e tempo
- Ferramenta de Vigilância de Mercados (contínuo) terá continuidade dado o interesse das empresas na obtenção de informações e estatísticas sobre mercados

D2. Impacto das ações de promoção, comunicação e sensibilização

O projeto é abrangente e representativo da ação coletiva dado que o promotor tem expressão nacional e os seus pressupostos estão suportados em dados oficiais sobre o setor.

O presente projeto tem como objetivo máximo elevar o potencial competitivo das empresas do setor da Pedra Natural, obviamente e sem excluir o envolvimento de outras empresas, sem qualquer fator discriminatório.

Pretende-se promover os negócios internacionais através de ações de promoção e comunicação dirigidas tanto ao mercado interno como externo. O projeto compromete-se a promover e difundir amplamente as suas atividades, as ações de promoção, comunicação/sensibilização, procurando envolver o maior nº de empresas. As ações garantem ampla audiência, serão dirigidas a todas as empresas, independentemente de serem associadas do promotor, para tal, serão amplamente divulgadas quer seja através do promotor (página do projeto, redes sociais, newsletter, contactos telefónicos, website) e através da comunicação social – através de publicações pagas e notícias/publicações que se possam gerar através da assessoria de imprensa nacional e internacional, tendo como objetivo maximizar o impacto das ações do projeto, estimular a participação e assegurar uma presença significativa.

As ações serão públicas, de livre participação e dirigir-se-ão a um leque alargado de entidades, como empresários, instituições, prescriitores... Adicionalmente, e como forma de potenciar o impacto das ações serão ainda convidadas entidades públicas como o AICEP, o COMPETE, etc, assumindo-se como entidades com grande poder de arrastamento.

O impacto das ações permitirá melhorar a imagem do setor, valorizar a oferta nacional comum, constituindo-se como uma vantagem à escala global. Os instrumentos a criar, as boas práticas a estudar e a difundir, e as ações de divulgação e de promoção permitirão ter impactos muito para além do projeto.

Procura-se cativar os diferentes agentes, empresários e investidores levando-os a participar nas diversas ações de promoção, comunicação e sensibilização, promovendo fatores críticos e dinâmicos de sucesso.

Os resultados das ações provocarão impactos profundos no tecido económico regional e nacional:

- Aumento da visibilidade e notoriedade da Região e do País como um todo;
- Aumento de massa crítica das empresas e da sua escala de atuação;
- Mudança de comportamentos que conduzem abertura à cooperação;
- Alteração do seu perfil competitivo pela partilha de recursos e pelo acesso a novos mercados como resultado de processos de estudo e comunicação com o mercado.

Neste sentido, espera-se que estas ações sejam dinâmicas e coerentes, e visem construir uma visão de desenvolvimento sustentável e uma estratégia coerente e dinâmica de promoção, divulgação e imagem, impulsionando o perfil competitivo das empresas, gerando impactos profundos no tecido económico regional e nacional.

Crêterios de seleção

D3. Contributo para a melhoria da prestação do serviço aos cidadãos e às empresas

Pese embora a ANIET seja uma associação representativa do setor da Pedra Natural, o projeto pretende responder, de forma mais abrangente, a fatores diagnosticados como críticos tanto na Pedra Natural como também na Fileira Arquitetura e Design, Engenharia e Construi  o, dada a sua relação clara ao setor da Pedra Natural

O projeto representa um marco significativo na melhoria da prestação de serviços tanto aos cidadãos como às empresas. Ao concentrar esforços na criação de redes de cooperação multinível e no fortalecimento das estratégias competitivas, procura suprir lacunas nas condições de apoio aos negócios e potenciar o valor acrescentado da oferta nacional

Através do estímulo   cooperação e internacionalização, o projeto promove a capacitação das empresas para a internacionalização, fomentando uma orientação mais eficaz para os mercados externos e fortalecendo a presença nas exportações. Esta abordagem n  s  contribui para o aumento das exportações, como também para a criação de novas oportunidades de emprego e para o fortalecimento do mercado de trabalho, principalmente em regiões mais desfavorecidas (Norte e Centro) mas em todo o país e até a nível mundial

O projeto terá influência no tecido empresarial principalmente ao nível das regiões Norte e Centro que asseguram efeitos muito positivos na economia local e regional. Adicionalmente e dado que a associação tem representatividade nacional, esperam-se efeitos abrangentes às restantes regiões quer a nível empresarial quer também aos cidadãos

Ao promover as relações entre empresas, instituições científicas, prescritores, ... o projeto incentiva a investigação e inovação, criando sinergias que fortalecem o tecido empresarial e impulsionam a competitividade nacional a nível global. Este foco contribui para a melhoria da prestação do serviço às empresas, mas também para a melhoria da qualidade da oferta nacional (serviços/produtos) aos cidadãos, contribuindo para a melhoria da imagem, reputação e posicionamento da fileira e de Portugal, quer no âmbito nacional quer global. Neste sentido,   possível contribuir para a atração de investimento para o país, através do seu reposicionamento estratégico na economia global

Adicionalmente, o projeto procura ter também influência dominante no tecido empresarial e na economia pela geração de emprego e de riqueza

Será ainda possível contribui para melhorar o bin mio cooperação-internacionalização para potenciar valor acrescentado e para o rácio exportações/PIB, dado que melhora a capacitação das empresas para exportar e promove fatores de maior valor acrescentado da oferta

Em suma os efeitos do projeto n  s  beneficiarão diretamente para o nível de emprego, a riqueza, as exportações, o reconhecimento e posicionamento das regiões abrangidas, mas também contribuirão de forma abrangente para o desenvolvimento económico e social do país, refletindo-se numa melhoria significativa da prestação de serviços aos cidadãos e às empresas, assim como da oferta de produtos

Financiamento por beneficiário

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

Financiamento

Rubrica	2023	2024	2025	2026	2027	Total
Capitais Próprios						
Capital						
Prestações Suplementares de Capital						
Prémios de Emissão						
Autofinanciamento						
Fundos Próprios de Natureza Pública						
Financiamentos	33.743,93	274.737,64	124.390,29			432.871,86
Financiamento de Instituições de Crédito	5.061,59	41.210,65	18.658,54			64.930,78
Empréstimos por Obrigações						
Financiamento de Sócios/Acionistas						
Suprimentos Consolidados						
Outras dívidas a Sócios/Acionistas						
Fornecedores de Investimentos						
Locação Financeira						
Financiamento das empresas						
Apoio						
Não Reembolsável (INR)	28.682,34	233.526,99	105.731,75			367.941,08
Outros						
FINANCIAMENTO TOTAL	33.743,93	274.737,64	124.390,29			432.871,86
CUSTO TOTAL	33.743,93	274.737,64	124.390,29			432.871,86

Descrição das fontes de financiamento

O financiamento do projeto é assegurado por forma a não colocar em causa o equilíbrio financeiro do promotor, considerando:

- Valor total das despesas com IVA não recuperável: 432.871,86€
- Incentivo SIAC (85%): 367.941,08€
- Financiamento de Instituições de Crédito (15%): 64.930,78€

O promotor compromete-se a utilizar estas verbas exclusivamente para financiar o projeto, no período da sua realização, sendo que a componente a cargo da ANIET se encontra devidamente justificada, conforme documento comprovativo da aprovação do financiamento bancário obtida junto do banco Bic e declaração da direção da ANIET, anexas ao formulário.

Financiamento Total

Rubrica	2023	2024	2025	2026	2027	Total
Capitais Próprios	-	-	-	-	-	-
Capital	-	-	-	-	-	-
Prestações Suplementares de Capital	-	-	-	-	-	-
Prémios de Emissão	-	-	-	-	-	-
Autofinanciamento	-	-	-	-	-	-
Fundos Próprios de Natureza Pública	-	-	-	-	-	-
Financiamentos						
Financiamento de Instituições de Crédito	-	5.061,59	41.210,65	18.658,54	-	64.930,78
Empréstimos por Obrigações	-	-	-	-	-	-
Financiamento de Sócios/Acionistas	-	-	-	-	-	-
Suprimentos Consolidados	-	-	-	-	-	-
Outras dívidas a Sócios/Acionistas	-	-	-	-	-	-
Fornecedores de Investimentos	-	-	-	-	-	-
Locação Financeira	-	-	-	-	-	-
Financiamento das empresas	-	-	-	-	-	-
Apoio	-	-	-	-	-	-
Não Reembolsável (INR)	-	28.682,34	233.526,99	105.731,75	-	367.941,08
Outros	-	-	-	-	-	-
FINANCIAMENTO TOTAL	-	33.743,93	274.737,64	124.390,29	-	432.871,86
CUSTO TOTAL	-	33.743,93	274.737,64	124.390,29	-	432.871,86

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 2030, 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. | ☒ | |

2. Requisitos de elegibilidade das entidades candidatas e dos beneficiários

- | | | | |
|----|---|-------------------------------------|--|
| 1 | Declaro estar legalmente constituído e devidamente registado, incluindo no Registo Central de Beneficiário Efetivo (RCBE) relativamente às pessoas que o controlam, quando aplicável - alínea a) do n.º 1 do artigo 14º do DL 20-A/2023, de 22 março. | ☒ | |
| 2 | Declaro ter a situação regularizada em matéria de restituições no âmbito dos fundos europeus, incluindo os apoios concedidos pelo Plano de Recuperação e Resiliência, conforme previsto na alínea c) do n.º 1 do artigo 14º do DL 20-A/2023, de 22 de março. | ☒ | |
| 3 | Declaro estar legalmente habilitado a desenvolver a respetiva atividade, nos termos do previsto na alínea d) do n.º 1 do artigo 14º do DL 20-A/2023, de 22 de março. | ☒ | |
| 4 | Declaro dispor ou poder assegurar recursos humanos próprios, bem como os meios técnicos e materiais necessários à execução da operação, conforme previsto na alínea e) do n.º 1 do do artigo 14º do DL 20-A/2023, de 22 de março. | ☒ | |
| 5 | Declaro apresentar uma situação económico-financeira equilibrada e demonstrar ter capacidade de financiamento da operação, nos termos das alíneas f) do n.º 1 do artigo 14º do DL 20-A/2023, de 22 de março e b) do artigo 6º do REITD. | ☒ | |
| 6 | Declaro possuir conta bancária aberta em instituição legalmente habilitada a atuar em território nacional, conforme previsto na alínea h) do n.º 1 do artigo 14º de DL 20-A/2023, de 22 de março. | ☒ | |
| 7 | Para efeitos do cumprimento do disposto na alínea i) do n.º 1 do artigo 14º do DL 20-A/2023, de 22 de março, declara-se que o candidato desta operação não detém, nem deteve nos últimos três anos, por si ou pelo seu cônjuge, separado ou não de pessoas e bens, ou pelos seus ascendentes e descendentes até ao primeiro grau, capital numa percentagem superior a 50 %, em entidades com situação não regularizada em matéria de restituições no âmbito dos fundos europeu. | ☒ | |
| 8 | Declaro não estar impedido ou condicionado no acesso a apoios, de acordo com o previsto na alínea j) do n.º 1 do artigo 14º do DL 20-A/2023, de 22 de março. | ☒ | |
| 9 | Declaro não ter pendente processo de injunção de recuperação de auxílios ilegais, nos termos da regulamentação europeia, nos termos do previsto na alínea k) do n.º 1 do artigo 14º do DL 20-A/2023, de 22 de março. | ☒ | |
| 10 | Declaro não ter salários em atraso, conforme previsto nas alíneas d) do artigo 6º e b) do artigo do 127º do REITD. | ☒ | |
| 11 | Declaro respeitar as disposições aplicáveis da Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia, e os princípios de igualdade de género e não discriminação e acessibilidade para pessoas com deficiência, de acordo com o previsto na alínea a) do artigo 4º do DL 20-A/2023, de 22 de março. | ☒ | |

Declarações

Declarações de compromisso

Sim Não NA

- 12 Declaro adotar mecanismos que garantam uma efetiva aplicação da Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, conforme previsto na alínea b) do artigo 4º do DL 20-A/2023, de 22 de março. ☒
- 13 Declaro contribuir para o desenvolvimento sustentável, enquanto objetivo fundamental e abrangente da União Europeia, que tem por finalidade melhorar de forma contínua a qualidade de vida e o bem-estar das gerações atuais e futuras, conjugando o desenvolvimento económico com a defesa do ambiente e a justiça, de acordo com o disposto na alínea c) do artigo 4º do DL 20-A/2023, de 22 de março. ☒
- 14 Declaro contribuir para preservar, proteger e melhorar a qualidade do ambiente, tendo em conta o princípio do poluidor-pagador e o princípio "não prejudicar significativamente" - DNSH, conforme previsto na alínea d) do artigo 4º do DL 20-A/2023, de 22 de março. ☒

3. Obrigações do(s) beneficiário(s)

- 1 Tomei conhecimento e declaro estar em condições de cumprir com as obrigações estabelecidas no artigo 15º do DL 20-A/2023, de 22 de março, nos artigos 11º e 36º do REITD e no aviso de concurso. ☒
- 2 Declaro 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 2022.

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.