

Aviso MPR-2024-5

SICE - Internacionalização das PME

Operações em conjunto

Índice de preenchimento

Versão 1.01

N.º	Designação
1	Projeto e Promotor(es)
2	Dados do Promotor e Copromotor(es)
3	Atividades e mercados
4	Balanço e Demonstração de Resultados
5	Caracterização geral do projeto
6	Lista das PME participantes
7	Dados das PME participantes
8	Critérios de seleção das PME participantes
9	Lista de ações
10	Detalhe da ação
11	Ações a implementar - plano de ação
12	Pessoal e outros custos de acompanhamento do projeto
13	Competências da equipa coordenadora
14	Enquadramento temático
15	Critérios de seleção
16	Financiamento
17	Declarações
18	Efeito incentivo
21	Anexos
C1	C1 - Custos do projeto
C2	C2 - E-commerce e transformação digital

Projeto e Promotor(es)

Caracterização do projeto

Designação

Pedra E+ 25/26

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)

Pedra E+ 25/26 é um projeto que tem como objetivo reforçar a capacitação empresarial para a internacionalização de PME que integram a cadeia de valor da Pedra Natural, pretendendo potenciar o aumento da sua base e capacidade exportadora e o seu reconhecimento internacional.

Propõe-se um programa estruturado para facilitar o acesso aos mercados, que contempla ações presenciais, como a participação em certames internacionais e missões de prospeção, mas também dinâmicas de ação comercial e de marketing, designadamente por via da utilização de ferramentas digitais e da presença web.

Pretende-se, assim, por via da ação conjunta, aumentar o conhecimento, estimular sinergias e conquistar dimensão crítica junto dos mercados tradicionais e de oportunidades, valorizando a Pedra Natural como elemento construtivo sustentável e a oferta com forte componente tecnológica e de design, em resposta à procura internacional crescente para estes segmentos.

Contacto(s)

NIF	Nome	E-mail	Telefone	Cargo	Função
				Diretor(a)	Responsável da Operação

Os contactos indicados serão utilizados para efeitos do projeto

Os contactos têm de ser utilizadores do balcão dos fundos. Para verificar se os contactos estão registados, deve usar o botão

Dados do Promotor e Copromotor(es)

Dados do promotor

NIF	501419411		
Nome	ANIET - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA 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		

Atividade(s) económica(s) do promotor

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

IBAN PT50

Atividade económica

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

A declaração do ano 2023 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 2023 indica que entidade não se enquadra como entidade adjudicante.

Nível territorial

Nacional ☒

Regional ☐

☐	☐	☐	☐	☐
Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve

Dados do Promotor e Copromotor(es)

Âmbito sectorial

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

Postos de trabalho do promotor

Área Funcional	Nível de Qualificação	2023		
		M	H	Total
Administração/Direção	Nível 6	1	-	1
Engenharia, Conceção e Projeto	Nível 7	1	-	1
Administrativa/Financeira	Nível 4	1	-	1

Atividades e mercados

Promotor

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

Atividades e mercados

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

Principais mercados abrangidos / ações promovidas

A promoção da internacionalização é uma das prioridades da ANIET, que tem vindo a desenvolver como estratégia de suporte conjunto às PME do setor da Pedra Natural, com ações determinantes no crescimento sustentado das empresas que reforçam a notoriedade e visibilidade do país no panorama internacional.

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

- Informação sobre mercados, potenciais clientes e certames
- Apoio e presença regular em certames nacionais de visibilidade internacional (TEKTÓNICA, CONCRETA, STONE e ARCHI SUMMIT)

- Organização de ações dirigidas às PME de promoção internacional do setor, tais como:

- . Missões empresariais Rússia e Argélia (2013)

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

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

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

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

- . Marmomac 2022: 17 empresas

- . Projeto Conjunto “Pedra E+ 2023/24”, em curso: 1 Feira TISE, EUA; 2 Feiras Marmomac, Itália; 1 Feira The Natural StoneShow, Reino Unido; 1 Feira Stone+tec, Alemanha; 1 Feira The Big5, EAU; 1 Missão de Prospeção, Suécia; 1 Missão Inversa, Mercados Nórdicos (Dinamarca, Finlândia, Noruega, Suécia)

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

A experiência demonstra que é essencial dar continuidade às iniciativas, evidenciando que a estratégia ideal a seguir é a de, gradualmente e de forma consistente, expandir a capacidade exportadora do setor e conquistar novos mercados, mantendo o vínculo de confiança e cooperação existente com as empresas, evidenciado pela sua fidelização ao longo de diversos projetos, complementada por angariações de novas empresas, permitindo acompanhar a sua evolução e crescimento sólido.

A definição dos mercados, em colaboração com as empresas, a integrar nas ações de promoção internacional tem-se centrado em abordagens estratégicas a:

- Mercados de prestígio, promotores de negócios à escala global (Itália)

- Mercados de proximidade, com histórico de parcerias comerciais (Argélia e Marrocos)

- Mercados mais tradicionais, com histórico e relevância para o setor (Reino Unido); e,

- Mercados de oportunidade e/ou em crescimento (Alemanha, Polónia, Canadá, EUA, e Mercados Nórdicos)

Como consequência da auscultação realizada agora às PME, e num cenário globalmente em retração no consumo de pedra natural em 2023, para além de se manter a presença nos mercados de maior peso, para sustentar e reforçar quotas e dimensão, aposta-se na diversificação, integrando um novo destino em contraciclo e oportunidade para o setor pelos projetos de grande dimensão em curso – Arábia Saudita - e na ação comercial dirigida a novos segmentos, com foco no paisagismo como ferramenta de elevado potencial transformador na arquitetura sustentável.

Após articulação do plano de ação com a AICEP (reunião em 9 de julho de 2024) foram estabelecidos como mercados-alvo:

- Itália: maior player do setor, com inquestionável prestígio global, tornando-se indispensável a presença no maior certame internacional para o setor

- Reino Unido: 6º cliente do setor nacional, é importante manter a presença assídua com um mercado de peso e tradição, cuja retração o setor tem conseguido superar, acrescentando o objetivo de diversificação para um novo segmento emergente como o setor do paisagismo (Feira Stonescape Expo)

- EUA: para consolidar quota (principalmente em produtos acabados de pedras naturais de cantaria ou construção) e explorar novas oportunidades em contactos com potenciais clientes/importadores deste enorme mercado líder mundial (Feira TISE + Prospeção)

- Alemanha: com objetivo de sustentar quota num dos principais mercados de exportação (5º), cliente de produtos com forte componente de design e tecnologia, é aposta global para a rocha ornamental (Feira Stone+Tec)

- Canadá: mercado de oportunidade, embora em arrefecimento pela falta de mão de obra e subida das taxas de juro em 2024, importa manter pelo elevado poder de compra, dando preferência a produto acabado que liberta maiores margens, sendo cliente maioritário de pedras naturais de cantaria e/ou construção (Feira StoneTech Canada)

- Arábia Saudita: historicamente com elevado poder de compra, é um mercado que apresenta um significativo potencial de crescimento em segmentos de maior valor acrescentado. Pretende-se criar uma rede de contactos com prescritores (arquitetos, designers de interiores...) nesta região pelo seu papel decisivo na definição de projetos de grande dimensão em curso no país (Prospeção)

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

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

- Aumento da sua intensidade exportadora para 2,74%
- Realização de 1.100 contactos comerciais
- Efetivação de pelo menos 50 negócios resultantes das ações
- Implementação de ferramentas digitais para os negócios online: 8

Balço e Demonstração de Resultados

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

Origem Preenchimento Manual

Dados disponíveis

Fonte

Código IES CWMTZQBWRQTS

Balço

DR

Rubrica 2023

ATIVO

Ativo não corrente	108.910,75
Ativos fixos tangíveis	87.922,23
Propriedades de investimento	0,00
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	135,94
Ativos por impostos diferidos	0,00
Investimentos financeiros	20.852,58
Ativo corrente	558.027,02
Inventários	0,00
Ativos biológicos	0,00
Clientes	0,00
Adiantamentos a fornecedores	0,00
Estado e outros entes públicos	66,31
Acionistas/sócios	0,00
Outras contas a receber	540.752,43
Diferimentos	941,11
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	16.267,17
TOTAL DO ATIVO	666.937,77

Rubrica	2023
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	124.411,51
Ajustamentos em ativos financeiros	0,00
Excedentes de revalorização	0,00
Outras variações no capital próprio	0,00
Resultado líquido do período	11.430,25
Interesses minoritários	0,00
Dividendos antecipados	0,00
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO	280.656,95
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	386.280,82
Fornecedores	133.254,94
Adiantamentos de clientes	0,00
Estado e outros entes públicos	16.237,80
Acionistas/sócios	0,00
Financiamentos obtidos	64.285,62
Outras contas a pagar	0,00
Diferimentos	156.825,00
Passivos financeiros detidos para negociação	0,00
Outros passivos financeiros	0,00
Passivos não correntes detidos para venda	0,00
Outros passivos correntes	15.677,46
TOTAL DO PASSIVO	386.280,82
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO + PASSIVO	666.937,77

Balço e Demonstração de Resultados

Balço	DR
Rubrica	2023
Vendas e serviços prestados	660.427,44
Subsídios à exploração	376.022,80
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	881.438,83
Gastos com o pessoal	114.160,09
Imparidade de inventários (perdas/reversões)	0,00
Imparidade de dívidas a receber (perdas/reversões)	0,00
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	27.082,61
Rendimentos suplementares	0,00
Outros	27.082,61
Outros gastos e perdas	47.907,03
Impostos indiretos	0,00
Outros	47.907,03
Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos	20.026,90
Gastos/reversões de depreciação e de amortização	1.806,43
Imparidade de Investimentos depreciables/amortizáveis (perdas/reversões)	0,00
Resultado operacional (antes de gastos de financiamento e impostos)	18.220,47
Juros e rendimentos similares obtidos	5,13
Juros e gastos similares suportados	6.209,24
Resultado antes de impostos	12.016,36
Imposto sobre o rendimento do período	586,11
Resultado líquido do período	11.430,25
Resultado das atividades descontinuadas (líquido de impostos) incluído no resultado líquido do período	0,00

Caracterização geral do projeto

Calendarização e investimento

Data início	2024-12-01	Ano pré-projeto	2023	Elegível	1.576.253,59
Data fim	2026-11-30	Ano pós-projeto	2027	Empresas	1.346.290,00
N.º meses	24,00			Promotor(es)	229.963,59

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

O projeto, como preconizado pelo Aviso, pretende contribuir para alavancar as exportações de valor nas PME da cadeia de valor da Pedra Natural Portuguesa bem como a sua notoriedade, contribuindo para o alargamento da sua base e capacidade exportadora e apoiando a presença em mais mercados e mais clientes, pelos canais tradicionais e por via da economia digital. Procura-se apoiar a consolidação e reforço de posições em mercados já trabalhados (EUA, Itália, Canadá, Alemanha, Reino Unido), mas também encontrar novos mercados, emergentes ou de oportunidade (Arábia Saudita), em que as empresas possam estar presentes, conhecendo a evolução e novas tendências de consumo e desenhando novos canais (ex: Paisagismo) para ir ao encontro da procura, cada vez mais exigente e alinhada com padrões elevados de sustentabilidade e responsabilidade ambiental. As ações previstas no projeto permitem dar resposta a estas preocupações, quer através da presença em 7 feiras internacionais estratégicas de referência e 2 ações de prospeção junto de interlocutores relevantes, quer beneficiando das potencialidades das ferramentas web para explorar novas abordagens do marketing-mix na comunicação de valências e entrada em canais de venda online internacional.

O plano de intervenção integra, de forma otimizada, soluções comuns e coerentes para as dificuldades de acesso aos mercados externos enfrentadas por 33 empresas participantes, explorando oportunidades através da presença coordenada e das sinergias que potencia dentro e fora do setor, e facilitando a expansão das áreas e âmbito de intervenção comercial. Adicionalmente, promove o conhecimento sobre os mercados e estimula o benchmarking, acelerando os processos de eco-inovação e valorização de recursos naturais, a incorporação de tecnologia e o eco-design como elementos distintivos na abordagem aos mercados mais exigentes.

O que justifica o enquadramento do projeto na tipologia de internacionalização das PME.

Enquadramento no Programa Financiador

Ações a implementar

Descrição do projeto

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

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

O setor é um dos principais players no panorama internacional e uma parte significativa das empresas opera nos mercados externos ou ambiciona fazê-lo.

O programa de intervenção teve início com a auscultação às empresas para analisar as suas necessidades, desafios, estratégias e níveis de maturidade em processos de internacionalização. Este levantamento incluiu a avaliação dos mercados, segmentos, processos de inovação em curso, canais de comercialização e experiência de promoção internacional.

O histórico de iniciativas conjuntas promovidas pela ANIET e as opiniões de profissionais e outras partes interessadas do setor foram igualmente tidos em conta.

Este trabalho permitiu identificar necessidades e oportunidades comuns nas empresas alvo da intervenção, nomeadamente:

- Premência na obtenção de recursos financeiros para assegurar continuidade dos processos de internacionalização, essenciais num cenário de retração no crescimento económico mundial
- Insipiente aposta, em muitas organizações, no desenvolvimento tecnológico para extração, transformação e aplicação de pedra natural e no conhecimento de produtos e acabamentos inovadores que promovam a diferenciação num mercado global em constante evolução
- Conhecer o posicionamento da concorrência direta de operadores internacionais, especialmente dos mercados asiáticos, e de outros produtos substitutos com elevada pressão para conquistar segmentos tradicionais da pedra
- Escassez de contactos em grandes mercados e/ou mercados emergentes com poder de compra e em crescimento, que valorizam produtos de valor acrescentado e diferenciados
- Necessidade de incrementar a visibilidade da pedra natural portuguesa em eventos de prestígio, para desenvolver um posicionamento diferenciado e valioso, aproveitando benefícios de escala, sinergias e alianças estratégicas possibilitadas pela participação conjunta
- Falta de informação especializada que oriente a ação comercial das PME sobre as preferências dos mercados, evolução e posições no comércio setorial internacional

- Necessidade de expandir áreas de intervenção (base exportadora), explorando mercados de oportunidade e nichos específicos, em linha com as tendências mundiais de sustentabilidade, como o caso do novo segmento de mercado do Paisagismo
- Conseguir penetrar em segmentos de mercado que valorizem produtos diferenciados, com elevada incorporação de design e tecnologia, direcionados a prescritores como arquitetos, designers, entre outros, e importadores, que proporcionem margens superiores
- Dinâmicas de comunicação e marketing digital e modelos de negócio online diminutas, num setor que praticamente só utiliza canais tradicionais, não aproveitando o crescimento mundial deste segmento e o seu potencial no acesso quase instantâneo a mercados globais

Para ultrapassar estes desafios e integrar os diferentes níveis de maturidade e preparação das empresas para a internacionalização, respeitando as suas estratégias individuais de ação comercial, foi desenvolvido um conjunto de atividades abrangentes, coordenadas e potenciadoras de sinergias, visando reforçar a presença internacional das PME participantes propondo-se um plano de intervenção dirigido a 6 mercados-alvo preferenciais, situados em 3 regiões continentais (Europa, América e Ásia): Itália, EUA, Canadá, Alemanha, Reino Unido e Arábia Saudita.

O plano potencia sinergias entre as participantes e escala pela participação conjunta, com uma abordagem abrangente e diversificada, que combina o desenvolvimento de ações de promoção e ações comerciais presenciais nos mercados-alvo e a dinamização de ações de promoção e marketing internacional via economia digital, com adesão direta das empresas.

Inclui ainda iniciativas relevantes de carácter transversal, para impulsionar visibilidade externa e alavancar resultados, e apoiar a capacitação das empresas através de produção de informação, promoção do debate e benchmarking, para além de ações de sensibilização para adesão e avaliação de resultados.

O plano de intervenção será executado num período temporal de 24 meses e envolverá um total previsto de 33 empresas.

Contempla:

1 CONTACTO PRESENCIAL NOS MERCADOS-ALVO, num total de 89 participações previstas

1.1 Presença em Feiras Internacionais (75 participações)

Preparação e acompanhamento das empresas para participação coordenada em 7 feiras internacionais de referência para o setor, tendo em vista a ação comercial, o conhecimento do posicionamento da concorrência e desafios colocados por produtos substitutos presentes no mercado, o acesso às tecnologias emergentes e desenvolvimentos industriais imprescindíveis para a inovação da oferta nacional e visibilidade sobre as mais recentes tendências do mercado e da procura emergente:

- Feira TISE, nos EUA (2 edições), Feira Marmomac, em Itália (2 edições), Feira StoneTech Canadá, Feira Stone+Tec, na Alemanha e uma primeira presença na Feira Stonescape Expo, no Reino Unido

1.2 Realização de Missões de Prospeção (14 participações)

Preparação e acompanhamento das empresas em 2 missões de prospeção:

- EUA: dando continuidade à estratégia de missões anteriores, serão estabelecidos contactos comerciais e de promoção com prescritores/importadores de novas regiões deste enorme país/continente que é o maior importador mundial do setor
- Arábia Saudita: mercado asiático em forte crescimento, com projetos de infraestruturas de grande dimensão em curso, designadamente na indústria e construção sustentáveis, procura-se criar pontes com agentes locais e grupos específicos de prescritores e importadores relevantes para a penetração e abertura à oferta portuguesa

2 ECONOMIA DIGITAL, num total de 14 participações previstas

2.1 Ativação do e-Commerce (4 participações)

Tendo em vista a promoção do desenvolvimento de negócios no canal online, em crescimento, num setor iminentemente resistente a este segmento, o projeto proporciona suporte à criação de lojas online para as empresas aderentes bem como apoio para inscrição e otimização da presença em marketplaces eletrónicos, de forma a maximizar a visibilidade das PME no cenário digital global, expandir os negócios e alcançar novos públicos-alvo.

2.2 Implementação de Campanhas de Marketing (10 participações)

Mantém-se o enfoque em ultrapassar resistências endémicas das empresas e em conquistar uma maior maturidade digital fornecendo, através do projeto, a possibilidade de serem implementadas, de forma sustentada, ferramentas digitais para a comunicação e marketing dirigida aos mercados:

- Otimização das estratégias digitais (via SEO/SEA/WEB Analytics) tendo em vista a melhoria dos processos associados à presença online das empresas participantes, atendendo sobretudo à interação pretendida com os mercados internacionais alvo
- Conceção de conteúdos de marketing digital para suporte à promoção dirigida aos mercados internacionais, designadamente:
 - . Produção de Vídeos Institucionais e Promocionais: criação de vídeos que apresentem a empresa, os seus produtos e projetos, proporcionando uma comunicação eficaz e envolvente com potenciais clientes.
 - . Desenvolvimento de Catálogos Digitais: conceção de catálogos digitais detalhados, que permitam uma apresentação sofisticada e facilmente acessível dos produtos e serviços da empresa.

3. ACOMPANHAMENTO E DESENVOLVIMENTO

Incluem-se as atividades de carácter transversal, no suporte à capacitação empresarial, preparação e acompanhamento das empresas, alavancagem de resultados, e avaliação e disseminação de resultados:

3.1 Ações de comunicação e marketing do projeto

- Infografia colaborativa "Natural Stone: the sustainable choice"
- Campanha de marketing digital "Natural Stone: the sustainable choice"
- Vídeo promocional
- Promoção e comunicação

3.2 Eventos colaborativos para a internacionalização

Momentos dedicados à sensibilização das empresas para a importância da internacionalização, partilha de boas práticas, debate e discussão, e de disseminação de experiências e resultados, que são cruciais para a criação de uma base de conhecimento sólida, especialmente num contexto de rápida transformação empresarial e digital, para induzir uma mudança de visão e postura nas PME, preparando-as para responder de forma eficaz à intensa competição internacional e, assim, potenciar o crescimento dos seus negócios. Serão realizados:

- Sessão de apresentação do plano de ação
- Webinar "Natural Stone: the sustainable choice"
- Sessão de apresentação de resultados

3.3 Gestão e Avaliação

Inclui os trabalhos da equipa técnica da ANIET e de consultoria especializada para tarefas de:

- Sensibilização e informação às empresas tendo em vista a sua adesão e implementação de boas práticas enquanto aderentes
- Preparação adequada das ações e das empresas e o seu acompanhamento durante a realização das mesmas
- Avaliação de resultados do projeto e nas empresas

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

Demonstrar a natureza incremental desta candidatura, conforme definido em aviso, caso tenha operações aprovadas ao abrigo dos AAC n.º 04/SI/2022 e/ou MPr-2023-5

O projeto Pedra E+ 25/26 representa uma abordagem dinâmica e adaptativa, que evolui continuamente com base na experiência adquirida em edições anteriores. Esta estratégia é flexível e responde às mudanças na conjuntura económica global, às estratégias empresariais, aos nichos promissores do setor da Pedra Natural e às novas tendências de consumo sustentável, eco-friendly e digital.

Tem natureza incremental relativamente ao projeto em curso Pedra E+2023/24, aprovado no âmbito do AAC n.º 04/SI/2022, dado que alarga o âmbito de atuação a novos mercados de oportunidade e em crescimento, em contraciclo à contração generalizada das principais economias, fomenta a entrada em novos segmentos de mercado com participação em ações de caráter inovador e contempla novas abordagens ao digital e ao marketing internacional, procurando adequar a sua estratégia às novas tendências de mercado e às alterações nos paradigmas da competitividade que valorizam fortemente princípios de Sustentabilidade, Circularidade e Digitalização, em linha com os objetivos preconizados para a internacionalização portuguesa.

O projeto irá integrar novas dimensões e mercados que foram identificados como estratégicos para o crescimento sustentável do setor da Pedra Natural Portuguesa, a saber:

1 - Realização de uma missão de prospeção para penetração num novo mercado de forte potencial de crescimento: Arábia Saudita.

A Arábia Saudita tem demonstrado um crescimento económico significativo e contínuo, impulsionado por iniciativas como o Vision 2030, que visa diversificar a economia e reduzir a dependência do petróleo. Este plano inclui projetos de desenvolvimento urbano e infraestruturas, incluindo a construção de novas cidades e zonas comerciais.

Alinhada com as novas tendências e preferências dos consumidores, a escolha da Arábia Saudita como um mercado estratégico (9º comprador no mundo e 20º a Portugal) é baseada na necessidade crescente de materiais de construção sofisticados e sustentáveis que a Pedra Natural Portuguesa pode fornecer, designadamente nos países de maior crescimento e poder de compra do continente asiático, com as suas propriedades de durabilidade e estética, sendo um material altamente valorizado para esses projetos de desenvolvimento das cidades inteligentes e sustentáveis de grande escala.

A integração da Arábia Saudita como um mercado estratégico no projeto Pedra E+ 25/26 é, portanto, uma decisão fundamentada na análise do potencial de crescimento perspectivado para o país e região envolvente, nas oportunidades de parcerias e na necessidade de diversificação. Esta abordagem reflete uma estratégia robusta e adaptativa, alinhada com os objetivos de internacionalização e promoção da Marca Portugal.

A expansão para novos mercados como a Arábia Saudita é uma forma eficaz de diversificar o risco e reduzir a dependência de mercados mais saturados, instáveis ou em contração, numa abordagem proativa que é essencial para mitigar os riscos e aproveitar as oportunidades emergentes de forma estratégica e eficaz.

2 - Participação pela primeira vez na feira STONELAND EXPO, a realizar no Reino Unido, um evento especializado para o segmento do paisagismo comercial e residencial. Setor complementar em tendência e crescimento pela intensificação do planeamento urbano e exigências ambientais contemporâneas, procura-se explorar o potencial comercial do crescimento dos espaços multifuncionais e a procura por elementos naturais de origem sustentável, onde a Pedra Natural tem elevada relevância enquanto elemento construtivo sustentável.

Esta participação reflete uma estratégia incremental, diversificada e inovadora, que responde às tendências globais de procura de soluções sustentáveis rumo a uma economia neutra e circular, onde o paisagismo é visto como um novo nicho promissor que pode expandir a utilização da Pedra Natural Portuguesa, promovendo assim a adaptabilidade e a resiliência das empresas portuguesas num mercado global em constante transformação. O projeto também se propõe a criar sinergias entre os setores de construção, habitat e paisagismo, maximizando as oportunidades de mercado e reforçando a presença da Marca Portugal em novos contextos internacionais.

A participação na STONELAND EXPO permitirá às empresas portuguesas não só apresentar os seus produtos, mas também identificar e adotar melhores práticas, inclusive na comunicação e ação comercial alinhadas com princípios de desenvolvimento sustentável, estabelecendo novas parcerias estratégicas e aumentando a visibilidade da Pedra Natural Portuguesa em mercados de alta relevância, marcando assim um avanço significativo em relação às anteriores abordagens.

3 – Novas ferramentas digitais: a abordagem incremental é evidenciada também pela incorporação de ferramentas digitais avançadas focadas na análise de mercado e otimização da presença online melhorando a interação com potenciais clientes no digital, nos seus websites ou plataformas, permitindo às empresas analisar e tomar decisões, orientando ou segmentando da forma mais adequada a sua comunicação no segmento online.

4 – Ativação de uma campanha digital internacional, focada em comunicar a Pedra Natural Portuguesa como elemento construtivo sustentável, que alavancará resultados às PME aderentes e reforçará a imagem do setor nacional como indústria de referência em padrões de sustentabilidade e circularidade.

Assim, esta abordagem a um mercado nunca trabalhado, a um novo segmento e a exploração de novas ferramentas web e marketing digital internacional é uma forte aposta em termos de promoção da Pedra Natural Portuguesa, ampliando o espectro de atuação das empresas e consolidando a estratégia de internacionalização com um foco específico em tendências emergentes e oportunidades inexploradas. A diversificação de mercados e eventos garantirá uma maior robustez e dinamismo ao setor, permitindo uma resposta mais eficaz às flutuações e desafios do mercado global.

Lista das PME participantes

Características da operação em conjunto

Nº de Empresas envolvidas na operação em conjunto

Apresentado

25

Previsto

33

Identificação das PME participantes

Nº	NIF	Sigla	Nome	Amostra	Documento
1	502536462	BRITAMINHO	BRITAMINHO-GRANITOS E BRITAS DO MINHO LDA	S	OK
2	502862521	COREMAQ	COREMAQ - COMÉRCIO E REPARAÇÃO DE MÁQUINAS, S.A.	-	-
3	500959544	DP	DIMPOMAR - ROCHAS PORTUGUESAS, LIMITADA	-	-
4	504277383	FRAVIZEL	FRAVIZEL - EQUIPAMENTOS METALOMECÂNICOS, S.A.	-	-
5	504441833	GRA 2003	GRA 2003 - GRANITOS E MÁRMORES LDA	-	-
6	502320150	GRANIDENS E	GRANIDENSE - GRANITOS DOURIENSE LDA	-	-
7	504039466	GRANISELR EAL	GRANISELREAL - SOCIEDADE DE COMERCIALIZAÇÃO DE PEDRAS NATURAIS LDA	S	OK
8	505280035	GNT-GRANITOS DO NORTE.LDA	GNT - GRANITOS DO NORTE LDA	-	-
9	503842230	GIP	GRANITOS IRMÃOS PEIXOTO LDA	-	-
10	501757295	HM	HÉLIO & MONTEIRO LDA	-	-
11	514247029	HORUSTON E	HORUSTONE, LDA	-	-
12	500837392	INCOVECA	INCOVECA - GRANITOS S.A.	-	-
13	501049827	MARMOGUIA	MARMOGUIA-MÁRMORES E CANTARIAS LDA	-	-
14	501955372	MV	MÁRMORES VIGÁRIO LDA	-	-
15	503896888	MAROUFI	MAROUFI - SOCIEDADE DE GRANITOS E MÁRMORES LDA	-	-
16	501319344	MOCAMAR	MOCAMAR-MÁRMORES DE ALCANEDE, LIMITADA	-	-
17	502125810	MONTARIOL	PEDREIRA DE MONTARIOL, LDA	-	-
18	513311858	MRFSTONE	MRF - NATURAL STONE, LDA	-	-
19	503057720	MVC	MVC - MÁRMORES DE ALCobaça LDA	-	-
20	503187526	NATSTONE	NATSTONE, S.A.	-	-
21	502681128	OLIVEIRA RODRIGUES	OLIVEIRA RODRIGUES - GRANITOS DE PEDRAS SALGADAS LDA	-	-
22	502793520	PARDAIS	CONSTRUÇÕES PARDAIS - IRMÃOS MONTEIROS LDA	-	-

Nº	NIF	Sigla	Nome	Amostra	Documento
23	505458365	REGO	REGO, UNIPessoal LDA	S	OK
24	505632012	SÓ CUBOS	SÓ CUBOS - GRANITOS, UNIPessoal LDA	-	-
25	506668894	VALSTONE	VALSTONE - COMÉRCIO DE CALCÁRIOS LDA	-	-

Dados das PME participantes

Dados das PME

PME	BRITAMINHO:: BRITAMINHO-GRANITOS E BRITAS DO MINHO LDA		
NIF	502536462		
Nome	BRITAMINHO-GRANITOS E BRITAS DO MINHO LDA		
Morada	ESTRADA-GONÇA		
Cód. Postal	4800-000	GUIMARÃES	
Concelho	Guimarães	Freguesia	Gonça
Telefone	253559810	E-mail	britaminho@gmail.com
URL	http://www.britaminho.com.pt		
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	399.038,32
Data de constituição	1990-12-14	Data de início de atividade	1991-03-01
Dimensão	Média Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
08112	Extração de granito ornamental e rochas similares	50,00
23703	Fabricação de artigos de granito e de rochas, n.e.	50,00

Localização

Designação	SEDE				
Concelho	Guimarães	Freguesia	Gonça		
A empresa tem um estabelecimento nesse concelho?		Sim	☒	Não	☐
A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento?		Sim	☒	Não	☐

Justificação de localização diferente

CAE

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

Justificação de CAE diferente

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2023	2.648.876,62	935.736,70
Pós-projeto	2027	2.900.000,00	1.200.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2024-08-08 Amostra ☒

Dados das PME participantes

Dados das PME

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

Atividade(s) económica(s) da empresa

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

Localização

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

Justificação de localização diferente

CAE

33120	Reparação e manutenção de máquinas e equipamentos
CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?	

Justificação de CAE diferente

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2023	2.199.347,12	342.116,31
Pós-projeto	2027	3.000.000,00	800.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2024-08-05 Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

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

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
23701	Fabricação de artigos de mármore e de rochas similares	99,00
68200	Arrendamento de bens imobiliários	1,00

Localização

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

Justificação de localização diferente

CAE

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

Justificação de CAE diferente

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2023	7.570.991,77	5.567.223,61
Pós-projeto	2027	8.710.000,00	6.450.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2024-08-02 Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

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

Atividade(s) económica(s) da empresa

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

Localização

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

Justificação de localização diferente

CAE

28920	Fabricação de máquinas para as indústrias extrativas e para a construção
CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?	

Justificação de CAE diferente

28920 - Corresponde ao CAE principal de acordo com IES 2023 da empresa e consulta no SICAE.

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2023	13.182.520,01	6.913.958,58
Pós-projeto	2027	15.000.000,00	8.000.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2024-08-05 Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

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

Atividade(s) económica(s) da empresa

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

Localização

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

Justificação de localização diferente

CAE

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

Justificação de CAE diferente

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2023	1.914.273,65	985.007,43
Pós-projeto	2027	2.205.415,00	1.150.425,35

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2024-08-06 Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

PME	GRANIDENSE:: GRANIDENSE - GRANITOS DOURIENSE LDA		
NIF	502320150		
Nome	GRANIDENSE - GRANITOS DOURIENSE LDA		
Morada	Avenida João Paulo II, nº237		
Cód. Postal	4575-069	ALPENDURADA E MATOS	
Concelho	Marco de Canaveses	Freguesia	Alpendorada, Várzea e Torrão
Telefone	255611614	E-mail	granidense@mail.telepac.pt
URL	https://granidense.com/		
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	50.000,00
Data de constituição	1990-03-09	Data de início de atividade	1990-03-16
Dimensão	Média Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

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

Localização

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

Justificação de localização diferente

CAE

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

Justificação de CAE diferente

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2023	2.116.497,77	1.194.707,87
Pós-projeto	2027	4.500.000,00	3.000.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo	2024-07-31	Amostra	☐
----------------	------------	---------	--------------------------

Dados das PME participantes

Dados das PME

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

Atividade(s) económica(s) da empresa

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

Localização

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

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

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

Justificação de localização diferente

CAE

46732	Comércio por grosso de materiais de construção (exceto madeira) e equipamento sanitário
CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?	

Justificação de CAE diferente

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2023	5.388.863,25	2.710.003,79
Pós-projeto	2027	7.000.000,00	4.000.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2024-08-08 Amostra ☒

Dados das PME participantes

Dados das PME

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

Atividade(s) económica(s) da empresa

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

Localização

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

Justificação de localização diferente

--

CAE

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

Dados das PME participantes

Justificação de CAE diferente

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2023	6.460.841,34	3.366.474,17
Pós-projeto	2027	6.783.883,41	3.534.797,88

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2024-08-01 Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

PME	GIP:: GRANITOS IRMÃOS PEIXOTO LDA		
NIF	503842230		
Nome	GRANITOS IRMÃOS PEIXOTO LDA		
Morada	Rua da Zona Industrial, nº. 99		
Cód. Postal	4625-123	FAVÕES	
Concelho	Marco de Canaveses	Freguesia	Bem Viver
Telefone	255588841	E-mail	gip@granitospeixoto.pt
URL	http://www.granitospeixoto.com		
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	250.000,00
Data de constituição	1997-01-20	Data de início de atividade	1997-01-20
Dimensão	Pequena Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
08112	Extração de granito ornamental e rochas similares	20,00
23703	Fabricação de artigos de granito e de rochas, n.e.	80,00

Localização

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

Justificação de localização diferente

CAE

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

Justificação de CAE diferente

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2023	3.560.698,10	2.975.724,43
Pós-projeto	2027	6.000.000,00	5.000.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2024-07-31 Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

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

Atividade(s) económica(s) da empresa

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

Localização

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

Justificação de localização diferente

CAE

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

Justificação de CAE diferente

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2023	1.641.862,64	1.059.986,28
Pós-projeto	2027	1.750.000,00	1.130.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2024-08-06 Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

PME	HORUSTONE:: HORUSTONE, LDA		
NIF	514247029		
Nome	HORUSTONE, LDA		
Morada	Rua de Pias, nº 381		
Cód. Postal	4990-179	PONTE DE LIMA	
Concelho	Ponte de Lima	Freguesia	Feitosa
Telefone	917556193	E-mail	cidaliamachado@icloud.com
URL	https://horustone.com/		
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	2.000,00
Data de constituição	2017-04-07	Data de início de atividade	2017-04-21
Dimensão	Micro Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
62010	Atividades de programação informática	100,00

Localização

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

Justificação de localização diferente

CAE

62010	Atividades de programação informática
CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?	

Justificação de CAE diferente

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2023	1.965.584,61	1.419.502,34
Pós-projeto	2027	3.000.000,00	2.500.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo	2024-08-09	Amostra	☐
----------------	------------	---------	--------------------------

Dados das PME participantes

Dados das PME

PME	INCOVECA:: INCOVECA - GRANITOS S.A.		
NIF	500837392		
Nome	INCOVECA - GRANITOS S.A.		
Morada	Lugar da Veiga		
Cód. Postal	3640-290	SERNANCELHE	
Concelho	Sernancelhe	Freguesia	União das freguesias de Sernancelhe e Sarzeda
Telefone	254550010	E-mail	jgluzes@incoveca.pt
URL	www.incoveca.pt		
Natureza jurídica	Sociedade Anónima	Capital Social	5.488.000,00
Data de constituição	1979-02-07	Data de início de atividade	1979-02-07
Dimensão	Média Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
08112	Extração de granito ornamental e rochas similares	19,00
23703	Fabricação de artigos de granito e de rochas, n.e.	80,00
41200	Construção de edifícios (residenciais e não residenciais)	1,00

Localização

Designação	SEDE				
Concelho	Sernancelhe	Freguesia	União das freguesias de Sernancelhe e Sarzeda		
A empresa tem um estabelecimento nesse concelho?		Sim	☒	Não	☐
A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento?		Sim	☒	Não	☐

Justificação de localização diferente

CAE

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

Justificação de CAE diferente

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2023	12.173.228,94	7.076.285,29
Pós-projeto	2027	13.000.000,00	7.150.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2024-08-01 Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

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

Atividade(s) económica(s) da empresa

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

Localização

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

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

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

Justificação de localização diferente

CAE

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

Justificação de CAE diferente

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2023	683.563,39	411.153,54
Pós-projeto	2027	820.276,07	547.097,49

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2024-08-05 Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

PME	MV:: MÁRMORES VIGÁRIO LDA		
NIF	501955372		
Nome	MÁRMORES VIGÁRIO LDA		
Morada	ATAÍJA DE CIMA-S.VICENTE DE ALJUBARROTA		
Cód. Postal	2460-713	ALJUBARROTA (SÃO VICENTE)	
Concelho	Alcobaça	Freguesia	Aljubarrota
Telefone	262505060	E-mail	cristina@mvc.pt
URL			
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	498.779,88
Data de constituição	1988-02-11	Data de início de atividade	1988-03-24
Dimensão	Pequena Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
08113	Extração de calcário e cré	70,00
23701	Fabricação de artigos de mármore e de rochas similares	30,00

Localização

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

Justificação de localização diferente

CAE

08113	Extração de calcário e cré
CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?	

Justificação de CAE diferente

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2023	3.576.549,64	1.052.638,60
Pós-projeto	2027	4.350.000,00	2.950.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2024-08-02 Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

PME	MAROUFI:: MAROUFI - SOCIEDADE DE GRANITOS E MÁRMORES LDA		
NIF	503896888		
Nome	MAROUFI - SOCIEDADE DE GRANITOS E MÁRMORES LDA		
Morada	Rua 16 de Março, Cela		
Cód. Postal	3600-455	MOLEDO CDR	
Concelho	Castro Daire	Freguesia	Moledo
Telefone	232301110	E-mail	financeiro@maroufi.pt
URL	http://maroufi.pt		
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	324.000,00
Data de constituição	1997-05-28	Data de início de atividade	1997-05-28
Dimensão	Pequena Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
23701	Fabricação de artigos de mármore e de rochas similares	1,00
23703	Fabricação de artigos de granito e de rochas, n.e.	97,00
43330	Revestimento de pavimentos e de paredes	1,00
43390	Outras atividades de acabamento em edifícios	1,00

Localização

Designação	SEDE				
Concelho	Castro Daire	Freguesia	Moledo		
A empresa tem um estabelecimento nesse concelho?		Sim	☒	Não	☐
A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento?		Sim	☒	Não	☐

Justificação de localização diferente

CAE

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

Justificação de CAE diferente

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2023	2.504.906,54	1.185.096,45
Pós-projeto	2027	2.600.000,00	1.300.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2024-08-08 Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

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

Atividade(s) económica(s) da empresa

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

Localização

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

Justificação de localização diferente

CAE

08111	Extração de mármore e outras rochas carbonatadas
CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?	

Justificação de CAE diferente

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2023	2.741.193,01	2.571.411,09
Pós-projeto	2027	3.000.000,00	2.750.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2024-07-31 Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

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

Atividade(s) económica(s) da empresa

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

Localização

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

Justificação de localização diferente

CAE

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

Justificação de CAE diferente

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2023	1.141.819,56	0,00
Pós-projeto	2027	3.000.000,00	120.000,00

Dados das PME participantes

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo

Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

PME	MRFSTONE:: MRF - NATURAL STONE, LDA		
NIF	513311858		
Nome	MRF - NATURAL STONE, LDA		
Morada	Rua Principal, n.º 9		
Cód. Postal	2025-142	ALCANEDE	
Concelho	Santarém	Freguesia	Alcanede
Telefone	243406205	E-mail	geral@mrfstone.com
URL			
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	130.000,00
Data de constituição	2014-11-20	Data de início de atividade	2014-11-26
Dimensão	Micro Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

CAE	Designação	%
08113	Extração de calcário e cré	100,00

Localização

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

Justificação de localização diferente

CAE

08113	Extração de calcário e cré
CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?	

Justificação de CAE diferente

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2023	331.915,70	1.900,00
Pós-projeto	2027	430.000,00	100.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo	2024-08-13	Amostra	☐
----------------	------------	---------	--------------------------

Dados das PME participantes

Dados das PME

PME	MVC:: MVC - MÁRMORES DE ALCobaÇA LDA		
NIF	503057720		
Nome	MVC - MÁRMORES DE ALCobaÇA LDA		
Morada	ATAÍJA DE CIMA		
Cód. Postal	2460-713	ALJUBARROTA (SÃO VICENTE)	
Concelho	Alcobaça	Freguesia	Aljubarrota
Telefone	262505060	E-mail	alexandre@mvc.pt
URL	http://www.mvc.pt		
Natureza jurídica	Sociedade Por Quotas	Capital Social	1.000.000,00
Data de constituição	1993-09-01	Data de início de atividade	1993-09-06
Dimensão	Pequena Empresa		

Atividade(s) económica(s) da empresa

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

Localização

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

Justificação de localização diferente

CAE

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

Justificação de CAE diferente

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2023	3.258.442,37	2.757.593,35
Pós-projeto	2027	4.100.000,00	3.500.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo	2024-08-02	Amostra	☐
----------------	------------	---------	--------------------------

Dados das PME participantes

Dados das PME

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

Atividade(s) económica(s) da empresa

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

Localização

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

Justificação de localização diferente

CAE

08111	Extração de mármore e outras rochas carbonatadas
CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?	

Justificação de CAE diferente

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2023	4.519.103,00	3.656.482,93
Pós-projeto	2027	5.422.923,60	4.387.779,52

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2024-08-07 Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

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

Atividade(s) económica(s) da empresa

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

Localização

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

Justificação de localização diferente

CAE

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

Justificação de CAE diferente

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2023	2.350.263,39	1.082.994,21
Pós-projeto	2027	3.500.000,00	2.000.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2024-08-05 Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

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

Atividade(s) económica(s) da empresa

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

Localização

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

Justificação de localização diferente

CAE

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

Justificação de CAE diferente

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2023	11.153.198,90	3.189.601,91
Pós-projeto	2027	14.000.000,00	4.000.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2024-08-02 Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

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

Atividade(s) económica(s) da empresa

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

Localização

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

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

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

Justificação de localização diferente

CAE

28920	Fabricação de máquinas para as indústrias extrativas e para a construção
CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?	

Justificação de CAE diferente

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2023	1.334.012,60	93.318,90
Pós-projeto	2027	3.000.000,00	800.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2024-08-08 Amostra ☒

Dados das PME participantes

Dados das PME

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

Atividade(s) económica(s) da empresa

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

Localização

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

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

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

Justificação de localização diferente

CAE

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

Justificação de CAE diferente

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2023	1.281.137,50	346.333,90
Pós-projeto	2027	1.450.000,00	450.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2024-08-07 Amostra ☐

Dados das PME participantes

Dados das PME

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

Atividade(s) económica(s) da empresa

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

Localização

Designação	SEDE		
Concelho	Porto de Mós	Freguesia	União das freguesias de Arrimal e Mendiga
A empresa tem um estabelecimento nesse concelho?	Sim ☒	Não ☐	
A produção (produto/serviço) subjacente ao projeto é concretizada nesse estabelecimento?	Sim ☒	Não ☐	

Justificação de localização diferente

CAE

46732	Comércio por grosso de materiais de construção (exceto madeira) e equipamento sanitário
CAE do sector (A)gricultura ou (P)escas?	

Justificação de CAE diferente

46732 - Corresponde ao CAE principal de acordo com IES 2023 da empresa e consulta no SICAE.

Dados das PME participantes

Volume de negócios

	Ano	Total	Exterior
Pré-projeto	2023	698.211,53	159.844,64
Pós-projeto	2027	800.000,00	200.000,00

Acordo de pré-adesão

Data do Acordo 2024-08-01 Amostra ☐

Crêterios de seleção das PME participantes

Crêterios de seleção e caracterização geral do perfil das PME participantes

Os cr terios de seleção adotados visam criar um grupo de PME orientado por objetivos estratégicos comuns de aumentar a sua base e capacidade exportadora e o seu reconhecimento internacional e que reúnam condições adequadas para dar cumprimento ao programa de intervenção assumido, de forma a assegurar uma abordagem conjunta homog nea e coerente sob o ponto de vista de valorização da indústria extrativa e transformadora da pedra natural e reforço da imagem nos mercados.

No processo de seleção são estabelecidos cr terios a cumprir que poderão conduzir à seleção ou não das empresas que tenham manifestado o interesse em participar como:

1 CRÊTERIOS DE ELEGIBILIDADE

Em estrito cumprimento do determinado pelo Aviso e legislação aplicável, numa primeira fase é realizada pela ANIET a análise de elegibilidade das empresas tendo em conta o seu enquadramento nos requisitos formais para a participação e conformidade da documentação de suporte apresentada (IES, certidões de d vidas, certificados PME, ...)

2 EXISTÊNCIA DE CONDIÇÕES ADEQUADAS   PARTICIPAÇÃO

Tendo por base o conhecimento e proximidade que a ANIET tem às empresas, o historial de participação anterior e a informação recolhida na fase de manifestação de interesse, a seleção pondera ainda:

- Exercício de atividades relacionadas com o setor (extração e/ou transformação, produção e/ou comercialização de massas minerais e de depósitos minerais ou de equipamentos, produtos e serviços afins, direta ou indiretamente relacionadas com o setor)

- Existência de gestor responsável que seja o interlocutor com a ANIET e entidades especializadas

- Conhecimento sobre as variáveis do negócio e abertura para dinamizar novos canais de distribuição, designadamente o online

- Solidez financeira para suportar os custos relacionados com a participação nos eventos e prossegu  o da estratégia p s-projeto

- Disponibilidade e empenho para integrar as ações e nas dinâmicas complementares afetando recursos/meios adequados   participação

- Organização interna capaz de dar resposta às solicitações decorrentes das iniciativas nos mercados externos (em dimensão ou em resposta tecnológica) e visão para dinamizar as sinergias alavancadas pela participação conjunta

- Existência de produtos e serviços com elevado potencial de exportação para os mercados-alvo, principalmente oferta diferenciadora (novos acabamentos, aplicações multifuncionais, com desenho técnico, que possam incorporar tecnologia, forte componente de design...) e serviços especializados relacionados

- Empenho na valorização da qualidade do serviço, da inovação organizativa e do marketing, e abertura a práticas de cooperação alargada (inter e intrasetorial e com entidades tecnológicas e ligadas à inovação)

- Abertura a novas formas de abordagem aos mercados, nomeadamente por via da utilização de ferramentas de marketing sofisticadas

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

Adicionalmente, no acordo de pr -adesão são estabelecidas, logo   partida para que adiram conscientemente e de forma responsável ao projeto, as seguintes condições:

- “-Garantir o cumprimento das condições de acesso e de participação, ter capacidade financeira e produtiva adequadas e estratégia comercial definida para a internacionalização

- Preparar-se adequadamente para a participação nas atividades, atuando de forma diligente e proativa;

- Fornecer os elementos necessários ao acompanhamento da participação, designadamente IES, certidões comprovativas de situação regularizada e certificado PME

- Apresentar os dados necessários   avaliação dos resultados e impacto do projeto (aumento do volume das exportações das PME), incluindo a resposta atempada aos inq ritos e entrevistas efetuadas no âmbito do projeto;

- Remeter atempadamente as informações solicitadas pelo promotor e participar nas reuniões para que seja convocada

- Manter atividade aberta e proceder às atualizações necessárias de informação, até 1 ano pós-projeto (2027)

- Deverá cumprir os normativos em matéria de contratação pública relativamente a? execução dos projetos, quando aplicável

A empresa tem conhecimento que:

- No caso de qualquer uma das condições acima descritas não serem cumpridas pela empresa, não será atribuído o subsídio correspondente, ficando responsável por suportar a totalidade dos custos inerentes à sua participação

- Em fase de encerramento de projeto poderá haver a necessidade de se proceder a ajustes financeiros dependendo dos custos finais que vierem a ser apurados e do universo final das empresas participantes, pelo que o valor do reembolso poderá sofrer ligeiras alterações.”

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

Este acordo de pr -adesão   subscrito pelas empresas, passada a fase de seleção, sendo constituído um processo documental individual, composto pelo Acordo de Pr -Adesão e documentação inerente.

As informações recolhidas permitem construir um referencial de caracterização muito fided igno sobre o universo de aderentes (o projeto contempla a participação de 33 empresas e, na primeira fase de sensibilização, com vista   pr -adesão, foram já selecionadas 25 empresas elegíveis, que representam 76% do total de empresas previsto), que passamos a descrever.

a) ATIVIDADES DESENVOLVIDAS (CAE)

-08111|Extração de mármore e outras rochas carbonatadas: 8%

-08112|Extração de granito ornamental e rochas similares: 32%

- 08113|Extração de calcário e cré: 8%
- 23701|Fabricação de artigos de mármore e de rochas similares: 20%
- 23703|Fabricação de artigos de granito e de rochas: 8%
- 46732|Comércio por grosso de materiais de construção e equipamento sanitário: 8%
- 28920|Fabricação de máquinas para as indústrias extrativas e para a construção: 8%
- 33120|Reparação e manutenção de máquinas e equipamentos: 4%
- 62010|Atividades de programação informática: 4%

Dedicam-se à extração (em pedreira) e/ou transformação de rochas calcárias, mármore e rochas similares, granitos e outras rochas siliciosas. As empresas transformadoras convertem os blocos extraídos das pedreiras, em artigos destinados a pavimentos, revestimentos, lajes, alvenarias, guias, cubos, mobiliário urbano, paisagismo, reabilitação património, aplicações habitat (bancadas, painéis, mobiliário), à arte funerária, escultura, e/ou à sua comercialização. Incluem-se ainda empresas que se dedicam à fabricação de máquinas e equipamentos de alta tecnologia para a transformação da pedra e construção, à reparação e manutenção de máquinas e equipamentos e a atividades de programação informática (softwares para a indústria).

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

b) LOCALIZAÇÃO

São essencialmente PME das zonas Norte (56%), Centro (20%) e Alentejo (24%).

c) EXPERIÊNCIA PRÉVIA EM INTERNACIONALIZAÇÃO

3 novos exportadores

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

d) CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

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

e) MERCADOS

Essencialmente exportadoras, embora com pesos diferentes, para mercados como França, Espanha, Alemanha na lista dos maiores compradores, objetivam entrar em novos segmentos, mais exigentes, mas mais rentáveis, explorando oportunidades em mercados emergentes e de oportunidades, como é o caso da Arábia Saudita. Reiteram a importância da presença na Marmomac - Itália

f) MARCAS PRÓPRIAS

28% possui marca própria registada

g) INOVAÇÃO

Cerca de 76% das empresas tem em curso pelo menos uma atividade de inovação.

A tecnologia dos equipamentos é predominante na cadeia de valor e, em parte, inovar deriva da capacidade de desenvolvimento tecnológico dos equipamentos, o que se pretende alavancar pela integração de fornecedores destes equipamentos no projeto.

Esforços no sentido de incorporar as mais recentes tecnologias e com eficiência energética nos processos produtivos permitem oferecer produtos com novos acabamentos e funcionalidades e soluções especializadas, na fileira do AEC (Arquitetura, Engenharia e Construção), de arquitetos, paisagistas, designers e decoradores, já evidente em obras de relevo em diversos mercados comunitários e fora da UE

h) MARKETING E COMUNICAÇÃO INTERNACIONAL

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

i) ABERTURA À ECONOMIA DIGITAL

Parte das empresas aderentes demonstraram interesse pelas iniciativas previstas para o digital, o que é extremamente positivo e mostra que têm consciência da importância destes canais. Momento certo para incorporar valor acrescentado, principalmente em mercados com fortes tendências de evolução, por novos produtos e aplicações. Algumas têm já programas de colaboração com arquitetos e designers como forma de promoção junto destes prescritores, mas também para incorporar uma maior componente de design nos seus produtos, aproveitando a forte apetência dos mercados por este requisito.

Finalmente são PME com necessidades comuns e têm importante peso regional ao nível do emprego, das exportações e da aposta em inovação.

Lista de ações

Lista de ações

ID	Nº	Tipo	Designação
2	1	Feiras	Feira The International Surface Event TISE 2025
3	2	Feiras	Feira MARMOMAC 2025
4	3	Feiras	Feira STONETECH CANADA 2025
5	4	Feiras	Feira The International Surface Event TISE 2026
6	5	Feiras	Feira STONE+TEC 2026
7	6	Feiras	Feira MARMOMAC 2026
8	7	Feiras	Feira StoneScape EXPO 2026
9	8	Prospecção	Missão de Prospecção EUA 2026
10	9	Prospecção	Missão de Prospecção Arábia Saudita 2026
11	10	Presença Web	Ativação do E-commerce - Lojas online e E-marketplaces
12	11	Campanhas de Marketing	Processos associados à presença online - otimização das estratégias digitais
13	12	Campanhas de Marketing	Conteúdos de Marketing Digital

Indicadores de realização

Nº	Designação	Unidade	Valor
1	N.º de mercados alvo, comunitários e terceiros visados no projeto	Nº	6
2	N.º de mercados abrangidos no âmbito das ações de marketing digital	Nº	6
3	N.º de ações de prospecção e captação de novos clientes nos mercados externos	Nº	2
4	N.º de presenças em feiras e certames internacionais	Nº	7
5	N.º de lojas próprias online criadas	Nº	2
6	N.º de novas adesões a marketplaces	Nº	2

Indicadores de resultado

Nº	Designação	Unidade	Valor
1	Intensidade das exportações no pós projeto	%	55,70

Detalhe da ação

Ação

1 - Feira The International Surface Event | TISE 2025

Caracterização

Custos

Tipo ação

Feiras

Mercado

Estados Unidos

Descrição / Justificação

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

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

Em 2023 (Comtrade) importaram 3,3 mil milhões de dólares de Pedra Natural (sobretudo do produto transformado 6802 - Pedras de cantaria ou de construção - 88,5%).

Portugal tem (INE) naquele montante um peso de 1%, com 34 milhões de € de rocha ornamental exportada (91,0% atribuídos à exportação desse mesmo produto 6802). Embora com peso reduzido nas exportações nacionais (6,5% e crescimento de 18% face a 2021) confirma-se a existência de oportunidades significativas de expansão da margem das empresas nacionais do setor.

A TISE (composta por três feiras de negócios de classe mundial: SURFACES | StonExpo | TileExpo) 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.

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/transformação/aplicação de pedra natural, a concorrência internacional, quer de produtos de pedra, quer de substitutos que imitam e pressionam a capacidade inovadora do setor das Pedras Naturais, e potenciais clientes e parceiros de negócios. No último ano contou com uma área de exposição de 37.000 m2 e reuniu mais de 21.000 profissionais, influenciadores, designers e arquitetos, para experimentar quase 700 marcas globais e nacionais, de 87 países. Mais movimentada do que em anos anteriores, sinalizou crescimento de oportunidades para a indústria de pedra natural, com maior variedade de novos materiais oferecidos, compreendendo as tendências futuras de design residencial e comercial.

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

A preparação e acompanhamento decorrerão como descrito no plano de ação - "Tarefas de acompanhamento das empresas na fase da execução dos projetos". A comunicação e presença em feira terá em especial atenção a publicitação dos apoios e a coordenação de imagem para integração e homogeneidade das intervenções nacionais presentes.

Os investimentos em detalhe em documento anexo são os indispensáveis para alcançar as metas propostas.

Ano

2025

Mês

1

N.º de empresas

6

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º

Processos associados

Tipo de atividade

-

-

-

Fundamentação de inovação de marketing

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação organizacional

Detalhe da ação

Ação

1 - Feira The International Surface Event | TISE 2025

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível
4	ANIET	Alojamento - ANIET (1 técnico * 6 noites * 250€/noite)	2025	1	Acompanhamento - Estadias	Individuais	1.500,00
5	ANIET	Alojamento - Empresas (6 empresas * 6 noites * 250€/noite)	2025	1	Feiras e exposições - Estadias	Comuns	9.000,00
6	ANIET	Aquisição e preparação de informação - mercado e setor (1 consultor * 24 horas * 50€/hora)	2025	1	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	1.200,00
7	ANIET	Aluguer de Espaço (54 m2 (média 9 m2 * 6 empresas) * 610€/m2)	2025	1	Feiras e exposições - Aluguer de espaço	Comuns	32.940,00
8	ANIET	Concepção, construção, decoração, montagem e desmontagem e transporte do stand com imagem comum (6 empresas * 5200€/empresa)	2025	1	Feiras e exposições - Construção Stand	Comuns	31.200,00
9	ANIET	Transporte de amostras (1 serviço * 5000€)	2025	1	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	5.000,00
10	ANIET	Promoção e imagem (1 inserção publicitária * 1100€)	2025	1	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	1.100,00
1	ANIET	Deslocações	2025	1	Acompanhamento - Deslocações	Individuais	3.000,00
2	ANIET	Deslocações	2025	1	Feiras e exposições - Deslocações	Comuns	18.000,00

Detalhe da ação

Deslocações

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

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

21.000,00

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
1	ANIET	Promotor	2025	1	Porto	Las Vegas, NV	8.620,00	1	3.000,00
2	ANIET	Empresa	2025	1	Porto	Las Vegas, NV	8.620,00	6	18.000,00

Repartição de custos comuns da ação

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

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

98.440,00

N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-

Empresas fora do acordo

100,00

98.440,00

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

Detalhe da ação

Ação

2 - Feira MARMOMAC 2025

Caracterização

Custos

Tipo ação

Feiras

Mercado

Itália

Descrição / Justificação

Considerada o epítome da Pedra Natural e dos players do setor, Itália é a maior concorrente de Portugal.

A exportações nacionais para Itália (INE 2023) foram de 6,4 milhões de euros (1,22% das exportações nacionais - principalmente 6802 - Pedras naturais de cantaria ou construção com 34,0%, 9610 - Lousas com 27,1% e 2515 - Mármore, travertinos, granitos belgas com 23,4%).

Embora as suas importações sejam significativas (361 milhões € - Eurostat), é evidente que o posicionamento nacional face a Itália é sobretudo de concorrência.

Realizada anualmente em Verona, a Marmomac é amplamente reconhecida como o principal centro de negócios B2B para os agentes da cadeia de valor do setor. Assume-se como o evento internacional mais impactante a nível mundial para a indústria da Pedra Natural, tecnologias de processamento, tecnologias para aplicações de pedra em arquitetura e design e formação.

Abrange todas as categorias de produtos, como mármore, granito e outras pedras naturais, aglomerados e conglomerados, blocos de mármore, granito, calcário, ardósias e outras pedras, máquinas e equipamentos de processamento, modelação e aproveitamento, meios de transporte e elevação, abrasivos, sistemas de corte de diamantes, produtos químicos e serviços relacionados.

Local privilegiado onde as empresas fazem questão de marcar presença impactante e onde apresentam os seus mais recentes avanços em materiais e soluções urbanas, arquitetónicas e de design. Nele, investem todos os esforços comerciais e de visibilidade para promover a excelência da pedra natural portuguesa, servindo como palco de atuação e visibilidade dos principais players internacionais.

Oferece diversas oportunidades para o desenvolvimento profissional contínuo, com foco em tecnologias avançadas de uso e engenharia da pedra, soluções urbanas, arquitetónicas e de design. Inclui vasto programa de conferências e eventos, proporcionando experiências educativas e de pesquisa em colaboração com empresas, escolas profissionais e artísticas e prescritores. Adicionalmente, são realizados concursos, exposições e atribuições de prémios de mérito às empresas.

No último ano, estiveram presentes 1507 expositores (54 países representados). Contou com uma área de exposição de 76.000 m2 e cerca de 51.000 visitantes (66% internacionais) oriundos de 138 países.

A comitiva da ANIET tem tido presença ininterrupta desde 2015, ano em que participaram 4 empresas, número que subiu para 18 na edição de 2023 e que será novamente ultrapassado mediante os pedidos de adesão já rececionados.

A preparação e acompanhamento decorrerão como descrito no plano de ação - "Tarefas de acompanhamento das empresas na fase da execução dos projetos". A comunicação e presença em feira terá em especial atenção a publicitação dos apoios e a coordenação de imagem para integração e homogeneidade das intervenções nacionais presentes.

Os investimentos em detalhe em documento anexo são os indispensáveis para alcançar as metas propostas.

Ano

2025

Mês

9

N.º de empresas

22

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º

Processos associados

Tipo de atividade

- - -

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação de marketing

Fundamentação de inovação organizacional

Detalhe da ação

Ação

2 - Feira MARMOMAC 2025

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível
1	ANIET	Alojamento - ANIET (1 técnico * 6 noites * 250€/noite)	2025	9	Acompanhamento - Estadias	Individuais	1.500,00
2	ANIET	Alojamento - Empresas (22 empresas * 6 noites * 250€/noite)	2025	9	Feiras e exposições - Estadias	Comuns	33.000,00
3	ANIET	Aquisição e preparação de informação - mercado e setor (1 consultor * 24 horas * 50€/hora)	2025	9	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	1.200,00
4	ANIET	Aluguer de Espaço (440 m2 (média 20 m2/empresa * 22 empresas) * 275€/m2)	2025	9	Feiras e exposições - Aluguer de espaço	Comuns	121.000,00
5	ANIET	Concepção, construção, decoração, montagem e desmontagem e transporte do stand com imagem comum (22 empresas * 10000€/empresa)	2025	9	Feiras e exposições - Construção Stand	Comuns	220.000,00
6	ANIET	Promoção e imagem (1 inserção publicitária * 1100€)	2025	9	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	1.100,00
1	ANIET	Deslocações	2025	9	Acompanhamento - Deslocações	Individuais	550,00
2	ANIET	Deslocações	2025	9	Feiras e exposições - Deslocações	Comuns	12.100,00

Detalhe da ação

Deslocações

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

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

12.650,00

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
1	ANIET	Promotor	2025	9	Porto	Verona	1.652,00	1	550,00
2	ANIET	Empresa	2025	9	Porto	Verona	1.652,00	22	12.100,00

Repartição de custos comuns da ação

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

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

388.400,00

N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-

Empresas fora do acordo

100,00

388.400,00

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

Detalhe da ação

Ação

3 - Feira STONETECH CANADA 2025

Caracterização

Custos

Tipo ação

Feiras

Mercado

Canadá

Descrição / Justificação

O Canadá é a 10ª maior economia e um dos países mais desenvolvidos do mundo.

Importou em 2023 (Comtrade) 241 milhões de dólares de pedra natural (mais de 70% produto trabalhado (6802)).

O país tem vindo a valorizar de forma crescente este recurso, que historicamente já usa pela sua robustez ante o clima rigoroso do país, mas também na decoração onde é utilizado, principalmente em consumidores com maior poder de compra, como elemento construtivo central.

De Portugal são originários cerca de 1,3 milhões de euros dessa rocha ornamental, essencialmente produtos do código pautal 6802 (72,3%). Ocupa apenas a 33ª posição no ranking nacional de exportações de pedra natural (0,26%), sendo um mercado de grandes oportunidades que as empresas do setor consideram ser importante explorar, pelo potencial de alargamento da base exportadora, captação de novos clientes e criação de marca.

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

Proporciona aos visitantes mostras de produtos inovadores e tendências relacionadas com o seu processamento e uso, mas também de produtos substitutos, o que pode ser explorado para compreender a estratégia da concorrência para a região.

Oferece um programa de conferências com seminários educativos sobre diferentes setores relacionados com temas críticos e tendências que impactam a indústria da pedra, liderado por especialistas e profissionais da indústria e zona de demonstração de inovação para mostrar os desenvolvimentos e inovações nos diferentes setores da indústria.

Reúne mais de 150 expositores anualmente. O evento tem registado um crescimento significativo, com um aumento de 27% no número de participantes e de 23% no número de expositores. Contou com uma dimensão de 4.000 m2, e um total de cerca de 2800 profissionais, vindos de 21 países distintos.

Esta é a 2ª presença conjunta no certame pela comitiva da ANIET tendo as aderentes como objetivo reforçar a aposta estratégica de conquista de mercado na América do Norte que se revelou de grande interesse comercial.

A preparação e acompanhamento decorrerão como descrito no plano de ação - "Tarefas de acompanhamento das empresas na fase da execução dos projetos". A comunicação e presença em feira terá em especial atenção a publicitação dos apoios e a coordenação de imagem para integração e homogeneidade das intervenções nacionais presentes.

Os investimentos em detalhe em documento anexo são os indispensáveis para alcançar as metas propostas.

Ano

2025

Mês

10

N.º de empresas

6

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º

Processos associados

Tipo de atividade

-

-

-

Fundamentação de inovação de marketing

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação organizacional

Detalhe da ação

Ação

3 - Feira STONETECH CANADA 2025

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível
1	ANIET	Alojamento - ANIET (1 técnico * 5 noites * 250€/noite)	2025	10	Acompanhamento - Estadias	Individuais	1.250,00
2	ANIET	Alojamento - Empresas (6 empresas * 5 noites * 250€/noite)	2025	10	Feiras e exposições - Estadias	Comuns	7.500,00
3	ANIET	Aquisição e preparação de informação - mercado e setor (1 consultor * 24 horas * 50€/hora)	2025	10	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	1.200,00
4	ANIET	Aluguer de Espaço (72 m2 (média 12 m2/empresa * 6 empresas) * 300€/m2)	2025	10	Feiras e exposições - Aluguer de espaço	Comuns	21.600,00
5	ANIET	Concepção, construção, decoração, montagem e desmontagem e transporte do stand com imagem comum (6 empresas * 4000€/empresa)	2025	10	Feiras e exposições - Construção Stand	Comuns	24.000,00
6	ANIET	Transporte de amostras (1 serviço * 10000€)	2025	10	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	10.000,00
7	ANIET	Promoção e imagem (1 inserção publicitária * 1100€)	2025	10	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	1.100,00
1	ANIET	Deslocações	2025	10	Acompanhamento - Deslocações	Individuais	1.640,00
2	ANIET	Deslocações	2025	10	Feiras e exposições - Deslocações	Comuns	9.840,00

Detalhe da ação

Deslocações

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

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

11.480,00

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
1	ANIET	Promotor	2025	10	Porto	Toronto, ON	5.625,00	1	1.640,00
2	ANIET	Empresa	2025	10	Porto	Toronto, ON	5.625,00	6	9.840,00

Repartição de custos comuns da ação

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

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

75.240,00

N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-

Empresas fora do acordo

100,00

75.240,00

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

Detalhe da ação

Ação 4 - Feira The International Surface Event | TISE 2026

Caracterização

Custos

Tipo ação Feiras

Mercado Estados Unidos

Descrição / Justificação

A participação na TISE em 2026 dará continuidade à presença da edição anterior e as motivações para manter indiscutível o objetivo de explorar este mercado de grandes oportunidades são as mesmas já justificadas na ação nº 1 - Feira The International Surface Event | TISE 2025.

A ANIET já realizou 12 ações de internacionalização no mercado (entre participações em feira, prospeções, missões inversas e ações de promoção) no sentido de melhorar as condições para alargar áreas de intervenção.

O mercado é robusto e diversificado, com crescimento estável nos últimos anos, pese embora o ambiente macroeconómico instável, e reflete uma forte procura em várias indústrias, como construção, arquitetura, design de interiores e paisagismo que evidenciam uma crescente preferência por elementos construtivos naturais e sustentáveis, onde a Pedra Natural se destaca como elemento construtivo intemporal, de elevado potencial de circularidade e sustentável.

Os EUA importam uma grande quantidade de pedra natural de vários países, incluindo, Brasil, China, Itália e Índia. Posicionam-se em segmentos de valor acrescentado e mostram preferência por obras de pedra, como é o caso dos produtos nacionais, oferecendo maiores margens às exportações nacionais, pelo que a expansão e crescimento em quota que se pretende alcançar trará certamente excelentes resultados às empresas nacionais.

São também líder de tendências, onde os seus prescritores desempenham um papel determinante na definição das direções globais de consumo de pedra natural. As suas diretrizes são extremamente valiosas para orientar novas abordagens ao marketing mix e apoiar as decisões estratégicas das empresas. Estas diretrizes fornecem uma base sólida para investimentos em inovação produtiva e tecnológica, essenciais para criar condições que permitam um posicionamento diferenciado e competitivo no mercado global.

Com o apoio do projeto, as empresas aderentes alcançarão metas de visibilidade, maior conhecimento do mercado, acompanhamento dos novos avanços tecnológicos e da concorrência e angariação de contactos. O certame oferece, além da exposição, um programa abrangente de demonstrações de aplicadores, eventos, conferências, apresentações de designers e arquitetos, competições e ações formativas, que proporcionam capacitação e valiosas oportunidades de networking para as equipas presentes.

Este esforço no mercado exige um percurso gradual e contínuo de crescimento, que não deve ser interrompido, para alcançar consistência e consolidar posições competitivas.

A preparação e acompanhamento decorrerão como descrito no plano de ação - "Tarefas de acompanhamento das empresas na fase da execução dos projetos". A comunicação e presença em feira terá em especial atenção a publicitação dos apoios e a coordenação de imagem para integração e homogeneidade das intervenções nacionais presentes.

Os investimentos em detalhe em documento anexo são os indispensáveis para alcançar as metas propostas.

Ano 2026

Mês 1

N.º de empresas 6

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º	Processos associados	Tipo de atividade
-----	----------------------	-------------------

-	-	-
---	---	---

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação de marketing

Fundamentação de inovação organizacional

Detalhe da ação

Ação

4 - Feira The International Surface Event | TISE 2026

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível
1	ANIET	Alojamento - ANIET (1 técnico * 6 noites * 250€/noite)	2026	1	Acompanhamento - Estadias	Individuais	1.500,00
2	ANIET	Alojamento - Empresas (6 empresas * 6 noites * 250€/noite)	2026	1	Feiras e exposições - Estadias	Comuns	9.000,00
3	ANIET	Aquisição e preparação de informação - mercado e setor (1 consultor * 24 horas * 50€/hora)	2026	1	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	1.200,00
4	ANIET	Aluguer de Espaço (54 m2 (média 9 m2/empresa * 6 empresas) * 610€/m2)	2026	1	Feiras e exposições - Aluguer de espaço	Comuns	32.940,00
5	ANIET	Concepção, construção, decoração, montagem e desmontagem e transporte do stand com imagem comum (6 empresas * 5200€/empresa)	2026	1	Feiras e exposições - Construção Stand	Comuns	31.200,00
6	ANIET	Transporte de amostras (1 serviço * 5000€)	2026	1	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	5.000,00
7	ANIET	Promoção e imagem (1 inserção publicitária * 1100€)	2026	1	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	1.100,00
1	ANIET	Deslocações	2026	1	Acompanhamento - Deslocações	Individuais	3.000,00
2	ANIET	Deslocações	2026	1	Feiras e exposições - Deslocações	Comuns	18.000,00

Detalhe da ação

Deslocações

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

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

21.000,00

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
1	ANIET	Promotor	2026	1	Porto	Las Vegas, NV	8.620,00	1	3.000,00
2	ANIET	Empresa	2026	1	Porto	Las Vegas, NV	8.620,00	6	18.000,00

Repartição de custos comuns da ação

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

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

98.440,00

N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-

Empresas fora do acordo

100,00

98.440,00

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

Detalhe da ação

Ação

5 - Feira STONE+TEC 2026

Caracterização

Custos

Tipo ação

Feiras

Mercado

Alemanha

Descrição / Justificação

A Alemanha importou (Eurostat) em 2023 cerca de 470 milhões de euros de Pedra Natural, com maior incidência nos produtos acabados (6802 - Pedras naturais de cantaria ou construção com 60,8% e 6801 - Pedras para calcetar, lancis e placas com 13,3%).

Desses, foram comprados a Portugal (INE) apenas 6,8%, ou seja, 32 milhões de euros (30,3% de 6802 - Pedras de cantaria ou de construção, 25,9% de 6801 - Pedras para calcetar, lancis e placas). A Alemanha representa cerca de 6,1% do total de exportações nacionais, mas a sua dimensão e as perspetivas de crescimento justificam continuar a explorar-se a oportunidade de conquistar quota, mais ainda, atendendo a características da procura (obras de pedra com maior valor acrescentado e consequente maior margem de lucro para as empresas nacionais) neste que é o “motor” da economia europeia.

A Stone+tec é considerada o fórum internacional de competência para pedra natural e tecnologia de pedra e ocorre a cada dois anos no Centro de Exposições de Nuremberga.

Uma das maiores e mais importantes feiras da indústria da pedra a nível europeu e ponto de encontro mais importante para esta indústria na Europa central tem como foco a extração, processamento e utilização da pedra natural e materiais equiparáveis em combinação com outros materiais, bem como uma visão abrangente de equipamentos e ferramentas necessárias para o processamento da matéria-prima.

Tem tido um desenvolvimento positivo contínuo, tanto em expositores participantes (+20%) quanto de visitantes (+12%). Em 2023 contou com cerca de 250 expositores de mais de 20 países que apresentaram os seus produtos, serviços e inovações. A feira foi visitada por cerca de 10.800 pessoas, a sua maioria da Alemanha e países adjacentes (particularmente Áustria, Suíça e Polónia) mas também da Itália, Índia e China.

Vista também como uma plataforma para os mercados central e de leste, oferece grandes oportunidades de networking e potencial significativo para angariação de novos clientes naquela área geográfica, pelo que é relevante estreitar relações, manter a posição no mercado e aumentar a quota de mercado das empresas nacionais.

A primeira abordagem a este mercado iniciou-se em 2016, altura em que foi realizada uma missão inversa para perceber a sua receptividade à oferta nacional e, em 2018, foi iniciada a participação na Stone+Tec, com a participação de 3 empresas. Neste sentido, o objetivo da participação nesta feira é conquista de espaço comercial num mercado cliente de oferta de valor (aposta global da rocha ornamental).

A preparação e acompanhamento decorrerão como descrito no plano de ação - “Tarefas de acompanhamento das empresas na fase da execução dos projetos”. A comunicação e presença em feira terá em especial atenção a publicitação dos apoios e a coordenação de imagem para integração e homogeneidade das intervenções nacionais presentes.

Os investimentos em detalhe em documento anexo são os indispensáveis para alcançar as metas propostas.

Ano

2026

Mês

6

N.º de empresas

6

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º

Processos associados

Tipo de atividade

- - -

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação de marketing

Fundamentação de inovação organizacional

Detalhe da ação

Ação

5 - Feira STONE+TEC 2026

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível
1	ANIET	Alojamento - ANIET (1 técnico * 6 noites * 250€/noite)	2026	6	Acompanhamento - Estadias	Individuais	1.500,00
2	ANIET	Alojamento - Empresas (6 empresas * 6 noites * 250€/noite)	2026	6	Feiras e exposições - Estadias	Comuns	9.000,00
3	ANIET	Aquisição e preparação de informação - mercado e setor (1 consultor * 24 horas * 50€/hora)	2026	6	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	1.200,00
4	ANIET	Aluguer de Espaço (90 m2 (média 15 m2/empresa * 6 empresas) * 200€/m2)	2026	6	Feiras e exposições - Aluguer de espaço	Comuns	18.000,00
5	ANIET	Concepção, construção, decoração, montagem e desmontagem e transporte do stand com imagem comum (6 empresas * 6000€/empresa)	2026	6	Feiras e exposições - Construção Stand	Comuns	36.000,00
6	ANIET	Promoção e imagem (1 inserção publicitária * 1100€)	2026	6	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	1.100,00
1	ANIET	Deslocações	2026	6	Acompanhamento - Deslocações	Individuais	550,00
2	ANIET	Deslocações	2026	6	Feiras e exposições - Deslocações	Comuns	3.300,00

Detalhe da ação

Deslocações

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

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

3.850,00

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
1	ANIET	Promotor	2026	6	Porto	Nuremberg	1.785,00	1	550,00
2	ANIET	Empresa	2026	6	Porto	Nuremberg	1.785,00	6	3.300,00

Repartição de custos comuns da ação

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

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

68.600,00

N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-

Empresas fora do acordo

100,00

68.600,00

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

Detalhe da ação

Ação

6 - Feira MARMOMAC 2026

Caracterização

Custos

Tipo ação

Feiras

Mercado

Itália

Descrição / Justificação

A participação na Feira Marmomac em 2026 dará continuidade à presença da edição anterior, mantendo a aposta que, desde 2015, a ANIET e as empresas têm feito neste que é o maior certame mundial dedicado exclusivamente à Pedra Natural. A participação em feiras internacionais continua a ser fundamental para fortalecer marcas, alargar a carteira de clientes, analisar a concorrência e adquirir novas competências.

Embora as oportunidades de negócio sejam o principal objetivo das empresas aderentes, a presença anual na Marmomac (Verona) oferece também uma excelente oportunidade para rever e reunir com importadores, distribuidores e prescritores. O certame oferece um programa diversificado de iniciativas nas áreas da cultura, inovação, design e formação, voltado não só para profissionais do setor, mas também para prescritores, como arquitetos e designers de interiores, permitindo-lhes estreitar a relação com a indústria, aprofundar o conhecimento técnico sobre a pedra e colaborar no desenvolvimento de novas soluções e aplicações. Estas inovações estão a transformar a pedra natural num produto de consumo cada vez mais integrado com design e tecnologia, incluindo detalhes arquitetónicos e de decoração inovadores, pedra retro-iluminadas ou translúcidas, novos acabamentos e aplicações multifuncionais, desenho técnico, iluminação sensorizada em pedra, soluções energeticamente eficientes e protótipos industriais.

Pelo exposto, os espaços de exposição são altamente concorridos, e a disponibilização de novas vagas anuais é aguardada com grande expectativa o que limita a possibilidade de organizar espaços conjuntos, exceto em casos de desistências pontuais. Isto torna ainda mais crucial o papel da ANIET em garantir não só a publicitação dos apoios, mas também assegurar a coordenação da imagem, integração e homogeneidade das intervenções nacionais presentes.

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

Os investimentos em detalhe em documento anexo são os indispensáveis para alcançar as metas propostas.

Organizando pela primeira vez nesta tipologia de projeto uma campanha de marketing digital internacional, transversal à sua execução, sob o mote "Portuguese Stone: the Sustainable choice", que será ativada em momentos em que se procura maior impacto (como a proximidade de eventos internacionais), esta iniciativa irá alavancar resultados às PME aderentes e ajudar a moldar uma imagem internacional de Portugal como uma indústria perfeitamente alinhada com os objetivos de desenvolvimento sustentável mundial.

Ano

2026

Mês

9

N.º de empresas

24

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º

Processos associados

Tipo de atividade

- - -

Fundamentação de inovação de marketing

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação organizacional

Detalhe da ação

Ação

6 - Feira MARMOMAC 2026

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível
1	ANIET	Alojamento - ANIET (1 técnico * 6 noites * 250€/noite)	2026	9	Acompanhamento - Estadias	Individuais	1.500,00
2	ANIET	Alojamento - Empresas (24 empresas * 6 noites * 250€/noite)	2026	9	Feiras e exposições - Estadias	Comuns	36.000,00
3	ANIET	Aquisição e preparação de informação - mercado e setor (1 consultor * 24 horas * 50€/hora)	2026	9	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	1.200,00
4	ANIET	Aluguer de Espaço (480 m2 (média 20 m2/empresa * 24 empresas) * 275€/m2)	2026	9	Feiras e exposições - Aluguer de espaço	Comuns	132.000,00
5	ANIET	Concepção, construção, decoração, montagem e desmontagem e transporte do stand com imagem comum (24 empresas * 9200€/empresa)	2026	9	Feiras e exposições - Construção Stand	Comuns	220.800,00
6	ANIET	Promoção e imagem (1 inserção publicitária * 1100€)	2026	9	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	1.100,00
1	ANIET	Deslocações	2026	9	Acompanhamento - Deslocações	Individuais	550,00
2	ANIET	Deslocações	2026	9	Feiras e exposições - Deslocações	Comuns	13.200,00

Detalhe da ação

Deslocações

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

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

13.750,00

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
1	ANIET	Promotor	2026	9	Porto	Verona	1.652,00	1	550,00
2	ANIET	Empresa	2026	9	Porto	Verona	1.652,00	24	13.200,00

Repartição de custos comuns da ação

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

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

404.300,00

N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-

Empresas fora do acordo

100,00

404.300,00

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

Detalhe da ação

Ação

7 - Feira StoneScape EXPO 2026

Caracterização

Custos

Tipo ação

Feiras

Mercado

Reino Unido

Descrição / Justificação

O Reino Unido importou (Comtrade), em 2023, 685 milhões de dólares em Pedra Natural (com enfoque nos produtos 6802 - Pedras naturais de cantaria ou de construção (36,6%), 2516 - Granito, pórfiro, basalto (24,5%), 6803 - Ardósia natural trabalhada e obras (24,3%), 6801 - Pedras para calcetar (7,7%), ...

As exportações nacionais (INE) para o Reino Unido foram de aproximadamente 32 milhões de euros (sobretudo produtos 6802 - Pedras naturais de cantaria ou de construção com 64,5%).

Ainda que com reduzido peso nas exportações nacionais (quota de 6,05%) o potencial de expansão confirma a continuidade neste mercado de forte tradição comercial, até porque o seu consumo de pedra é fortemente dependente de importações, particularmente no que respeita a granito, calcário, pórfiro, basalto e ardósia, cujos produtos têm grande procura.

A participação na feira Stonescape Expo marca uma abordagem disruptiva do setor aos mercados externos, pretendendo penetrar em novos nichos de oportunidade onde, como um dos materiais de construção mais sustentáveis, ecológicos e duráveis do planeta, a Pedra Natural se pode destacar e conquistar posições estratégicas. Atingiu-se um novo patamar no uso de pedras naturais na indústria de paisagismo, com forte crescimento de projetos públicos e privados que refletem um movimento mais amplo no sentido da sustentabilidade, da vivência dos espaços exteriores e de padrões contemporâneos mais respeitadores do ambiente.

A missão da StoneScape Expo é simples, mas poderosa: inspirar, educar e conectar empresas na sua jornada rumo a um futuro mais sustentável e rentável para o setor de pedras naturais. Posiciona-se como um centro de negócios dedicado a conectar fornecedores do setor da Pedra Natural com potenciais compradores e criar relacionamentos comerciais centrados na aquisição de produtos de qualidade, fornecimento responsável de pedra e promoção do seu uso como elemento sustentável chave no urbanismo moderno e no paisagismo comercial e residencial, o que justifica o interesse da comitiva nacional.

A feira é o único evento de pedra organizado especificamente para o setor de paisagismo no país, acolhendo um público altamente especializado de compradores e prescritores daquela indústria (8.000 compradores e tomadores de decisão de alto nível, como arquitetos paisagistas, designers de jardins e espaços públicos, construtores e distribuidores, fabricantes de máquinas e de tecnologias, autoridades responsáveis por projetos de urbanismo, ...).

Estão presentes peritos em pedras como o Granito, Calcário, Mármore, Arenito, Ardósia, Travertino, especializando-se em áreas como Paisagismo de Interior e Exterior, Jazigos, Lápides e Memoriais, Consultoria, Conservação e Restauro, Serras, Equipamentos e Máquinas CNC, Polidores e Gravadores, Ferramentas Diamantadas, Artigos de Limpeza, Revestimento, Pavimento, Escultura, Azulejos e Design de Interiores.

A preparação e acompanhamento das empresas aderentes seguem os moldes das ações já atrás descritas.

Ano

2026

Mês

10

N.º de empresas

5

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º

Processos associados

Tipo de atividade

- - -

Fundamentação de inovação de marketing

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação organizacional

Detalhe da ação

Ação

7 - Feira StoneScape EXPO 2026

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível
1	ANIET	Alojamento - ANIET (1 técnico * 5 noites * 250€/noite)	2026	10	Acompanhamento - Estadias	Individuais	1.250,00
2	ANIET	Alojamento - Empresas (5 empresas * 5 noites * 250€/noite)	2026	10	Feiras e exposições - Estadias	Comuns	6.250,00
3	ANIET	Aquisição e preparação de informação - mercado e setor (1 consultor * 24 horas * 50€/hora)	2026	10	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	1.200,00
4	ANIET	Aluguer de Espaço (45 m2 (média 9 m2/empresa * 5 empresas) * 460€/m2)	2026	10	Feiras e exposições - Aluguer de espaço	Comuns	20.700,00
5	ANIET	Concepção, construção, decoração, montagem e desmontagem e transporte do stand com imagem comum (5 empresas * 6000€/empresa)	2026	10	Feiras e exposições - Construção Stand	Comuns	30.000,00
6	ANIET	Promoção e imagem (1 inserção publicitária * 1100€)	2026	10	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	1.100,00
1	ANIET	Deslocações	2026	10	Acompanhamento - Deslocações	Individuais	550,00
2	ANIET	Deslocações	2026	10	Feiras e exposições - Deslocações	Comuns	2.750,00

Detalhe da ação

Deslocações

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

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

3.300,00

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
1	ANIET	Promotor	2026	10	Porto	London	1.313,00	1	550,00
2	ANIET	Empresa	2026	10	Porto	London	1.313,00	5	2.750,00

Repartição de custos comuns da ação

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

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

62.000,00

N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-

Empresas fora do acordo

100,00

62.000,00

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

Detalhe da ação

Ação

8 - Missão de Prospeção EUA 2026

Caracterização

Custos

Tipo ação

Prospecção

Mercado

Estados Unidos

Descrição / Justificação

Os EUA são uma das maiores economias do mundo e um dos principais consumidores de materiais de construção de alta qualidade. Com um setor da construção robusto, impulsionado por projetos de infraestrutura, construção residencial e comercial e tendências de design e arquitetura que valorizam cada vez mais materiais naturais e sustentáveis, é um mercado que se alinha perfeitamente com a oferta de pedra natural portuguesa.

Esta abordagem direta é crucial para:

- Identificar e aproveitar novas oportunidades de negócio, ao contactar com potenciais clientes, distribuidores e parceiros de novas regiões deste enorme país
- Mapear o mercado e compreender as suas dinâmicas obtendo insights valiosos sobre as preferências e expectativas permitindo que as empresas portuguesas adaptem a sua oferta de produtos para melhor atender às especificidades locais
- Fomentar relações comerciais mais duradouras e fiáveis, essenciais para o sucesso a longo prazo e crescimento sustentável
- Revelar nichos de mercado pouco explorados, como segmentos de luxo, projetos sustentáveis, ou áreas geográficas com maior necessidade por pedra natural e oferecer oportunidades únicas e altamente rentáveis
- Inspirar novas ideias e inovações no design e no desenvolvimento de produtos, com a interação direta com profissionais locais

A missão de prospecção – estimada com uma duração de 4 dias - será assegurada por consultores especializados com rede de contactos locais no mercado e prevê:

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

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

? Preparação da Missão:

A) criação do formulário de perfil de cada empresa e potencial comprador, definição do programa da missão, ponto de situação regular dos contactos realizados e dos resultados obtidos

B) Agendamento de deslocações, estadias, espaços e meios necessários.

? Missão ao mercado: disponibilização da agenda conjunta de cada participante, envio às empresas participantes e aos compradores do mercado de toda a informação relevante para a boa execução das reuniões, acompanhamento presencial no decorrer da missão (deslocação ao mercado)

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

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

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

Ano

2026

Mês

1

N.º de empresas

6

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º

Processos associados

Tipo de atividade

- - -

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação de marketing

Fundamentação de inovação organizacional

Detalhe da ação

Ação

8 - Missão de Prospeção EUA 2026

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível
1	ANIET	Alojamento - ANIET (1 técnico * 4 noites * 250€/noite)	2026	1	Acompanhamento - Estadias	Individuais	1.000,00
2	ANIET	Alojamento - Empresas (6 empresas * 4 noites * 250€/noite)	2026	1	Prospeção - Estadias	Comuns	6.000,00
3	ANIET	Consultoria - preparação e acompanhamento da ação (1 missão (reuniões, prospeção contactos, preparação empresas, deslocação ao mercado, follow-up, ...) * 1 consultor * 75 dias * 275€/dia)	2026	1	Prospeção - Contratação de serviços específicos	Comuns	20.625,00
1	ANIET	Deslocações	2026	1	Acompanhamento - Deslocações	Individuais	3.000,00
2	ANIET	Deslocações	2026	1	Prospeção - Deslocações	Comuns	18.000,00

Deslocações

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

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

21.000,00

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
1	ANIET	Promotor	2026	1	Porto	Las Vegas, NV	8.620,00	1	3.000,00
2	ANIET	Empresa	2026	1	Porto	Las Vegas, NV	68.620,00	6	18.000,00

Detalhe da ação

Repartição de custos comuns da ação

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

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

		44.625,00	
N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-
Empresas fora do acordo		100,00	44.625,00

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

Detalhe da ação

Ação

9 - Missão de Prospeção Arábia Saudita 2026

Caracterização

Custos

Tipo ação

Prospeção

Mercado

Arábia Saudita

Descrição / Justificação

Para continuar a crescer e diversificar os mercados é imperativo explorar novas oportunidades internacionais. A Arábia Saudita, com o seu mercado dinâmico e em rápida expansão, representa uma excelente oportunidade para a prospeção de negócios. É a maior economia do Médio Oriente, e está a passar por uma fase de transformação significativa impulsionada pelo Vision 2030 com procura crescente por materiais de construção de alta qualidade, incluindo pedra natural, tornando este mercado altamente promissor para os exportadores portugueses.

A missão de prospeção – estimada com uma duração de 5 dias - será assegurada por consultores especializados com rede de contactos locais no mercado e prevê:

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

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

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

- Exploração de Oportunidades Comerciais com potenciais clientes e parceiros locais para entender as necessidades específicas do mercado
- Conhecimento do Mercado e Adaptação Estratégica: compreender as particularidades do mercado saudita (preferências estéticas, padrões de qualidade e requisitos técnicos, ...)
- Fortalecimento da Presença Internacional: pode servir como um HUB para aceder a outros mercados do Golfo e do Médio Oriente.
- Inovação e Desenvolvimento de Produto: pelo intercâmbio com prescritores de elevados padrões
- Incremento das Exportações e Crescimento Sustentável

Ano

2026

Mês

2

N.º de empresas

8

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º

Processos associados

Tipo de atividade

- - -

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação de marketing

Fundamentação de inovação organizacional

Detalhe da ação

Ação 9 - Missão de Prospeção Arábia Saudita 2026

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível
1	ANIET	Alojamento - ANIET (1 técnico * 5 noites * 250€/noite)	2026	2	Acompanhamento - Estadias	Individuais	1.250,00
2	ANIET	Alojamento - Empresas (8 empresas * 5 noites * 250€/noite)	2026	2	Prospeção - Estadias	Comuns	10.000,00
3	ANIET	Consultoria - preparação e acompanhamento da ação (1 missão (reuniões, prospeção contactos, preparação empresas, deslocação ao mercado, follow-up, ...) * 1 consultor * 75 dias * 275€/dia)	2026	2	Prospeção - Contratação de serviços específicos	Comuns	20.625,00
1	ANIET	Deslocações	2026	2	Acompanhamento - Deslocações	Individuais	1.640,00
2	ANIET	Deslocações	2026	2	Prospeção - Deslocações	Comuns	13.120,00

Deslocações

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

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

14.760,00

N.º	Promotor	E/P	Ano	Mês	Origem	Destino	Distância	N.º Pessoas	Custo
1	ANIET	Promotor	2026	2	Porto	Riyadh	5.357,00	1	1.640,00
2	ANIET	Empresa	2026	2	Porto	Riyadh	5.357,00	8	13.120,00

Detalhe da ação

Repartição de custos comuns da ação

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

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

		43.745,00	
N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-
Empresas fora do acordo		100,00	43.745,00

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

Detalhe da ação

Ação 10 - Ativação do E-commerce - Lojas online e E-marketplaces

Caracterização

Custos

Tipo ação Presença Web

Mercado Portugal

Descrição / Justificação

O nº de empresas do setor que dispõem de canais próprios de venda online é ainda muito reduzido, também porque grande parte trabalha para projetos à medida e não para stock, reconhecendo, por isso, maior valor à promoção online do que propriamente à venda neste canal.

Contudo, algumas identificaram a necessidade de apoio para a criação de lojas próprias online e/ou inscrição e otimização da sua presença em marketplaces eletrónicos pois veem nestas tecnologias soluções adequadas para alargar as suas áreas de intervenção ao mercado global.

E a presença digital robusta, designadamente através do e-commerce, é estratégia interessante na medida em que permite explorar novos canais de distribuição e alcançar novos públicos-alvo que não se conseguem através de canais de promoção e venda mais tradicionais, potenciando a sua expansão internacional.

As tendências de consumo globais têm mostrado um crescimento significativo do online, inclusive no B2B, por permitir o acesso a partir de qualquer ponto do mundo e em qualquer horário a um universo muito lato de potenciais clientes. E a concorrência internacional já está fortemente presente pelo que é importante estimular esta capacidade de se adaptar e inovar através da pegada digital.

A ação conjunta prevê assim a possibilidade de um grupo de empresas desenvolverem lojas próprias online e/ou a otimização da sua presença em e-marketplaces através de um processo estruturado e profissional com o apoio de consultores especializados:

- Reuniões para a recolha de informações, estudo e definição de objetivos, alinhando-os à estratégia comercial da empresa no plano internacional

- Desenho e desenvolvimento das soluções técnicas (cumprindo as diretrizes internacionais WCAG (Web Content Accessibility Guidelines - tornar o conteúdo da web mais acessível a pessoas com deficiências, que em muitos países já são obrigatórias (países da UE, EUA, ...))

- Avaliação criteriosa e seleção dos produtos que melhor se qualificam (pelo seu carácter mais inovador)

- Conceção e inserção de conteúdos (texto, imagem, vídeo), incluindo texto multilingue (para garantir que a comunicação é eficaz nos diversos mercados-alvo)

- Desenvolvimento e ativação de campanhas de marketing digital para canalizar tráfego para os produtos listados e assim potenciar vendas e novos contactos internacionais (objetivos, target e calendarização; seleção de meios para inserções, ...)

- Inserções em sítios de terceiros internacionais (serão utilizadas as melhores técnicas e ferramentas digitais, designadamente SEO para alavancar visibilidade entre os principais players, Display Advertising e SEA para promover as empresas e suas marcas junto de potenciais clientes internacionais)

- Monitorização e ajustamentos à presença digital para aumentar tráfego e maximizar a conversão (Web Analytics)

As plataformas e os conteúdos disponibilizados estarão alinhados com as exigências dos mercados-alvo do projeto, nomeadamente EUA, Itália, Canadá, Alemanha, Reino Unido e Arábia Saudita.

Ano 2026

Mês 7

N.º de empresas 4

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

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

N.º	Processos associados	Tipo de atividade
5	Web Analytics: recolha, tratamento, análise e visualização de grandes volumes de dados	Marketing

Fundamentação de inovação de marketing

O projeto prevê uma clara aposta na promoção da inovação de marketing, na medida em que contempla a implementação de ferramentas sofisticadas de comunicação e marketing inusitadas na grande maioria das empresas do setor da Pedra Natural. Será desenvolvido um conjunto de atividades que visam a melhoria da qualidade intrínseca do produto, da sua promoção e distribuição nos mercados-alvo do projeto, almejando um posicionamento diferenciado e de maior valor junto de consumidores e prescritores, nomeadamente através de:

- Criação de lojas online
- Inscrição e Otimização da presença em Marketplaces eletrónicos

Com a presença online, as empresas podem recolher e analisar dados detalhados e valiosos sobre os comportamentos e preferências/especificidades dos consumidores. Esta informação permite segmentar o mercado de forma mais precisa e personalizar as ofertas para diferentes grupos de clientes. Ferramentas de análise avançada possibilitam a criação de campanhas de marketing altamente direcionadas, aumentando a eficácia e o retorno sobre o investimento.

Com a inscrição e otimização da presença em marketplaces eletrónicos, são utilizadas plataformas de publicidade digital, que permitem a criação de campanhas publicitárias altamente segmentadas. Estas campanhas podem ser ajustadas em tempo real com base no desempenho, otimizando o custo e a eficácia das ações de marketing, o que permitirá obviamente criar um posicionamento diferenciado e de maior valor das empresas aderentes.

Inclui a utilização de ferramentas de marketing digital avançadas, como a criação de lojas online/ otimização da presença em marketplaces eletrónicos e a implementação de campanhas de marketing digital via Display Advertising, Search Engine Advertising (SEA) e otimização da presença online via Search Engine Optimization (SEO) e monitorização de dados (Web Analytics).

Estas iniciativas aumentam a visibilidade global, melhoram a eficiência operacional e permitem uma adaptação ágil às dinâmicas do mercado.

Fundamentação de inovação organizacional

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

- através da alteração dos modelos de negócio com a aposta no e-commerce
- através da inscrição e otimização da presença das empresas em marketplaces eletrónicos

Com esta ação, as empresas poderão ter um aumento da automatização e eficiência operacional – o que reduz os erros humanos, melhora a eficiência e permite que os colaboradores se concentrem em atividades de maior valor agregado, como inovação e desenvolvimento de produtos. A presença online facilita a entrada em novos mercados internacionais sem a necessidade de uma presença física imediata. Sendo que as empresas podem testar novos mercados de forma mais rápida e com menor risco financeiro, adaptando-se às necessidades e preferências locais com maior agilidade.

As plataformas online permitem uma comunicação direta e contínua com os clientes. O feedback recebido pode ser analisado e utilizado para melhorar produtos, serviços e a experiência do cliente. Este ciclo de feedback rápido e contínuo é vital para a inovação e adaptação às mudanças do mercado.

A criação de lojas online e a inscrição em marketplaces eletrónicos representam um passo estratégico para as empresas do setor da pedra natural em Portugal. Estas inovações organizacionais não só aumentam a visibilidade e o alcance global das empresas, mas também melhoram a eficiência operacional e a capacidade de adaptação ao mercado. Em última análise, estas iniciativas posicionam as empresas para um crescimento sustentável e competitivo num mercado global cada vez mais digitalizado.

Detalhe da ação

Ação 10 - Ativação do E-commerce - Lojas online e E-marketplaces

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível
1	ANIET	Criação de lojas online/Adesão e otimização da presença em marketplaces - inclui anúncios em sítios de terceiros (2 lojas online/adesões marketplaces x 7500€)	2025	7	Presença Web - Adesão a plataformas	Comuns	15.000,00
2	ANIET	Criação de lojas online/Adesão e otimização da presença em marketplaces - inclui anúncios em sítios de terceiros (2 lojas online/adesões marketplaces x 7500€)	2026	7	Presença Web - Adesão a plataformas	Comuns	15.000,00

Deslocações

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

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

0,00

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

Repartição de custos comuns da ação

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

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

30.000,00

N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-

Empresas fora do acordo

100,00

30.000,00

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

Detalhe da ação

Ação

11 - Processos associados à presença online - otimização das estratégias digitais

Caracterização

Custos

Tipo ação

Campanhas de Marketing

Mercado

Portugal

Descrição / Justificação

A maioria das PME já dispõe de algum tipo de presença online, geralmente website que contempla uma estrutura de informação básica sobre a empresa e os seus serviços.

Mas nem sempre essa pegada digital se encontra orientada para uma presença de âmbito internacional: não se encontram em formato multilíngue ou não foram implementadas as tecnologias mais adequadas para alcançar, com maior sucesso, o universo de potenciais clientes globais, sendo contraproducente apostar nos mercados externos e falhar na comunicação digital.

Algumas sentem a necessidade de rever a sua estratégia para o digital, por perceberem ineficiências da sua comunicação com os utilizadores ou nem sequer a conseguirem estabelecer. Prejudica-se a jornada de compra ou o efeito de fidelização pretendido, resultando em potenciais vendas que acabam por nunca ocorrer.

No contexto da implementação de soluções inovadoras de marketing inbound, dirigidas particularmente aos mercados internacionais, a presente ação contempla a possibilidade das PME beneficiarem de apoio especializado, à medida das suas necessidades e ambição digital, para a otimização das suas estratégias digitais tendo como base soluções de desenho e implementação de estratégias aplicadas a canais digitais para gestão de mercados, canais, produtos ou segmentos de cliente. Esse apoio para uma presença online robusta consistirá na análise, conceção e implementação de processos de otimização da presença online das PME aderentes, através de ferramentas digitais avançadas como:

-SEO para otimizar os conteúdos digitais dos websites para maior visibilidade nos resultados dos motores de busca (pois aumenta a probabilidade de ocorrer nos primeiros resultados facilitando que potenciais clientes encontrem a empresa). Consegue-se, assim, um posicionamento privilegiado, já que sites bem posicionados são geralmente percebidos como mais confiáveis, aumentando a credibilidade da empresa perante os clientes, atrair tráfego qualificado e potenciar a descoberta dos produtos pelos potenciais clientes internacionais

-SEA para facilitar resultados imediatos e altamente segmentados, permitindo atingir rapidamente o público-alvo com campanhas de publicidade paga. É particularmente benéfico para lançar novos produtos, promover ofertas especiais ou comunicar a participação em eventos importantes, como feiras internacionais. Ao controlar o orçamento e segmentar os anúncios para palavras-chave, localização, demografia e perfil dos clientes, as empresas podem maximizar o retorno do investimento e assegurar que os seus esforços de marketing atingem os clientes mais relevantes e interessados

-Web Analytics para inputs detalhados sobre o comportamento e interação dos utilizadores nos sites identificando áreas de melhoria e oportunidades para otimizar a experiência do utilizador, aumentar taxas de conversão e a satisfação do cliente. Facilita a monitorização de metas e KPIs permitindo avaliar e ajustar as estratégias em tempo real para melhores resultados

Ano

2026

Mês

11

N.º de empresas

5

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º	Processos associados	Tipo de atividade
1	Desenho e implementação de estratégias	Organizacional
2	Search Engine Optimization (SEO) e Search Engine Advertising (SEA)	Organizacional
3	Search Engine Optimization (SEO) e Search Engine Advertising (SEA)	Marketing
4	Web Analytics: recolha, tratamento, análise e visualização de grandes volumes de dados	Organizacional
5	Web Analytics: recolha, tratamento, análise e visualização de grandes volumes de dados	Marketing

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação de marketing

O SEA traz inovações específicas transformadoras das operações de marketing das empresas:

- A utilização de anúncios dinâmicos permite a sua adaptação automática com base nos interesses dos utilizadores e em pesquisas anteriores, aumentando relevância e melhorando taxas de conversão.
- Estratégias de remarketing permitem atingir utilizadores que já visitaram o site, mas não concretizaram uma compra. Isto mantém a empresa presente na mente dos potenciais clientes, aumentando a probabilidade de conversão em visitas subsequentes.
- A integração com Google Shopping pode melhorar a visibilidade dos produtos. Os anúncios são exibidos com imagens, preços e descrições diretamente nos resultados de pesquisa, atraindo mais cliques e potenciais clientes.

A aplicação de técnicas de SEO oferece inovações específicas, tais como:

- A otimização detalhada dos elementos on-page (meta tags, headings, alt text das imagens e URLs amigáveis) melhora a indexação nos motores de busca e experiência do utilizador.
- A otimização para SEO local, incluindo a criação de perfis no Google My Business, permite que as empresas sejam mais facilmente encontradas na sua região, atraindo clientes locais.
- A construção de rede de backlinks de qualidade a partir de sites relevantes melhora o domínio do site e classificação nos motores de busca, aumentando a visibilidade orgânica.

O Web Analytics traz inovações específicas melhorando tomada de decisões e eficiência operacional:

- Ferramentas de análise comportamental (heatmaps e gravações de sessões) permitem entender a interação dos utilizadores com o site, identificando áreas de melhoria na navegação e no design.
- Modelos de atribuição multi-toque permitem identificar quais os pontos de contacto que mais contribuem para as conversões, ajudando a otimizar o marketing-mix e a alocar recursos eficientemente.
- A realização de testes A/B (call-to-actions, layouts e cores) permite otimizar continuamente a experiência do utilizador e melhorar as taxas de conversão.

Fundamentação de inovação organizacional

O desenho e implementação de estratégias aplicadas a canais digitais para gestão de mercados, canais, produtos ou segmentos de cliente permitem uma adaptação ágil e precisa às mudanças dos mercados e às preferências dos consumidores.

De forma holística, integram dados em tempo real, promovem a colaboração entre diversas áreas e otimizam a alocação de recursos, possibilitam a personalização da oferta e uma segmentação precisa dos clientes, resultando numa maior eficiência operacional e otimização contínua dos resultados, garantindo uma vantagem competitiva sustentável.

A implementação de SEA, SEO e Web Analytics pode automatizar vários processos, trazendo as seguintes inovações específicas:

- Utilização de ferramentas como Google Ads Editor para gerir e otimizar campanhas de forma automática, economizando tempo e recursos humanos.
- A integração de ferramentas de Web Analytics com sistemas de CRM e ERP permite uma visão unificada dos dados de cliente e do desempenho operacional, facilitando a tomada de decisões informada.

Investir na formação contínua das equipas traz inovações específicas em termos de competências e capacidades:

- A formação em análise de dados e uso de ferramentas de Web Analytics capacita as equipas para interpretar dados complexos e tomar decisões baseadas em insights profundos.
- A familiarização com as últimas ferramentas e tecnologias de marketing digital, como inteligência artificial para SEA e SEO, permite às empresas estar na vanguarda da inovação e competitividade.

A implementação destas estratégias promove uma cultura de inovação e adaptação contínua:

- A análise constante de dados e feedback promove uma mentalidade de melhoria contínua, onde as estratégias e operações são continuamente ajustadas para melhorar o desempenho.
- A capacidade de adaptar rapidamente as estratégias de marketing com base em dados reais aumenta a agilidade organizacional, permitindo uma resposta eficaz às mudanças do mercado e às novas oportunidades.

Detalhe da ação

Ação

11 - Processos associados à presença online - otimização das estratégias digitais

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível
1	ANIET	Otimização da presença e interação com clientes nos meios digitais (SEO/SEA, WebAnalytics,...) - 2500€ * 2 empresas)	2025	11	Campanhas de Marketing - Contratação de serviços específicos	Comuns	5.000,00
2	ANIET	Otimização da presença e interação com clientes nos meios digitais (SEO/SEA, WebAnalytics,...) - 2500€ * 3 empresas)	2026	11	Campanhas de Marketing - Contratação de serviços específicos	Comuns	7.500,00

Deslocações

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

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

0,00

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

Repartição de custos comuns da ação

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

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

12.500,00

N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-

Empresas fora do acordo

100,00

12.500,00

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

Detalhe da ação

Ação

12 - Conteúdos de Marketing Digital

Caracterização

Custos

Tipo ação

Campanhas de Marketing

Mercado

Portugal

Descrição / Justificação

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

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

O investimento (vídeos institucionais e/ou catálogos digitais) configura a aposta numa nova abordagem ao marketing-mix da Pedra Natural, como meios de melhoria da qualidade intrínseca da oferta ao criar um posicionamento diferenciado e de maior valor junto dos clientes e prescritores, o que passa pela utilização de estratégias de marketing inbound e de account based marketing.

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

Os vídeos a conceber (Guião, Captação de imagem, Edição e Montagem, Licença de música) estarão suportados numa ideia-chave, de acordo com as características mais relevantes da empresa a promover, foco no público-alvo e apelarão à ação. Não obstante terem sempre como foco o produto ou serviço promovido, os vídeos não serão exaustivos na listagem das suas características, optando antes por dar apenas uma imagem geral do mesmo e alimentar desta forma as expectativas do público-alvo.

O catálogo digital será composto por uma combinação gráfica imagens, textos e hiperligações que oferecem descrições e informações adicionais detalhadas dos produtos. Será ainda possível inserir imagens que poderão ser ampliadas e disponibilizar funcionalidades de pesquisa por nome ou código de produtos. Como é evidente, aportam inúmeras vantagens de disseminação e alcance e obtém indicadores de mensuração que outros suportes físicos não permitem.

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

Ano

2026

Mês

11

N.º de empresas

5

Efeito e-commerce e Transformação digital da ação

N.º	Processos associados	Tipo de atividade
1	Content Marketing: criação e distribuição de conteúdos digitais dirigidos a captar a atenção e atrair os clientes-alvo	Marketing
2	Social Media Marketing, implementação e otimização da presença e interação com clientes via redes sociais	Marketing
3	Web Analytics: recolha, tratamento, análise e visualização de grandes volumes de dados	Organizacional

Detalhe da ação

Fundamentação de inovação de marketing

Os conteúdos de marketing digital (vídeos e catálogos digitais) permitem transformar as operações das empresas, inovando as estratégias de marketing, aumentando o alcance e a eficácia das suas campanhas.

A criação e utilização de vídeos de marketing proporcionam inovações específicas:

- Possibilitam demonstração visual de produtos (apresentação detalhada e visualmente apelativa), permitindo mostrar as características únicas dos produtos, incluindo textura, cor e aplicação.
- Vídeos tutoriais e de demonstração de instalação ou utilização dos produtos ajudam a educar os clientes, aumentando a sua confiança e disposição para compra, sendo especialmente úteis para mostrar a versatilidade e durabilidade dos produtos.
- Altamente partilháveis nas redes sociais, aumentam o envolvimento e o alcance orgânico. Plataformas como Instagram, Facebook e YouTube são ideais para a distribuição de conteúdos de vídeo, ajudando a empresa a atingir um público mais vasto e diversificado.

Os catálogos digitais representam outra inovação significativa em marketing:

- Catálogos digitais interativos permitem aos clientes explorar produtos de forma intuitiva e envolvente. Funcionalidades como zoom, visualizações em 360º e links para vídeos/páginas de produto enriquecem a experiência do utilizador.
- Os catálogos digitais são atualizados facilmente e distribuídos instantaneamente a uma audiência global. Isto elimina custos e atrasos associados à impressão e distribuição de catálogos físicos, oferecendo informações dos produtos sempre atualizadas.
- A integração de catálogos digitais com plataformas de e-commerce permite que os clientes façam compras diretamente a partir do catálogo. Links diretos para as páginas de produto e opções de compra simplificam o processo de conversão.
- A utilização de catálogos digitais reduz a necessidade de impressão de materiais físicos, contribuindo para práticas mais sustentáveis e alinhadas com as expectativas de responsabilidade ambiental dos consumidores.

Fundamentação de inovação organizacional

A adoção de conteúdos de marketing digital, como vídeos e catálogos digitais, promove a automação e eficiência operacional:

- O uso de software avançado para a criação de vídeos e catálogos digitais permite a automação de várias etapas do processo de produção. Ferramentas de edição de vídeo e design gráfico simplificam a criação de conteúdos de alta qualidade, reduzindo o tempo e os custos de produção.
- Plataformas de distribuição digital permitem que os conteúdos sejam partilhados automaticamente em múltiplos canais, incluindo websites, redes sociais e newsletters. Esta automação garante uma distribuição consistente e eficiente dos conteúdos de marketing.

A utilização de conteúdos de marketing digital promove uma cultura de inovação dentro da organização:

- A capacidade de criar e distribuir novos conteúdos rapidamente permite que as empresas experimentem diferentes abordagens de marketing e identifiquem quais são mais eficazes. Este ciclo contínuo de experimentação e inovação mantém a empresa na vanguarda das tendências de marketing.
- A análise de desempenho dos conteúdos digitais fornece insights valiosos sobre as preferências e comportamentos dos clientes. Esta informação permite que as empresas ajustem rapidamente as suas estratégias de marketing para responder às mudanças do mercado e às necessidades dos consumidores.

A implementação de vídeos e catálogos digitais como parte da estratégia de marketing digital representa uma inovação significativa para as empresas do setor da pedra natural em Portugal. Estas ferramentas promovem inovações organizacionais, melhorando a eficiência operacional e capacitando as equipas. Em última análise, estas estratégias posicionam as empresas para um crescimento sustentável e competitivo no mercado global cada vez mais digitalizado.

Detalhe da ação

Ação

12 - Conteúdos de Marketing Digital

Caracterização

Custos

Custos da ação

N.º	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível
1	ANIET	Conteúdos para suporte ações internacionais e digitais (vídeos institucionais/catálogos digitais,...) * 3000€ * 2 empresas	2025	11	Campanhas de Marketing - Contratação de serviços específicos	Comuns	6.000,00
2	ANIET	Conteúdos para suporte ações internacionais e digitais (vídeos institucionais/catálogos digitais,...) * 3000€ * 3 empresas	2026	11	Campanhas de Marketing - Contratação de serviços específicos	Comuns	9.000,00

Deslocações

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

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

0,00

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

Repartição de custos comuns da ação

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

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

15.000,00

N.º	Empresa	%	Custo
-	-	-	-

Empresas fora do acordo

100,00

15.000,00

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

Ações a implementar - plano de ação

1

2

3

4

SI-Internacionalização - Operações em Conjunto - Plano de Ação

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

As exportações de Pedra Natural Portuguesa têm vindo a apresentar tendência crescente (em 2021 +18% face a 2020 e +12% em 2022), embora em 2023 se tenha registado um decréscimo (-1%), mas inferior à retração da economia mundial. Em termos globais já foram excedidos os números pré pandemia e em 2023 verifica-se um crescimento superior a 30% face a 2020 e de 11% comparativamente a 2021, o que confirma a evolução positiva do setor nacional

Em termos de comércio internacional, o setor conta com uma relevância assinalável à escala global (TradeMap, 2023):

-importamos cerca de 275 mil toneladas (~102 milhões USD), 31ª posição mundial e uma quota de 0,3%;

-exportamos 1,90 milhões de toneladas (5ª posição mundial, 4,4% exportações mundiais), que representam 564 milhões USD (7ª posição mundial, 3,1% exportações mundiais)

Os principais concorrentes são:

-em volume: Índia (27%), Turquia (15%), China (14%) e Itália (5%)

-em valor: China (33%), Itália (12%), Turquia (11%), Índia (10%), Brasil (6%) e Espanha (5%).

No produto mais transacionado mundialmente (6802-Pedras naturais de cantaria ou de construção) a competitividade nacional mantém-se pelo preço (preço médio/ton é 616USD) mas é ultrapassado por países:

-com menor competitividade em volume, como a Alemanha (15ª em volume, 1.397 USD/ton), Bélgica (23ª posição em volume, 838 USD/ton), Grécia (8ª posição em volume, 818 USD/ton) e Espanha (7ª posição em volume, 629 USD/ton);

-com maior competitividade em volume, como Itália (4ª posição em volume, 1.870 USD/ton) e China (3ª posição em volume, 1.021 USD/ton).

No que concerne às tecnologias aplicadas ao setor da pedra, Portugal não consta no ranking de líderes mundiais. No contexto da UE, apresenta uma quota de cerca de 1% das exportações e de aproximadamente 4% das importações, o que denota uma dependência significativa de equipamentos estrangeiros, sublinhando a necessidade de reforçar parcerias com entidades I&I e apostar no desenvolvimento de novas estratégias/soluções industriais

O setor destaca-se por vários pontos fortes como a excelência das matérias-primas, recursos naturais sustentáveis em abundância do país, de elevada qualidade, diversidade estética e de beleza única (+100 tipos de pedra catalogados), o domínio da tecnologia industrial na extração e transformação (blocos, chapas e produtos transformados), a capacidade produtiva para alavancar exportações de notório incremento de valor acrescentado, o facto de o setor ser fornecedor de referência para a cadeia de abastecimento da fileira AEC (revestimentos, pavimentos, infraestruturas, mobiliário urbano, construção, decoração...), existir um nº crescente de empresas com perfil exportador bem como a resiliência e grande capacidade de adaptação das organizações. Entre as fragilidades (pontos fracos) assinalam-se a reduzida dimensão das empresas para responder em escala limitando a exploração de vantagens nos mercados, as dificuldades crescentes no acesso a financiamento, a persistência em estratégias individualistas e de competitividade pelo preço, o gap entre a qualidade da oferta nacional e a percecionada pelos mercados, o insipiente conhecimento sobre o comércio mundial, macrotendências e a concorrência e a reduzida experiência em marketing e promoção internacional, aliada às insuficientes competências na ação comercial, sobretudo no online, que acentuam a distância em relação aos principais concorrentes internacionais e prejudicam a visibilidade perante os principais prescritores dos mercados. As empresas confrontam-se com ameaças como o arrefecimento da economia global, a instabilidade causada pelos conflitos geopolíticos, o aumento dos custos energéticos, da inflação e das taxas de juro; a crescente intensificação da concorrência internacional, direta - de preço baixo (China, Índia e Turquia) e indireta - de produtos substitutos (vinílicos, cortiças, madeiras e, em particular, cerâmicos e materiais rochosos artificiais/aglomerados artificiais) que disputam importantes segmentos do mercado da construção e a forte concorrência internacional ao nível da inovação do marketing, já consistente no e-commerce, que pode determinar a obsolescência dos modelos de negócio nacionais de distribuição tradicional e sem força na promoção.

Apesar dos desafios, perspetivam-se oportunidades de crescimento para o setor motivado pela retoma da valorização de produtos naturais como as rochas ornamentais e as tendências emergentes da procura por novos materiais ambientalmente eficientes, onde a pedra natural se destaca, os mercados tradicionais de valor acrescentado e mercados emergentes que apreciam produto europeu e detêm elevado poder de compra com menor pressão concorrencial, a existência de nichos de mercado de luxo no mercado residencial de alta gama (WC, mobiliário), o aumento do turismo que dinamiza a construção e reabilitação, a disponibilidade das entidades do sistema I&I para suporte às empresas nos desafios dos paradigmas da Digitalização e da Sustentabilidade e a existência de apoios financeiros à internacionalização.

Torna-se evidente a importância do apoio contínuo e coordenado à internacionalização do setor, aproveitando sinergias, a partilha de recursos e de conhecimento para superar problemas de liquidez, e aumentar a dimensão da oferta através da cooperação, do alinhamento de estratégias e do impacto da promoção conjunta, cruciais para enfrentar os desafios e fortalecer o setor. Pretende-se também responder aos desafios da personalização em escala e do eco-design, abrindo caminho para a transição digital, desenvolver novas respostas às macrotendências e explorar as oportunidades comerciais para a Pedra Natural decorrentes do aumento da consciencialização sobre as questões ambientais que se impõem pelos novos paradigmas da Sustentabilidade e Indústria 4.0.

Tendo em conta as dificuldades e oportunidades já anteriormente identificadas, as ações e investimentos previstos irão permitir agir sobre estas variáveis (de outra forma não seria possível, principalmente para empresas de menor dimensão), com as seguintes atividades e investimentos conexos:

-Viabilizar a participação e assegurar a preparação das empresas para uma presença conjunta eficaz e impactante em eventos de prestígio e oportunidade, permitindo estabelecer contactos com potenciais clientes, fomentar sinergias e colaborações com parceiros estratégicos, potenciando o crescimento dos negócios internacionais; além de, proporcionar oportunidades de benchmarking sobre o que de melhor faz a concorrência, acompanhar os recentes avanços tecnológicos e as tendências emergentes da procura:

. Investimentos ações 1 a 7: aluguer de espaços, coordenação da imagem conjunta nacional dos stands, análise de mercado e comércio setorial, adequação da oferta ao tipo de mercado, divulgação da presença no certame, deslocações, suporte logístico, apoio presencial da ANIET,...

-Organizar e realizar prospeções a mercados com potencial reconhecido, envolvendo prescritores e importadores/distribuidores, permitindo às PME superar desafios no estabelecimento de redes comerciais e no acesso a contactos estratégicos com elevado potencial para concretização de negócios e fortalecimento das posições na cadeia AEC:

. Investimentos ações 8 e 9: análise de mercado e comércio setorial, prospeção e identificação de contactos e segmentos de oportunidade, organização e acompanhamento da missão, marcação de reuniões, deslocações e logística, suporte presencial da ANIET, follow-up

-Estimular o e-commerce nas PME: suporte na adesão inicial e inserção de conteúdos adequados em marketplaces internacionais ou na criação de lojas próprias online para venda direta (criação do site, desenvolvimento de conteúdos) e correspondente divulgação

. Investimentos ação 10: Serviços especializados em marketing, comunicação digital e e-commerce (criação de lojas online, adesão e otimização da presença em e-marketplaces)

-Reforçar a presença web das PME: suporte na otimização da presença online e interação com clientes nos meios digitais através da otimização das estratégias digitais via utilização de ferramentas de SEO, SEA, Web Analytics, ...

. Investimentos ação 11: Serviços especializados em marketing e comunicação digital (otimização da presença online/estratégias digitais)

-Apoiar a produção de conteúdos de marketing digital: conceção de conteúdos para suporte às ações internacionais e digitais (vídeos institucionais/catálogos digitais) – que emerge como uma abordagem moderna de comunicação com os mercados, indispensável ao sucesso das ações comerciais:

. Investimentos ação 12: Serviços especializados em marketing e comunicação digital

-No investimento do promotor (despesas individuais) contempla-se as atividades de carácter transversal, de suporte à capacitação empresarial, preparação e acompanhamento das empresas, alavancagem de resultados e avaliação e disseminação de resultados, tarefas que são essenciais para assegurar a implementação eficaz, o acompanhamento contínuo, a avaliação dos resultados e a disseminação das melhores práticas no tecido empresarial.

Assim, estão englobadas no investimento do promotor as despesas:

-Ações de comunicação e marketing do projeto para impulsionar a promoção do setor junto dos mercados-alvo, destacando e partilhando as melhores práticas adotadas pelas empresas nacionais (Infografia colaborativa para promoção nos mercados "Natural Stone: the sustainable choice", campanha de marketing digital internacional "Natural Stone: the sustainable choice", vídeo promocional e divulgação do projeto)

-Eventos colaborativos para a internacionalização para induzir parcerias, boas práticas e o benchmarking (Sessão de apresentação do plano de ação, Webinar "Natural Stone: the sustainable choice", Sessão pública de apresentação de resultados)

-Gestão e Avaliação do projeto e das empresas (atividades de sensibilização e informação às empresas, angariação de novas adesões, preparação das ações e acompanhamento das empresas e avaliação de resultados)

Metodologia de intervenção nas empresas

A metodologia de intervenção delineada para o projeto prevê um envolvimento contínuo e direto com as PME desde a fase de conceção até à avaliação dos resultados. Dado que estas são as principais beneficiárias, o projeto tem de ser desenvolvido em estreita colaboração entre a equipa global (empresas, ANIET, prestadores de serviços), assegurando que está perfeitamente alinhado com as suas necessidades e expectativas. Esta colaboração visa garantir o seu envolvimento e participação nas atividades, produzindo os resultados esperados e, em última análise, promovendo a sua autonomia futura no desenvolvimento de estratégias de internacionalização alinhadas com os mercados e a procura.

A intervenção tem como objetivo ser abrangente e presente, promovendo um projeto de internacionalização verdadeiramente integrador que ajude as empresas participantes a alcançar os melhores resultados com efeitos duradouros disponibilizando-lhes:

- Abordagens diversificadas e adequadas aos diferentes objetivos e suas especificidades na exploração dos mercados-alvo
- Preparação minuciosa das ações, tanto através do suporte interno da ANIET quanto da equipa de consultores especializados, para garantir as melhores condições para a participação
- Acompanhamento e apoio contínuo durante a realização das ações, sejam presenciais ou no digital
- Meios e ferramentas necessárias para as intervenções, incluindo apoio na criação de materiais promocionais (catálogos digitais, vídeos promocionais, infografia, ...)

- Informação adequada sobre os mercados a trabalhar para orientar a abordagem comercial

- Ações de sensibilização, diálogo e debate entre o tecido empresarial e com outras entidades e setores sobre os desafios do mercado global e as melhores estratégias para os superar, fomentando as melhores práticas e o benchmarking

As empresas têm um papel muito ativo na construção do plano de ação, dando contributos, através das respetivas manifestações de interesse, e atendendo às suas características, necessidades e oportunidades identificadas, para a definição de:

- Mercados-alvo: identificação dos mercados mais apropriados de acordo com a estratégia de cada empresa, incluindo intervenções em mercados tradicionais, novos mercados emergentes e de oportunidade
- Ações a implementar: planeamento de um leque diversificado de iniciativas presenciais e ações online, visando alargar as alternativas disponibilizadas às empresas e maximizar o potencial de concretização de contactos e negócios
- Produtos a promover: foco em produtos e soluções que incorporem qualidade, design e tecnologia, alinhados com as tendências dos mercados e as suas características específicas, tendo sempre como mote a Pedra Natural como elemento construtivo sustentável
- Tipo de intervenção: definição da abordagem mais adequada para cada empresa, em função dos objetivos individuais estabelecidos

Na fase de seleção as empresas são avaliadas para determinar o seu potencial de inovação e internacionalização dos seus produtos, bem como a sua capacidade de mobilizar os recursos necessários para a participação. Este processo inclui a identificação das suas necessidades, a avaliação do grau de maturidade e das práticas existentes de internacionalização e o conhecimento das suas estratégias comerciais. Esta avaliação é realizada através de vários métodos, como inquéritos via Google Forms, reuniões, visitas às empresas, contactos telefónicos, entre outros.

São também desenvolvidas, em prol das empresas, diversas dinâmicas destinadas à sensibilização e disseminação de informações sobre as ações e a promoção do projeto, destacando às potenciais beneficiárias as vantagens e benefícios de participarem em iniciativas conjuntas. Estas atividades incluem uma sessão pública de apresentação, direcionada tanto ao setor como a todos os interessados no plano de ação, sendo um momento relevante para a integração das PME aderentes, principalmente aquelas que participam pela primeira vez num projeto desta natureza, proporcionando-lhes uma compreensão detalhada do plano de intervenção proposto e facilitando a sua adesão e envolvimento. E porque a proximidade ao projeto e entre as empresas é essencial para resultados duradouros das sinergias fomentadas, estes momentos têm continuidade ao longo da execução do projeto, em diversas reuniões de preparação das ações e mesmo durante a realização das mesmas bem como em sessões dedicadas à capacitação para a internacionalização e à disseminação de resultados, feedback e boas práticas.

O universo alvo de participantes inclui PME do setor da Pedra Natural, que exercem atividades de extração e/ou transformação, produção e/ou comercialização de massas e depósitos minerais, bem como de equipamentos, produtos e serviços relacionados, direta ou indiretamente, com a atividade do setor. Esta seleção baseia-se no potencial de criação de sinergias para uma oferta integrada, valorizada especialmente por mercados com maior poder económico, beneficiando a promoção conjunta destas atividades. Este enquadramento setorial do projeto é crucial para assegurar a homogeneidade e coerência das intervenções conjuntas, o alinhamento de estratégias e objetivos entre os participantes, a definição lógica de mercados e ações a serem selecionados e o alcance dos resultados desejados.

Em termos de abrangência geográfica, objetivam-se as regiões Norte, Centro e Alentejo por serem as predominantes no universo do setor, sendo maioritariamente localizados os granitos e ardósias na zona Norte, os calcários no Centro e os mármore no Alentejo.

Considerando este enquadramento e as manifestações de interesse recebidas, foram selecionadas feiras internacionais especializadas em Pedra Natural, tecnologias associadas e suas aplicações. O foco está na manutenção de uma presença significativa em eventos de prestígio internacional que impulsionam negócios internacionais (Itália), em mercados de maior peso, para sustentar e reforçar quotas e dimensão (EUA, Canadá, Alemanha e Reino Unido), em mercados que, em contraciclo, estão em crescimento, pelas oportunidades de entrada que proporcionam (Arábia Saudita), bem como a exploração de novos segmentos da construção sustentável na fileira AEC, como o caso do setor do paisagismo.

As missões de prospeção têm como alvos principais prescritores da oferta nacional (arquitetos, designers de interiores, paisagistas, decoradores) e importadores/distribuidores, visando uma maior aproximação a estes interlocutores importantes da fileira AEC que o setor abastece. Há interesse manifestado em explorar oportunidades em mercados emergentes, como a Arábia Saudita (novo mercado com elevado poder de compra e com projetos de grande dimensão em curso) e em abranger novas regiões em mercados de grande potencial e dimensão continental como o caso dos EUA.

Em paralelo, no âmbito das ações dirigidas ao canal online, o objetivo é otimizar a presença web das PME, desenvolver conteúdos digitais e campanhas de promoção digital. A meta é explorar um segmento onde a Pedra Natural Portuguesa tem uma presença mínima, mas que apresenta um crescimento exponencial globalmente. A promoção concentra-se fundamentalmente em produtos de alto valor acrescentado (apostando-se na oferta inovadora, novos acabamentos, aplicações multifuncionais, com design técnico e incorporação de tecnologia) e em serviços especializados. A ação comercial e de marketing visa alcançar sobretudo profissionais do AEC (arquitetos, designers de interiores, paisagistas, engenheiros, construtores). Dada a diversidade de níveis de maturidade digital das empresas, a novidade das ferramentas propostas e a experiência adquirida em projetos anteriores, a ANIET acompanhará de perto as atividades, sendo feita uma seleção criteriosa das empresas participantes e uma adequação das atividades para garantir a melhor implementação e resultados significativos, incentivando a continuidade dessas práticas essenciais para o desenvolvimento de novos modelos de negócio no digital.

O sucesso destas iniciativas será fundamental para a desejada mudança, fomentando a colaboração e induzindo a replicação das práticas entre os pares. Como tal, para fornecer uma base ainda mais sustentada à intervenção, o projeto disponibiliza também informação especializada sobre comércio setorial com os mercados-alvo, um instrumento colaborativo de promoção do setor baseado nos princípios e práticas de sustentabilidade adotadas que valorizam a Pedra Natural como um elemento construtivo sustentável e diversos momentos de partilha e networking entre as participantes.

Finalmente, mas não menos importante, o projeto contará com um referencial de monitorização e avaliação, que contempla também a avaliação das PME e do seu desempenho no projeto e performance empresarial, tendo por base o seu plano individualizado e objetivos individuais, evolução que se pretende acompanhar de perto com os decisores.

Todas estas etapas acima descritas sustentam uma intervenção abrangente e próxima de forma a garantir que cada empresa participante está alinhada com o projeto e preparada para tirar o máximo proveito das oportunidades de internacionalização apresentadas.

Ações a implementar - plano de ação

1

2

3

4

SI-Internacionalização - Operações em Conjunto - Plano de Ação

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

Com o desenvolvimento do projeto pretende-se sobretudo dotar as PME da Pedra Natural com competências adequadas para abordagem aos mercados externos, contribuindo para alavancar as suas exportações de valor acrescentado e a sua base e capacidade exportadora com impactos no reconhecimento internacional do setor, mediante a implementação de um plano de ação conjunto subjacente a uma intervenção coordenada e sinérgica, que visa o conhecimento, a prospeção e a presença (física e digital) nos mercados tradicionais e em mercados emergentes e de oportunidades.

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

- Apoiar iniciativas conjuntas financiadas que permitam obter mais recursos financeiros para assegurar continuidade dos processos de internacionalização, fundamentais com a retração do crescimento económico mundial
 - Incorporar no know-how e tradição produtiva, práticas inovadoras que promovam a diferenciação, através do conhecimento de novos produtos e acabamentos, e de desenvolvimentos tecnológicos na extração, transformação e aplicação de pedra natural, que estão em constante evolução, para se afirmar como player de referência
 - Acompanhar as atividades da concorrência direta de operadores internacionais, especialmente dos mercados asiáticos, e de outros produtos substitutos que replicam perfeitamente o padrão estético dos materiais rochosos naturais que concorrem com os segmentos tradicionais da pedra
 - Possibilitar angariação de contactos em grandes mercados e/ou mercados emergentes com poder de compra e em crescimento, que valorizam produtos de valor acrescentado e diferenciados
 - Conferir maior visibilidade da pedra natural portuguesa como elemento construtivo sustentável em eventos de prestígio, para desenvolver um posicionamento diferenciado e valioso, aproveitando benefícios de escala, sinergias e alianças estratégicas possibilitadas pela participação conjunta
 - Aceder a informação especializada sobre os mercados, evolução e posições no comércio setorial internacional, para acompanhar tendências e oportunidades que orientem a ação comercial
 - Explorar áreas de intervenção (base exportadora) entrando em mercados de oportunidade e nichos específicos, como o caso do segmento do Paisagismo
 - Fomentar novas ações comerciais em dinâmicas de marketing e comunicação digital, para alcançar potenciais clientes de forma rápida, relevante, personalizada e eficaz
 - Penetrar em segmentos de mercado que valorizem produtos diferenciados, com elevada incorporação de eco-design e tecnologia, direcionados a prescritores como arquitetos, designers, entre outros, e importadores, que proporcionem margens superiores
 - Dinamizar modelos de negócio através de canais de distribuição online, num setor que praticamente só utiliza os tradicionais, aproveitando o crescimento mundial deste segmento e seu potencial no acesso quase instantâneo a mercados globais
- Para quantificar os resultados e os impactos esperados com a implementação do projeto considerou-se que os indicadores do Aviso são adequados, pelo que foram definidas as seguintes metas:

1. Indicadores de Realização:

- N.º de mercados-alvo, comunitários e terceiros, objeto de intervenção relevante: 6
(EUA, Itália, Canadá, Alemanha, Reino Unido, Arábia Saudita)
- N.º de mercados abrangidos no âmbito das ações de marketing digital: 6
(com intervenções relevantes: EUA, Itália, Canadá, Alemanha, Reino Unido, Arábia Saudita)
- N.º de ações de prospeção e captação de novos clientes nos mercados externos: 2
(Missão Prospeção EUA, Missão Prospeção Arábia Saudita)
- N.º de presenças em feiras e certames internacionais: 7
(Feira TISE 2025 + Feira Marmomac 2025 + Feira StoneTech Canada 2025 + Feira TISE 2026 + Feira Stone+tec 2026 + Feira Marmomac 2026 + Feira StoneScape EXPO 2026)
- N.º de lojas próprias online criadas: 2
(Somatório do n.º de lojas próprias online criadas)
- N.º de novas adesões a marketplaces: 2
(Somatório do n.º de novas adesões a marketplaces)

2. Indicador de Resultado:

Para o indicador de resultado, de forma a concorrer para os resultados do PO, prevê-se o seguinte resultado para a intensidade das exportações no pós-projeto: 55,70%.

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

3. Indicadores de acompanhamento:

- N.º de ações de promoção e empresas envolvidas e o impacto esperado: 12 ações para cerca de 33 empresas participantes
(calculado pela relação entre o n.º total de ações do projeto e o somatório do n.º de empresas que se prevê virem a participar no projeto)

- Nº de participações em feiras internacionais: 75
(calculado pelo somatório do nº de participações em cada uma das ações 1 a 7 do projeto)
 - Nº de contactos e potenciais negócios resultantes das ações: 1.100 contactos estabelecidos e 50 negócios resultantes das ações
(calculado pelo somatório de contactos e potenciais negócios estabelecidos em cada uma das ações pelas empresas, estimado tendo em conta resultados conseguidos em projetos anteriores)
 - Nº de ferramentas digitais implementadas: 8
(calculado pelo somatório de Lojas online + adesões a marketplaces + Display Advertising + SEO + SEA + Web Analytics+Content Marketing+Social Media Marketing)
 - Nº de participações de empresas em ações do projeto: 103
(calculado pelo somatório do nº de empresas que participaram em cada uma das ações 1 a 12 do projeto)
- Para além dos indicadores assinalados anteriormente, consideramos também ser relevante referir:
- Nº de sessões públicas realizadas: 3
(1 apresentação projeto + 1 sessão final + 1 webinar)
 - Nº de participantes nas sessões públicas realizadas: 70
 - Nº de empresas não aderentes que participam nas sessões públicas realizadas: 20
 - Nº de empresas de setores não aderentes que participam nas sessões públicas realizadas: 10
4. Indicadores de impacto:
- E também a aferir no ano pós-projeto:
- Intensidade das exportações no pós-projeto – 55,70%
(calculado pela fórmula: Volume de Negócios Internacional pós-projeto / Volume de Negócios Total pós-projeto X 100).
 - Taxa de crescimento médio das exportações das empresas participantes no ano pós-projeto: 31,27%
(calculado pela fórmula: (Volume de Negócios Internacional pós-projeto - Volume de Negócios Internacional pré-projeto) / Volume de Negócios Internacional pré-projeto) x 100)
 - Percentagem de empresas participantes com alterações na política comercial/logística no ano pós-projeto: 50%
(calculado pela fórmula: (Nº de empresas participantes com alterações na política comercial/logística no ano pós-projeto) / (Nº de empresas participantes no projeto) x 100.

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

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

Tal como se encontra anteriormente fundamentado, a ANIET tem experiência acumulada na execução e acompanhamento de projetos similares ao presente Pedra E+ 25/26, assegurando condições adequadas para que a generalidade das atividades previstas possa ser desempenhada pela sua equipa interna, designadamente ao nível da coordenação, organização e acompanhamento das ações de internacionalização, execução e controlo financeiro e execução das tarefas administrativas e de logística que se tornem necessárias.

No entanto parte dos trabalhos previstos, pelo seu caráter técnico de especialização, terão necessariamente de ser subcontratados, à semelhança de edições anteriores, embora sejam acompanhados de perto e com a supervisão/validação da equipa interna da Associação.

Referimo-nos em concreto a:

- Serviços de aluguer e organização de espaços:

Fornecidos pelas entidades organizadoras das feiras internacionais. Os preços encontram-se tabelados e são obtidos diretamente das respetivas organizações. De referir que haverá, por parte da ANIET, o cuidado especial na seleção de elementos para a harmonização da identidade nacional, na publicitação dos apoios e na coordenação da imagem, integração e homogeneidade das intervenções nacionais.

- Serviços de conceção, construção, decoração, montagem e desmontagem e transporte do stand com imagem comum/transporte de amostras:

Fornecidos por entidades especializadas e com experiência em soluções para stands para presença adequada à dimensão e impacto em feiras de caráter internacional. Poderão ainda assegurar o transporte de amostras (em alternativa a transportadoras especificamente contratadas para o efeito).

- Deslocações:

Serviços fornecidos por operadoras de transporte aéreo/agências de viagens para deslocação das empresas/equipa ANIET aos mercados-alvo. Os custos a imputar ao projeto foram apurados de acordo com a Metodologia de Custos Simplificados preconizada pelo Aviso e anexo.

- Alojamento:

Serviços fornecidos por entidades hoteleiras/agências de viagens para alojamento das empresas participantes/ANIET nas proximidades dos locais de feira/prospecção.

- Serviços de promoção e imagem e divulgação (inserções publicitárias, mailings):

A contratar a entidade especializada em design gráfico e comunicação visual, garantindo a conceção de inserções promocionais atrativas e profissionais.

- Serviços de consultoria para a preparação e acompanhamento das missões de prospeção:

A contratar a entidade com profunda expertise na identificação de oportunidades de negócio, elevados níveis de compreensão do mercado da Pedra Natural e uma sólida rede de relacionamentos e networking com potenciais clientes, prescritores ou distribuidores/importadores dos mercados-alvo das missões, que, numa abordagem proativa, seja capaz de garantir uma seleção criteriosa de potenciais clientes com efetivo interesse em vir a estabelecer negócios com as PME participantes, em linha com os objetivos destas e as características dos mercados trabalhados.

- Prestação de serviços nas áreas de e-commerce/marketing digital/plataformas web:

Destinados a:

. Desenvolvimento de campanhas de marketing digital, conceção de conteúdos e gestão da presença em redes sociais e plataformas web

. Criação de lojas online, apoio na adesão e otimização da presença em marketplaces

. Conceção de conteúdos para os sítios web/plataformas, vídeos promocionais e catálogos digitais

. Otimização da presença e interação com clientes nos meios digitais (SEO, SEA, WebAnalytics)

Procuram-se entidades com competências chave no universo dinâmico do marketing digital, conhecimento profundo das mais recentes tendências, ferramentas digitais e plataformas, que assegurem a adoção das melhores estratégias

(desenho/implementação/monitorização e avaliação) para otimizar a presença e comunicação digital das empresas e do setor.

Valoriza-se especialização na área da comunicação corporativa e setorial de âmbito nacional e internacional e conhecimento do setor.

- Prestação de serviços de conceção de informação e conteúdos de capacitação para a promoção:

Procura-se a contratação de entidades especializadas com experiência e proximidade ao contexto da Pedra Natural para conceção de informação e conteúdos para:

. Capacitação das empresas sobre as variáveis do comércio setorial dos mercados-alvo do projeto (internacional e bilateral com Portugal)

. Sensibilização, divulgação do projeto e apresentação do plano de ação às empresas tendo em vista a angariação de todas as participações estabelecidas

. Ferramentas colaborativas de promoção internacional da Pedra Natural Portuguesa como elemento construtivo sustentável

- Prestação de serviços de avaliação do projeto e dos resultados das empresas:

Procura-se a contratação de entidade especializada com experiência na avaliação de projetos (em termos globais, das ações individuais e nas empresas), quantitativa e qualitativamente.

- Prestação de serviços de certificação de pedidos de pagamento (TOC/ROC):

Serviço prestado por técnico que seja TOC/ROC para apoio na vertente contabilística e financeira na certificação das despesas inerentes ao projeto

É importante destacar que os critérios de seleção de entidades externas para o projeto considerarão:

- 1) o conhecimento dessas entidades sobre o ambiente empresarial do setor e os mercados-alvo do projeto
- 2) a capacidade de suprir insuficiências da equipa técnica da ANIET
- 3) a experiência em trabalhos anteriores de natureza semelhante

As entidades devem ser idóneas, com mérito reconhecido e alta competência, garantindo que as melhores condições para o crescimento e valorização das empresas participantes sejam asseguradas e que os recursos utilizados sejam adequados aos resultados pretendidos.

Todo o investimento apresentado será realizado após a candidatura, não havendo qualquer compromisso prévio de aquisição de equipamentos, reservas de espaço em feiras, contratação de serviços de consultoria ou qualquer outro compromisso que torne o investimento irreversível.

No momento da seleção das entidades, durante a execução do projeto, será elaborado um caderno de encargos para a caracterização do serviço a ser contratado e para assegurar a qualificação dos fornecedores.

Por fim, a contratação dessas entidades estará sujeita a procedimentos de procurement, com consultas ao mercado (três consultas para a maioria das despesas) e seleção adequada, levando em conta os preços de mercado. As aquisições serão feitas a entidades não relacionadas com a ANIET.

Ações a implementar - plano de ação

1

2

3

4

SI-Internacionalização - Operações em Conjunto - Plano de Ação

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

O projeto é sustentado por um plano de comunicação transversal e abrangente, com o objetivo de maximizar a audiência e a divulgação, através de uma estratégia coordenada de intervenção em dois níveis:

- Interno: direcionado às empresas potenciais aderentes ao projeto, às empresas já aderentes e a outras empresas e setores interessados nas atividades complementares (sessão de apresentação do plano de ação e sessão de apresentação de resultados, ...)
- Externo: direcionado aos mercados-alvo do projeto e aos públicos que se pretendem atingir com as ações de promoção internacional previstas já descritas

Neste contexto, abordaremos exclusivamente o segmento interno, focando nas atividades de sensibilização e divulgação para garantir a adesão das empresas ao programa.

É essencial notar que a ANIET adota uma estratégia de suporte conjunto à internacionalização das PME com uma perspetiva de continuidade e visão a longo prazo. Esta abordagem tem permitido desenvolver uma relação de confiança e de parceria com as empresas, acompanhando o seu crescimento e maturidade para a internacionalização. Num setor tradicionalmente exportador, mas ainda muito dependente da competitividade pelo preço, o gradual aumento do prestígio e notoriedade dependerá sempre de estratégias de promoção contínuas e persistentes.

Por outro lado, é importante que as empresas se revejam no programa de intervenção proposto, e até, de certa forma, co-responsáveis pelas decisões tomadas e o sucesso da iniciativa, pelo que são chamadas a colaborar ativa e positivamente em todo o processo de construção do plano de ação.

As atividades de sensibilização para a importância da participação em ações conjuntas de internacionalização têm sido recorrentes e foram intensificadas após o lançamento do Aviso para Apresentação de Candidaturas no setor em que a ANIET opera. Muitas empresas que participaram em projetos anteriores aguardavam novas oportunidades desta natureza. Para identificar, mobilizar e selecionar as PME para integrar o projeto, a comunicação é feita através de várias frentes:

1 DIVULGAÇÃO DA ABERTURA DO CONCURSO:

. Website: ANIET Notícias - <https://aniet.pt/pt/internacionalizacao/noticias/projeto-conjunto-de-internacionalizacao-2025-2026/>

. Redes sociais da ANIET:

• LinkedIn:

https://www.linkedin.com/posts/aniet_aniet-pedraportuguesa-stone-activity-7223999460450684928-uXU8?utm_source=share&utm_medium=member_desktop

• Facebook: <https://www.facebook.com/photo?fbid=998213825639506&set=a.513994694061424>

• Instagram:

https://www.instagram.com/p/C-CzUtOt2UB/?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D

. Contactos telefónicos e presenciais com empresas para alertar para a abertura do concurso

2 MANIFESTAÇÕES DE INTERESSE:

As empresas foram auscultadas no processo de construção da proposta de plano de ação, tendo sido recebidas as respetivas manifestações de interesse em resposta a inquérito online, disponível em:

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSds8dih2D9CW50pKU9AjUiukgxY1daFCTOhCLz9EoFYh2wu0A/viewform>

. E-mailing Nota Informativa n.º 03/24/FP (01/07/2024) para a base de dados de contactos

Dada a importância dos seus inputs para orientar o programa de intervenção, foram também estabelecidos diversos contactos telefónicos e presenciais para esclarecer dúvidas e estimular a participação e ainda duas reuniões online com grupos de PME (8 e 10 de julho 2024) para aprofundar as suas necessidades e a sua visão sobre oportunidades a explorar.

Neste processo – julho de 2024 -, coletaram-se dados relevantes sobre as estratégias individuais, designadamente em termos de mercados pretendidos, tipologia de ações (canais tradicionais presenciais, como participações em feira e ações de prospeção; e através da economia digital na ação comercial e marketing, como ações para reforço da presença online), recursos pretendidos para participação, soluções digitais a adotar, ..., entre outros.

3. PRÉ-ADESÃO:

Após articulação do Plano de Ação com a AICEP, passou-se então à fase de divulgação às empresas para formalização da pré-adesão:

. E-mailing circular n.º 24/24/FP (30/07/2024) para a base de dados de contactos e inúmeros contactos telefónicos e presenciais realizados para esclarecimento de dúvidas das empresas interessadas em efetuar a sua pré-adesão.

Recolheu-se toda a informação que permitiu aferir da sua efetiva elegibilidade para o projeto e conformidade com critérios de elegibilidade e de seleção definidos (atrás detalhados). Em caso afirmativo, foram instruídos os processos com a documentação e validação atinente e assinados os Acordos de Pré-Adesão.

Estas atividades visam sensibilizar as empresas para a importância de participar em ações conjuntas para promoção internacional e para as oportunidades proporcionadas pelo projeto para a capacitação e modernização dos seus negócios. Adicionalmente, orientam o programa conjunto de participação, definindo mercados-alvo, tipos de ações a desenvolver e abordagens, incluindo os canais digitais.

Até agora, estas dinâmicas permitiram identificar e selecionar 25 empresas para participar nas diferentes ações, com um objetivo de pelo menos 33 empresas, um número considerado adequado com base no histórico de projetos anteriores e no conhecimento e proximidade ao setor que a ANIET detém. Todas as PME participantes assinaram os respetivos Acordos de Pré-Adesão, conforme disposto no Aviso, devidamente validados pela ANIET.

Apesar de muitas empresas já estarem identificadas, as atividades de sensibilização e divulgação continuarão até, pelo menos, dezembro de 2025, com o objetivo de alcançar todos os potenciais interessados no projeto, estando previstas:

- a preparação e divulgação de informação sobre o projeto e seus objetivos, sobre os mercados, do programa previsto, calendarização das diferentes atividades, condições de participação, ...
- a utilização de meios publicitários e de comunicação especializada para promoção do projeto junto de um universo de empresas que possa não ter sido alcançado pelos restantes meios
- a disseminação de um vídeo promocional sobre o projeto que permita comunicar ao público o plano de ação e a importância de integrar projetos desta natureza para reforço da internacionalização, inclusive a empresas e setores não aderentes que beneficiarão dos resultados e das experiências partilhadas
- a divulgação nos canais de comunicação da ANIET (notícias website, ficha do projeto, redes sociais, emailings, ...) e de contactos diretos com as empresas (telefónicos ou presenciais, em reuniões e eventos)
- a realização de pelo menos 1 sessão pública e livre participação para apresentação do plano de ação (dezembro de 2024) que será amplamente divulgada (estimados cerca de 20 participantes), para:
 - . sensibilizar as empresas para a importância da participação em ações conjuntas para promoção internacional das suas atividades
 - . alertar para as oportunidades que são proporcionadas pelo projeto para a capacitação das suas estruturas e modernização dos seus negócios
 - . apresentar o projeto e suas ações, divulgar informação sobre os mercados-alvo e comércio setorial, estratégias a desenvolver para promoção das PME junto dos públicos-alvo e objetivos comuns e individuais a alcançar
 - . promover a adesão das empresas não só às ações de internacionalização propriamente ditas mas também às dinâmicas complementares de capacitação e de comunicação de competências na internacionalização (reuniões, sessões e webinars, participação na recolha de práticas do setor para construção da Infografia colaborativa "Natural Stone: the sustainable choice" e outras atividades que venham a ser realizadas)
 - . sensibilizar para a importância crescente do canal online nos negócios internacionais e na comunicação e marketing das empresas

Adicionalmente, a ANIET participa em diversas iniciativas próprias ou promovidas por outras entidades do setor, que também servem como veículos de sensibilização adicional. Este trabalho envolve a equipa do promotor e o apoio de consultores, garantindo, assim, a adesão das empresas adicionais ao programa.

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

Tarefas de acompanhamento das empresas na fase da execução dos projetos

A natureza deste projeto exige um acompanhamento metódico e contínuo das PME pela equipa da ANIET, assegurando que os objetivos e resultados são alcançados dentro dos prazos estipulados, com elevada qualidade e a custos controlados. As tarefas de acompanhamento são ajustadas à natureza da atividade em causa. Assim:

1 CONTACTO PRESENCIAL NOS MERCADOS-ALVO

1.1 Presença em Feiras Internacionais:

No que toca à preparação das empresas para eventos presenciais como as feiras, após a definição da estratégia individual com cada empresa, é essencial coordenar essa participação segundo as diretrizes do projeto e em harmonia com as outras empresas envolvidas, assegurando uma presença nacional coerente e de forte impacto.

Assim, para a preparação das empresas as principais tarefas são:

- Disponibilizar informação sobre as feiras, o mercado-alvo e o comércio setorial do mercado e no que respeita ao comércio bilateral com Portugal, para que as empresas possam orientar a sua oferta (bloco/chapa ou produtos transformados com maior valor acrescentado, tipo de pedra, acabamentos, aplicações) e preparar os argumentos comerciais, o agendamento de reuniões com potenciais ou atuais clientes bem como apresentações a realizar em eventuais eventos do certame
- Apoiar o desenvolvimento, na área da comunicação e marketing, de conteúdos digitais e de campanhas de marketing através de ferramentas digitais sofisticadas a disponibilizar, que promovam a visibilidade da PME e da sua oferta diferenciadora no certame e estimulem a visita ao stand
- Apoiar a criação da imagem comum para as participações (a coordenar com as restantes presenças nacionais), incluindo a publicitação dos apoios e dos elementos coletivos agregadores da oferta nacional presente
- Coordenar e agendar viagens e estadas relativas à deslocação conjunta, reserva de espaços e a logística de transporte de materiais para exposição e stands
- Realizar a gestão administrativa e financeira da participação

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

No pós-feira, haverá momentos para a avaliação, com as empresas participantes, da participação e dos seus resultados, colhendo as lições aprendidas e dando seguimento a eventuais contactos posteriores que venham a ser solicitados por potenciais clientes.

1.2 Realização das Missões de Prospeção:

Relativamente às missões de prospeção, com os devidos ajustamentos, a preparação integral, no essencial, trabalhos semelhantes, em termos de informação (substituindo a informação do certame por informação sobre os contactos a realizar), de recomendações sobre os produtos a apresentar, apoio na preparação da equipa e na criação e/ou escolha dos instrumentos de comunicação e marketing bem como de agendamento de viagens, alojamentos e outras questões logísticas inerentes à deslocação conjunta.

São também realizadas diligências para prospeção e angariação de contactos pertinentes nos mercados-alvo, conforme os perfis de entidades/empresas locais procurados pelas participantes, organizando o programa e calendarização da missão, incluindo reuniões B2B durante os dias da missão para maximizar as oportunidades de negócio.

Já no mercado, as missões são acompanhadas presencialmente por técnicos da ANIET e por consultores especializados para apoio à gestão das reuniões e contactos. Todas as questões logísticas que surjam serão asseguradas igualmente pela ANIET que também prestará o apoio necessário às empresas durante as reuniões e visitas programadas.

No pós-missão é igualmente feita uma avaliação e balanço da ação e seus resultados e recomendações de boas práticas futuras.

2 ECONOMIA DIGITAL

No que respeita às ações previstas para dinamizar a presença online e considerando que a promoção deverá dirigir-se fundamentalmente para produtos que gerem maior valor acrescentado, o apoio às empresas, quer na preparação quer na implementação, será prestado por consultores especializados das áreas de comunicação/marketing e e-commerce, para a conceção e implementação das estratégias mais adequadas em função do grau de maturidade digital da PME, das estratégias que pretende adotar, dos produtos a promover e dos segmentos de clientes que pretende alcançar. Assim, resumidamente, o apoio contempla:

2.1 Ativação do e-Commerce:

- Adesão inicial e otimização da presença em Marketplaces e promoção em sites de terceiros
- Criação de lojas próprias online e otimização da presença e promoção em sites de terceiros

2.2 Implementação de Campanhas de Marketing:

- Otimização das estratégias digitais (via SEO/SEA/WEB Analytics) tendo em vista a melhoria dos processos associados à presença online das empresas participantes atendendo sobretudo à interação pretendida com os mercados-alvo internacionais
- Conceção de conteúdos de marketing digital para suporte à promoção dirigida aos mercados internacionais

3. ACOMPANHAMENTO E DESENVOLVIMENTO

De cariz transversal, a preparação disponibilizada às empresas centra-se, em primeiro lugar, em eventos colaborativos que fomentem massa crítica no tecido empresarial, através do debate, reflexão e partilha de experiências, casos de sucesso e de boas práticas que orientam as estratégias, designadamente em áreas prioritárias associadas às grandes macrotendências de sustentabilidade e de digitalização, e a ação comercial das participantes (e de outras empresas, do setor ou de outros com interesse). A presença prevista de entidades e convidados dos mercados (prescritores ligados ao setor do paisagismo, entidades ligadas à construção sustentável e especialistas na área da sustentabilidade ambiental e da economia digital) esclarecem, ajudam a quebrar barreiras e resistências e estimulam a adoção de práticas empresariais inovadoras que criam valor para a organização. Estes momentos são também alavanca para a formação de parcerias estratégicas e de estímulo à inovação.

Por outro lado, as ações de comunicação e marketing do projeto são dirigidas ao reforço da imagem e reputação internacional do setor e funcionam como facilitadores, dado que alavancam resultados e impactos para as empresas aderentes.

Tal como já referido, o projeto contempla uma componente de avaliação de resultados, que é uma poderosa ferramenta de benchmarking de performance empresarial das empresas, entre a situação prévia à participação e o pós-projeto, que inclui recomendações estratégicas para orientar futuros processos de internacionalização (contributos a verter nos relatórios de avaliação das ações e final).

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

Em todas as fases do projeto é realizada ampla divulgação nos diferentes canais de comunicação da associação (e-mail, redes sociais, site, newsletter, etc.), com vista a maximizar o alcance das atividades também a empresas não participantes (ou aquelas que por algum motivo não puderam aderir) e de outros setores com que a Pedra Natural se relaciona.

Ações a implementar - plano de ação

1

2

3

4

SI-Internacionalização - Operações em Conjunto - Plano de Ação

Atividades de avaliação dos resultados dos projetos nas empresas

A metodologia a ser implementada deve necessariamente incluir uma componente de avaliação do projeto e das suas atividades, que será transversal a toda a execução. Os processos de avaliação são ferramentas essenciais na gestão de projetos, pois permitem monitorizar os resultados e impactos esperados, garantindo, assim, o seu sucesso.

A dimensão e complexidade deste projeto, a diversidade de tarefas, o envolvimento de diversos intervenientes e a participação de entidades terceiras (empresas participantes), aumentam significativamente a responsabilidade, justificando a subcontratação de entidades especializadas com competências em processos de avaliação que possam apoiar a ANIET nestas atividades, de forma transparente e rigorosa, traduzindo uma visão crítica da gestão do projeto e níveis de produtividade dos resultados e impactos.

Terão a responsabilidade de avaliar o projeto de forma global em jeito de balanço de todo o programa de intervenção, assim como cada uma das ações individuais, aferindo em que medida foram ou não concretizados os objetivos, resultados e seus indicadores nas empresas, quer no que se refere às participações presenciais nos mercados (ações 1 a 9) quer nas ações direcionadas a intervenções no domínio da economia digital (ações 10 a 12).

Esta avaliação contará com uma análise quantitativa, mas também qualitativa, assegurando recomendações e boas práticas que se traduzam em lições aprendidas para próximos projetos e para os seus intervenientes.

A avaliação, para além de uma colaboração ativa das empresas quer na aferição de resultados quer na partilha de experiências e inputs sobre a forma como o projeto decorreu, terá naturalmente também os contributos e a participação da equipa técnica da ANIET, especialmente na componente qualitativa, dada a sua responsabilidade na gestão e execução do projeto e conhecimento profundo do decurso de todas as suas dinâmicas.

Assim, com base nos objetivos e resultados a alcançar pelas empresas envolvidas no projeto, previamente identificados e justificados, após a conclusão de cada uma das feiras, missões e das ações digitais, será realizado um relatório de avaliação, em que se procurará:

- Identificar desvios;
- Analisar o impacto da participação na ação;
- Definir medidas preventivas/corretivas para ações futuras;
- Alinhar estratégias de ação para eventos futuros.

Realizada a última ação, e tendo por base a informação recolhida (inquéritos, entrevistas, publicações e relatórios individuais de avaliação das ações), será feito tratamento adequado de todos os resultados de participação das empresas, de que resultará um Relatório Final de Avaliação. Este relatório incluirá as Lições Aprendidas tanto pelas Empresas como pela ANIET.

O documento final fará uma avaliação comparativa entre os objetivos e os resultados obtidos (impactos nas empresas e no potencial para os negócios), bem como fornecerá recomendações sobre melhorias e possíveis ajustes e novas metodologias, com o objetivo de promover a internacionalização das empresas portuguesas e a oferta nacional de produtos e serviços.

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

1. Indicadores de realização e seus objetivos:

- N.º de mercados-alvo, comunitários e terceiros, objeto de intervenção relevante: 6
(EUA, Itália, Canadá, Alemanha, Reino Unido, Arábia Saudita)
- N.º de mercados abrangidos no âmbito das ações de marketing digital: 6
(com intervenções relevantes: EUA, Itália, Canadá, Alemanha, Reino Unido, Arábia Saudita)
- N.º de ações de prospeção e captação de novos clientes nos mercados externos: 2
(Missão Prospeção EUA, Missão Prospeção Arábia Saudita)
- N.º de presenças em feiras e certames internacionais: 7
(Feira TISE 2025 + Feira Marmomac 2025 + Feira StoneTech Canada 2025 + Feira TISE 2026 + Feira Stone+tec 2026 + Feira Marmomac 2026 + Feira StoneScape EXPO 2026)
- N.º de lojas próprias online criadas: 2
(Somatório do n.º de lojas próprias online criadas)
- N.º de novas adesões a marketplaces: 2
(Somatório do n.º de novas adesões a marketplaces)

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

2. Indicador de resultado e seus objetivos:

- Intensidade das exportações no pós-projeto – 55,70%
(calculado pela fórmula: Volume de Negócios Internacional pós-projeto / Volume de Negócios Total pós-projeto X 100).

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

3. Indicadores de acompanhamento e seus resultados:

- N.º de ações de promoção e empresas envolvidas e o impacto esperado: 12 ações para cerca de 33 empresas participantes

(calculado pela relação entre o nº total de ações do projeto e o somatório do nº de empresas que se prevê virem a participar no projeto)

- Nº de participações em feiras internacionais: 75

(calculado pelo somatório do nº de participações em cada uma das ações 1 a 7 do projeto)

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

- Nº de ferramentas digitais implementadas: 8

(calculado pelo somatório de Lojas online + adesões a marketplaces + Display Advertising + SEO + SEA + Web Analytics+Content Marketing+Social Media Marketing)

- Nº de participações de empresas em ações do projeto: 103

(calculado pelo somatório do nº de empresas que participaram em cada uma das ações 1 a 12 do projeto)

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

- Nº de sessões públicas realizadas: 3

(1 apresentação projeto + 1 sessão final + 1 webinar)

- Nº de participantes nas sessões públicas realizadas: 70

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

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

Estes indicadores permitirão acompanhar o alinhamento da execução do projeto com o que foi proposto, em termos de ações e empresas participantes, designadamente no que diz respeito às ações digitais, tendo em conta que se trata de uma área ainda pouco trabalhada no setor. Por outro lado, permite também aferir o interesse manifestado pelas empresas no que concerne à sua capacitação para a transição digital e construção sustentável, como novos paradigmas essenciais a ter em conta no desenvolvimento sustentado dos modelos de negócio do futuro para o Setor da Pedra Natural.

4. Indicadores de impacto e seus objetivos:

- Intensidade das exportações no pós-projeto – 55,70%

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

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

- Taxa de crescimento médio das exportações das empresas participantes no ano pós-projeto: 31,27%

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

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

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

(calculado pela fórmula: (Nº de empresas participantes com alterações na política comercial/logística no ano pós-projeto) / (Nº de empresas participantes no projeto) x 100.

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

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

Os resultados serão apresentados em sessão pública, promovendo atividades de disseminação dos resultados e testemunhos sobre a importância da participação para o incremento dos negócios internacionais e o fortalecimento das competências das empresas participantes. Espera-se que isto incentive outras empresas, tanto do setor como de outros, a replicar estas práticas e a melhorar os seus próprios processos de internacionalização.

A ANIET representa as empresas (maioritariamente PME) da fileira dos recursos minerais (incluindo a Pedra Natural), que exerçam a atividade de extração e/ou transformação, produção e/ou comercialização de massas minerais e de depósitos minerais, bem como de equipamentos, produtos e serviços afins, direta ou indiretamente relacionadas com o setor, abrangendo assim toda a cadeia de valor do setor.

Participa em iniciativas de organismos de cúpula nacionais (Confederação Empresarial de Portugal, Associação Empresarial de Portugal, Associação Plataforma para a Construção Sustentável, Conselho Estratégico do CLUSTER DO HABITAT SUSTENTÁVEL - engloba desde a extração à nanotecnologia-, Cluster dos Recursos Minerais, participa no Centro Tecnológico da Cerâmica e do Vidro (CTCV) e Confederação Portuguesa da Construção e Imobiliário,...) e internacionais (EUROMINES- Associação Europeia da Indústria Mineira, Minérios Metálicos e Minerais Industriais e na UEPG-União Europeia de Produtores de Agregados), integrando o Board Meeting. Organiza inúmeros eventos que contam com a presença de representantes de diversos setores de atividade (Conferência Internacional da Pedra, Jornadas Técnicas,...) e colabora em iniciativas de outros setores da fileira (Ordem dos arquitetos e dos engenheiros, Faculdade Engenharia Universidade Porto,...).

Por isso, a integração neste ecossistema da cadeia AEC (Arquitetura, Engenharia e Construção) determina o seu envolvimento nas orientações e opções estratégicas intersectoriais, como o apoio às transições gémeas na fileira – verde e digital - e fomento de negócios internacionais, designadamente pelo e-commerce.

Nessa medida, é interlocutor privilegiado para garantir uma abrangência alargada da divulgação do projeto, redes de contactos que serão ativadas para divulgar as atividades, tendo em vista a maximização da disseminação dos resultados e boas práticas. A disseminação e a exploração dos resultados do projeto podem, desta forma, ajudar a fundamentar futuras políticas e práticas, pelo que o seu impacto será medido não só pela qualidade dos seus resultados, mas também na medida em que estes resultados forem conhecidos e adotados por outras empresas e setores.

Por isso, a comunicação com o maior número possível de utilizadores através de uma disseminação eficaz ajudará a obter um retorno do investimento materializado pelo número de empresas que adotam estratégias de internacionalização, ajudando a maximizar o retorno do investimento, sejam elas aderentes ao projeto ou não, do setor ou fora dele.

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

1. Num primeiro plano a divulgação dirige-se às empresas aderentes (33 PME) através de:

- Emailings
- Grupo WhatsApp a criar exclusivo para aderentes (planeamento de ações/reuniões/eventos/alertas)
- Reuniões periódicas, quer para planeamento quer para discussão/avaliação de resultados das ações

2. Depois, em segunda linha, as empresas da cadeia de valor da Pedra Natural (aderentes ou não) através de:

- Meios próprios da ANIET: Circulares, Newsletter, Nota Informativa e ANIETNews; emailings; vídeos “on sight” transmitidos nas redes sociais; notícias no website e na ficha do projeto; eventos próprios do setor em que a ANIET participe ou dinamize
- Eventos colaborativos para a internacionalização | Sessão de apresentação do plano de ação (Porto, dez de 2024).

Considerando o universo de empresas que poderá integrar o projeto, dirige-se maioritariamente, a esse mesmo universo: PME do setor da Pedra Natural fabricantes de equipamentos para a pedra e atividades relacionadas de construção/aplicação da pedra; não obstante, sendo de livre e gratuita inscrição, e de ampla e pública divulgação, poderão participar todos os interessados em conhecer o plano de ação.

Procurar-se-á estimular os presentes a participar nas diferentes dinâmicas que estão previstas para além de, com o apoio de especialistas na área digital e com a partilha de casos de sucesso, sensibilizar as PME (num setor ainda muito tradicional em termos de canais de distribuição e marketing) para a importância de cada vez mais procurarem adotar ferramentas digitais e o e-commerce para intensificar a sua ação comercial e os seus negócios internacionais.

Estima-se o envolvimento de 20 PME.

-Infografia colaborativa “Natural Stone: the sustainable choice” (PT/EN): a preparar com a colaboração e inputs das empresas do setor, será um instrumento inovador de comunicação de competências nacionais aos mercados, para trabalhar a notoriedade da Pedra Natural enquanto material sustentável, destacando características como os seus Benefícios Térmicos, Eficiência Energética, Pegada Ecológica, ...

3. Finalmente, num plano alargado ao público em geral:

- Meios próprios da ANIET: vídeos “on sight” transmitidos nas redes sociais; notícias no website e na ficha do projeto; eventos em que a ANIET participe ou dinamize
- Eventos colaborativos para a internacionalização | Webinar “Natural Stone: the sustainable choice” (março de 2025)

Pretende-se levar a efeito pelo menos um evento desta natureza, que terá livre e gratuita inscrição e, devido à pública divulgação, poderão participar todos os interessados.

A sessão contará com especialistas convidados de diferentes setores, nacionais e internacionais, com os quais se pretende aprofundar a colaboração e sinergias no âmbito da construção sustentável: fileira AEC (arquitetura, engenharia e construção, incluindo o setor do paisagismo com o qual se pretende estimular a colaboração).

A discussão centrar-se-á na afirmação da Pedra Natural como elemento construtivo sustentável e o seu papel de destaque na fileira enquanto matéria-prima de excelência no desenvolvimento das cidades inteligentes e ecológicas.

Pretende-se, por isso, incluir no processo, empresas/PME daqueles setores e as entidades associativas que os representam, com o intuito de criar massa crítica com a experiência de todos para alinhar os esforços na internacionalização e fomentar novos ciclos de inovação em sintonia com as macro-tendências.

Como se percebe, o evento será certamente atrativo não apenas para as empresas participantes no projeto, mas para outros participantes, dentro ou fora do setor.

Estima-se o envolvimento de 20 PME.

-Eventos colaborativos para a internacionalização | Sessão de apresentação de resultados (Porto, novembro de 2026).

Este será o evento final de encerramento do projeto, que terá ampla divulgação, sendo aberto a todos os interessados (livre e gratuita participação).

Para além das aderentes, que serão chamadas a apresentar a sua experiência e frutos da participação, o convite será extensível a empresas não participantes (incluindo ex-participantes de projetos anteriores que possam também dar o seu testemunho) e outras de outros setores (empresas ou outras entidades de referência (Centros tecnológicos, Associações Empresariais Nacionais e Europeias, Ordens Profissionais, Centros de Conhecimento, Juntas de Freguesia, Câmaras Municipais...) ligados à fileira AEC e/ou Habitat (arquitetura, engenharia, construção, paisagismo, design ...)

Na sessão serão apresentados os resultados do projeto, partilhadas as boas práticas e as sinergias formadas com os diferentes mercados-alvo, procurando contribuir para uma perceção pública positiva e encorajar uma maior participação nesta tipologia de projetos, ao sensibilizar os presentes para as oportunidades proporcionadas e o valor acrescentado das atividades apoiadas pelo programa de financiamento.

Pretende-se promover a interação entre empresas, parceiros institucionais, associações, consultores, também para estimular sinergias com outros setores e o desenvolvimento/fortalecimento de relações comerciais/institucionais para trajetórias futuras em conjunto.

Estima-se a presença de 30 PME.

-A Campanha de marketing digital "Natural Stone: the sustainable choice" (inspirada na Infografia digital), permitirá alargar a visibilidade do projeto a mais público, designadamente dos mercados externos, estimulando novas parcerias com entidades e associações dos mercados-alvo do projeto.

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

-As próprias ações a realizar nos mercados, nomeadamente através da participação em feiras de prestígio, fornecem orientação prospetiva sobre as práticas da concorrência (oferta/ inovação, estratégias de marketing,...)

-A presença em canais especializados do online (marketplaces) permite conhecer as estratégias e desempenho (avaliações públicas dos clientes, oferta, estratégias de marketing...) de outras empresas que operam nesses ambientes

-A Infografia digital será um "argumento" para envolver também empresas não aderentes, estimulando-as a participar na criação de um instrumento representativo do setor em que se revejam, e que poderá ser estímulo para poderem vir a participar mais ativamente em projetos futuros por lhe reconhecerem valor

-A informação a veicular e os eventos, de livre participação, aportam massa crítica e partilha de boas práticas e de experiências entre empresas de diferentes setores presentes nas sessões

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

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

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

Pessoal e outros custos de acompanhamento do projeto

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

Nº	Promotor	Nova	NIF	Nome	Nível	Custo mês	N.º meses	Valor
1	ANIET	Não	[REDACTED]	[REDACTED]	Nível 6	5.992,70	8,30	49.739,41
2	ANIET	Não	[REDACTED]	[REDACTED]	Nível 7	2.853,67	12,30	35.100,10
3	ANIET	Não	[REDACTED]	[REDACTED]	Nível 4	1.426,83	12,75	18.192,13

Custos de promotores

Nº	Promotor	Designação	Ano	Rubrica	Imputação	Elegível
1	ANIET	Sensibilização e Divulgação do Projeto - informação ((1 consultor * 32 dias * 275€/dia + 1 consultor especialista * 5 dias * 350€/dia) * 1,23 (IVA))	2025	Acompanhamento - Divulgação e Sensibilização	Individuais	12.976,50
2	ANIET	Publicidade - Sessão apresentação plano de ação (2 inserções publicitárias * 1.000€ * 1,23 (IVA))	2024	Acompanhamento - Divulgação e Sensibilização	Individuais	2.460,00
3	ANIET	Mailing de divulgação - Sessão apresentação plano de ação (1 Mailing * 500,00€ * 1,23 (IVA))	2024	Acompanhamento - Divulgação e Sensibilização	Individuais	615,00
4	ANIET	Divulgação do projeto - video promocional do projeto (1 video * 2500€ * 1,23 (IVA))	2025	Acompanhamento - Divulgação e Sensibilização	Individuais	3.075,00
5	ANIET	Campanha de marketing digital 2025 "Natural Stone: the sustainable choice" (1 serviço * 5.000€) * 1,23 (IVA))	2025	Acompanhamento - Desenvolvimento do projeto	Individuais	6.150,00

Nº	Promotor	Designação	Ano	Rubrica	Imputação	Elegível
6	ANIET	Campanha de marketing digital 2026 "Natural Stone: the sustainable choice" (1 serviço * 5.000€) * 1,23 (IVA))	2026	Acompanhamento - Desenvolvimento do projeto	Individuais	6.150,00
7	ANIET	Consultoria na Avaliação da Acção/Empresa - Feiras 2025 (1 consultor * 16 horas * 85€/hora * 1,23 (IVA) * 3 relatórios feira	2025	Acompanhamento - Avaliação de resultados	Individuais	5.018,40
8	ANIET	Consultoria na Avaliação da Acção/Empresa - Feiras 2026 (1 consultor * 16 horas * 85€/hora * 1,23 (IVA) * 4 relatórios feira	2026	Acompanhamento - Avaliação de resultados	Individuais	6.691,20
9	ANIET	Consultoria na Avaliação da Acção/Empresa - Missões Prospeção (1 consultor * 16 horas * 85€/hora * 2 relatórios missão prospeção * 1,23 (IVA))	2026	Acompanhamento - Avaliação de resultados	Individuais	3.345,60
10	ANIET	Avaliação Final (1 consultor * 40 dias * 275€/dias + 1 consultor especialista * 5 dias * 350€/dia) * 1,23 (IVA))	2026	Acompanhamento - Avaliação de resultados	Individuais	15.682,50
11	ANIET	Publicidade - Sessão Pública Apresentação Resultados (2 inserções publicitárias * 1.000,00€ * 1,23 (IVA))	2026	Acompanhamento - Disseminação	Individuais	2.460,00
12	ANIET	Mailing de divulgação - Sessão Pública Apresentação Resultados (1 Mailing * 500,00€ * 1,23 (IVA))	2025	Acompanhamento - Disseminação	Individuais	615,00

Nº	Promotor	Designação	Ano	Rubrica	Imputação	Elegível
13	ANIET	Infografia colaborativa "Natural Stone: the sustainable choice" (1 consultor * 45 dias * 275,00€/dia + 1 consultor especialista * 18 dias * 350,00€/dia) * 1,23 (IVA))	2025	Acompanhamento - Desenvolvimento do projeto	Individuais	22.970,25
14	ANIET	Monitorização e avaliação do impacto das estratégias de comunicação inbound ((1 consultor * 20 dias * 275,00€/dia + 1 consultor especialista * 5 dias * 350,00€/dia) * 1,23 (IVA))	2026	Acompanhamento - Avaliação de resultados	Individuais	8.917,50
15	ANIET	Publicidade - Webinar (2 inserções publicitárias * 1.000,00€ * 1,23 (IVA))	2025	Acompanhamento - Desenvolvimento do projeto	Individuais	2.460,00
16	ANIET	Mailing de divulgação - Webinar (1 Mailing * 500,00€ * 1,23 (IVA))	2025	Acompanhamento - Desenvolvimento do projeto	Individuais	615,00
17	ANIET	CC/ROC 2025	2025	CC/ROC	Comuns	2.500,00
18	ANIET	CC/ROC 2026	2026	CC/ROC	Comuns	2.500,00
1	ANIET	Pessoal	-	Acompanhamento - Pessoal Promotor	Individuais	103.031,64

Competências da equipa coordenadora

Entidades externas a envolver

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

Competências específicas das entidades

É importante destacar, antes de mais, que os critérios de seleção de entidades externas para o projeto considerarão:

- 1) o conhecimento dessas entidades sobre o ambiente empresarial do setor e os mercados-alvo do projeto
- 2) a capacidade de suprir insuficiências da equipa técnica da ANIET
- 3) a experiência em trabalhos anteriores de natureza semelhante

A ANIET tem vindo, ao longo dos diversos projetos conjuntos de internacionalização que já promoveu, a trabalhar com diversas entidades externas que, pela sua idoneidade, mérito reconhecido e alta competência, lhe têm garantido as melhores condições para o crescimento e valorização das empresas participantes e produtividade no projeto, permitindo uma alocação adequada dos recursos aos resultados entregues.

Nesse caso, o histórico de colaboração positiva sinaliza fiabilidade e credibilidade, sendo um fator adicional a tomar em consideração.

Mas, naturalmente porque o investimento apresentado será realizado após a candidatura, não foi estabelecido qualquer compromisso prévio de aquisição de equipamentos, reservas de espaço em feiras, contratação de serviços de consultoria ou qualquer outro compromisso que torne esse investimento irreversível, sendo que a consulta e seleção será feita, já durante a execução do projeto, por consultas diretas a fornecedores potenciais, a tabelas de preços públicas e/ou pesquisa de informação em websites, tendo por referência os critérios acima e garantindo que são praticados preços de mercado.

Para além de entidades a envolver diretamente no projeto por serem fornecedoras de serviços indispensáveis a adquirir externamente (cujas competências e requisitos para a contratação foram atrás identificados no ponto "Competências externas necessárias ao desenvolvimento do projeto"), serão convidadas a colaborar no projeto outras entidades externas, designadamente para os Eventos colaborativos para a internacionalização. Será o caso da Ordem dos Engenheiros, da Ordem dos Arquitetos, de Instituições de Ensino Superior e de especialistas com elevadas competências na área da construção sustentável e da economia digital, que, pelo seu know-how e experiência, permitem realizar uma discussão séria e relevante de temas pertinentes e atuais para o setor, contribuindo para difundir conhecimento e criar novas competências para uma capacitação mais adequada das PME para a internacionalização.

Equipa coordenadora

N.º	Tipo	Entidade	NIF	Área de Formação	Nível de Qualificação	Função na Equipa
1	Interna	-	██████████	Engenharia	Nível 6	- Coordenação e gestão do projeto. - Gestão financeira do projeto. - Coordenação da equipa técnica.
2	Interna	-	██████████	Engenharia	Nível 7	- Apoio à coordenação e gestão do projeto - Acompanhamento técnico de todas as atividades do projeto
3	Interna	-	██████████	Assessoria e Tradução	Nível 4	- Apoio administrativo - Apoio logístico

Experiência da equipa em projetos de natureza semelhante

A equipa interna da ANIET é formada por profissionais qualificados, dotados de elevadas competências técnicas e relacionais. A Associação 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.

Possui vasta experiência, que acumula há mais de 40 anos, na colaboração com empresas do setor, promovendo atividades de apoio à inovação, à cooperação e internacionalização dos seus negócios e da prestação de serviços de caráter associativo, designadamente, em tarefas de assessoria legal, financeira e de comunicação.

Detém profunda experiência na implementação e acompanhamento de projetos desta natureza (para além de ações coletivas qualificação e internacionalização, formação profissional, ...), tendo há vários anos implementadas metodologias de trabalho robustas e consistentes que garantem a adequada gestão e acompanhamento dos projetos conjuntos que promove. Conta ainda com o apoio ativo dos elementos da direção da associação, também eles empresários com experiência em processos de internacionalização, que participam nas principais dinâmicas levadas a efeito.

Como tal, ao longo dos anos, não só estabeleceu relações sólidas com as empresas aderentes, que confiam no seu trabalho, e com o tecido empresarial do setor e de outros setores afins, como também desenvolveu parcerias robustas com entidades de mercados externos. Esta rede inclui organizações de eventos, prescritores de diversas origens e setores, bem como os mais destacados representantes da Pedra Natural a nível global. Estas conexões têm sido fundamentais para fortalecer a imagem da Pedra Natural Portuguesa e para consolidar a marca de origem Portugal no mercado internacional.

Reúne, assim, experiência muito relevante no apoio à internacionalização e capacitação do setor da Pedra Natural.

A sua equipa interna é multifacetada, com grande dinamismo e capacidade de trabalho sob pressão e detém muita experiência no acompanhamento ao setor e a projetos desta natureza.

Irão integrar a equipa técnica afeta ao presente projeto os seguintes recursos humanos:

FRANCELINA PINTO – Diretora Geral da ANIET

Níveis de Qualificação e Competências Profissionais:

Licenciada em Engenharia de Minas

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

Acompanhou todos projetos onde a ANIET surgiu como promotora ou copromotora, nomeadamente os projetos conjuntos anteriormente detalhados e ações coletivas (Qualificação e Internacionalização), quer no âmbito do QREN, quer do Portugal 2020 e agora do Portugal 2030, tendo assumido como funções principais a coordenação e gestão do projeto e da equipa técnica, coordenação e dinamização de eventos, coordenação financeira, acompanhamento de empresas aos mercados e contactos com organismos nacionais e internacionais:

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

B) Projeto Conjunto de Internacionalização – Pedra E+ 2020

C) Projeto Conjunto de Internacionalização – Pedra E+

D) Projeto Conjunto de Internacionalização – Pedra com Valor

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

F) Projeto SIAC Internacionalização – Stone Export+

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

H) Projeto SIAC Qualificação – Pedra + Sustentável

I) Projeto SIAC Qualificação – Ecoeficiência e Competitividade

Funções no projeto:

- Coordenação do projeto, da gestão financeira 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 nacionais e internacionais
- Dinamização das sessões presenciais / digitais (Eventos colaborativos para a internacionalização)
- Presença institucional do setor nos certames e eventos internacionais

ISABEL MAFRA - Responsável pelo departamento de internacionalização da ANIET, coordenando ainda a área técnica, administrativa e informática

Níveis de Qualificação e Competências Profissionais:

Licenciada em Engenharia Informática Industrial e Mestre em Engenharia Biomédica

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 9ª 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

Na ANIET possui também experiência na implementação de projetos de internacionalização no âmbito do 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 com 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

Exerce ainda funções ao nível de Gestão das Bases de Dados, Gestão do website da ANIET e e-mails, otimização das infraestruturas de comunicações aos associados e assistência e manutenção ao parque informático

Funções no projeto:

- Apoio à coordenação e gestão do projeto
- Preparação, organização e presença nas ações de promoção internacional
- Suporte na preparação das empresas e seu acompanhamento nas ações de promoção internacional (feiras, missões, ...)
- 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
- 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
- Acompanhamento e supervisão dos trabalhos subcontratados das ações relativas à promoção por canais digitais
- Organização das sessões presenciais / digitais (Eventos colaborativos para a internacionalização)

EDUARDO FERNANDES – Assistente administrativo

Níveis de Qualificação e Competências Profissionais:

A frequentar licenciatura de Assessoria e Tradução

Funções na ANIET:

- Apoio na promoção e divulgação de projetos de internacionalização no âmbito do PT2030
- Comunicação às empresas (elaboração de cartas, faxes, e-mails, memorandos, atas, circulares e outros documentos de apoio) no âmbito da atividade da associação
- Organização documental
- Apoio logístico na organização de eventos, nomeadamente feiras e seminários
- Contacto com associados
- Apoio na elaboração da ANIETNews.

Funções no projeto:

- Contactos telefónicos e tratamento de correspondência
- Contacto com empresas
- Apoio na organização das sessões presenciais e das ações de promoção internacional
- Organização do processo documental e financeiro do projeto
- Faturação e preparação de documentos contabilísticos
- Agendamentos de viagens/estadias, questões logísticas, ...

Enquadramento temático

ENEI

N.º	Domínio Prioritário	Principal área de atuação
1	Transição Digital	Desenvolvimento de plataformas e soluções digitais avançadas para novos modelos de negócio
2	Transição Digital	Desenvolvimento de plataformas e soluções digitais avançadas para a otimização das cadeias de produção
3	Transição Verde	Circularidade
4	Sociedade, Criatividade e Património	Atividades de design
5	Materiais, Sistemas e Tecnologias de Produção	Tecnologias avançadas de produção para a exploração de recursos endógenos
6	Grandes Ativos Naturais: Floresta, Mar e Espaço	Valorização dos recursos naturais

Fundamentação

1-O projeto desenvolve iniciativas alinhadas com o reposicionamento do setor rumo à digitalização, para promoção de modelos de negócio no âmbito digital. Integra o desenvolvimento de plataformas (lojas/marketplaces) e soluções digitais avançadas (otimização online – SEO, SEA, Web Analytics; campanhas de marketing digital – Redes Sociais, IoT, Big Data e análise de dados) para fomentar novos modelos de comércio e negócio eletrónico. Aposta na comunicação inbound e na criação de condições propulsoras da promoção e venda online

2–Através do online promove uma integração robusta no setor e facilita a sua inclusão em cadeias de abastecimento (internacionais)

3–Promove a transição verde e construção sustentável ao valorizar competências e práticas de sustentabilidade nas PME, impulsionando modelos de negócio circulares na pedra natural e em toda a cadeia de valor da fileira AEC

4–Promove atividades de design – design industrial/de produto, de interiores/paisagismo, e de comunicação - como indutoras de transformação, em ligação ao Habitat, através do fortalecimento da imagem do setor e posição competitiva junto da cadeia de abastecimento da AEC, contribuindo para a exploração do potencial das indústrias criativas

5-Fomenta o desenvolvimento de tecnologias de produção avançadas e sustentáveis para a exploração de recursos endógenos de valor ao integrar no projeto e fomenta a inovação em PME fornecedoras de tecnologias/equipamentos, potenciando a transição do setor para segmentos de maior valor acrescentado e o desenvolvimento da oferta nacional

6-Promove a valorização dos recursos naturais minerais através do desenvolvimento empresarial, estabelecimento de sinergias e campanhas com prescritores da fileira alargada (AEC, fornecedores de tecnologia...) e da promoção de tecnologias e de inovação no setor

EREI Norte

N.º	Domínio Prioritário	Base Empresarial
1	Criatividade, Moda e Habitats	Construção e materiais de construção
2	Criatividade, Moda e Habitats	Indústrias criativas
3	Industrialização e Sistemas Avançados de Fabrico	Fabricantes de máquinas e equipamentos

Fundamentação

Majoritariamente localizado no Norte, o setor da Pedra Natural representa uma das indústrias transformadoras com maior impacto para esta Região, impulsionada pelos significativos investimentos das suas empresas.

A sua estratégia está focada na digitalização das cadeias de valor, na inovação tecnológica 4.0 e na integração do design na oferta integrada, seguindo as tendências emergentes

Quer fortalecer a sua imagem e posição competitiva junto da cadeia de abastecimento da AEC, contribuindo para a exploração do potencial das indústrias criativas (design, arquitetura,...) e para a criação de novas vantagens competitivas em setores de forte componente de capital simbólico, como o Habitat (materiais e soluções de construção)

Promovem-se soluções inovadoras de arquitetura e design, e agora do paisagismo, em estreita ligação com a fileira, destacando o papel da pedra natural como centro de inovação e criatividade enaltecendo as suas características únicas e sustentáveis e enfatizando aplicações criativas em arte, arquitetura e design

Como provedor de soluções integradas e inovadoras e setor utilizador relevante, impulsiona a cooperação com bases empresariais consolidadas (fabricantes de máquinas/equipamentos) para acelerar os processos de transformação digital

Pelo online (e-commerce/marketing) robustecem-se os modelos de negócio e facilita-se a inclusão das PME em cadeias longas de abastecimento (internacionais), contribuindo para a dinâmica socioeconómica, inovação e conhecimento na região. Com o projeto estimula-se o investimento e a inovação em soluções que aportam massa crítica e incidem na exploração sustentável dos recursos e ativos da região em linha com princípios de variedade relacionada, com evidentes vantagens competitivas à escala global. Evidencia-se o contributo do projeto e do setor da Pedra Natural para o crescimento económico regional, pelo que o seu alinhamento com a estratégia RIS3 Norte é alto nos domínios prioritários e bases empresariais identificadas.

EREI Centro

N.º	Linha de Ação	Domínio Diferenciador
1	1.c) Inovação na valorização e uso circular e sustentável dos recursos endógenos naturais	Materiais, Tooling e Tecnologias de Produção
2	2.a) Desenvolvimento de processos, materiais e sistemas sustentáveis de maior valor acrescentado para a Região Centro	Materiais, Tooling e Tecnologias de Produção
3	2.d) Modernização industrial por via da digitalização e da incorporação de tecnologias avançadas	Materiais, Tooling e Tecnologias de Produção

Fundamentação

O projeto promove exportações de valor baseadas em fatores de competitividade como a inovação tecnológica, a qualidade, a sustentabilidade e o design na oferta integrada, estimulando o desenvolvimento de novos processos/materiais/produtos/sistemas sustentáveis e inovadores com valor acrescentado para a indústria e a região Centro.

Fomenta a ação comercial, a entrada em novos mercados (Arábia Saudita) para os calcários (endógenos da região), a entrada num novo segmento de mercado (o paisagismo), a implementação de modelos de negócio digitais inovadores (promovendo a circularidade) e a criação de sinergias com outras cadeias de valor (AEC), geradoras de vantagens significativas.

Catalisadores de inovação, os fabricantes de equipamentos são indústria de referência nesta Região e dinamos de inovação essencial para a valorização dos recursos minerais locais e seu uso eficiente na fileira pela incorporação tecnológica e sustentável nos processos de extração e transformação.

O projeto desempenha assim um papel distintivo na economia regional e no seu ecossistema de inovação, ao dinamizar o desenvolvimento colaborativo de soluções inovadoras para AEC, a sustentabilidade e digitalização do setor da Pedra Natural, impulsionando o investimento e a valorização dos recursos naturais da região para uma indústria mais sustentável, digitalizada e competitiva.

O conhecimento disseminado focado nas transições gêmeas e na sua comunicação aos mercados, o estímulo à economia digital via ações de marketing e e-commerce, bem como a reflexão e sinergias proporcionadas à Região nas sessões de capacitação, induzirão a replicação das práticas nos pares com efeitos de arrastamento ao nível da fileira da AEC regional.

Sector de importância económico-social para a região devido à alta concentração de empregos contribui para a qualidade de vida dos cidadãos e resiliência do território impulsionando a retenção e atração de pessoas e dinâmicas locais.

Fortemente alinhado com a RIS3 do Centro.

EREI Lisboa

N.º	Domínio de Especialização Temática ou Transversal	Eixo Estratégico	Programa Estruturante
-	-	-	-

Fundamentação

EREI Alentejo

Estratégia regional de especialização inteligente

N.º	Domínio de Especialização	Ação Transformativa de Base Regional
1	Serviços de Turismo e Hospitalidade	Novas Ofertas Turísticas associadas aos Recursos Naturais e Paisagísticos
2	Ecossistemas Culturais e Criativos	Atividades de conservação, valorização e reabilitação do património cultural e natural

Enquadramento temático

Majorações

N.º	Domínio Transversal	Ações Transformativas Base Regional (T-Regio)
1	Circularidade da Economia	Pedra Natural Alentejo (PNA)
2	Digitalização da Economia	Modelos de Negócio com base nas tecnologias digitais

Fundamentação

A Pedra Natural, setor com especial importância para a economia e emprego regional, destaca-se pelo seu contributo para o perfil de especialização do Alentejo e ação transformativa, sustentada pela experiência produtiva e exportadora. Ativos regionais distintivos e reconhecidos internacionalmente, são fator estratégico de atratividade de turistas à região. Aliás, as estratégias de comunicação internacional do projeto, alicerçadas na valorização sustentável da Indústria Extrativa, permitem capitalizar oportunidades pelo alinhamento com tendências emergentes focadas na sustentabilidade e circularidade (potenciada pelos canais digitais) através da inovação de marketing/organizacional/produto. O setor incorpora forte ação em ID&T e o projeto promove investimento em modelos de negócio digitais que visam reforçar a competitividade das PME pela digitalização. Potencia modelos de circularidade, eficiência produtiva e melhores práticas essenciais para a competitividade regional, a valorização das cadeias produtivas e a dimensão de atratividade regional para novos habitantes e visitantes. Incentiva o investimento nas transições gêmeas, promovendo processos avançados nos sistemas produtivos e o uso de ferramentas digitais para comunicar internacionalmente as melhores práticas das empresas nacionais. Ao estimular a promoção integrada com fornecedores de tecnologias fortalece o ecossistema regional impulsionando o crescimento de indústrias de equipamentos (ex máquinas/tecnologias de corte com menor expressão na região) pelo potencial de criação de sinergias com o setor e de clusterização para fomento da inovação empresarial. A dinamização da ação comercial no AEC evidencia aproximação às indústrias criativas (arquitetura...) essencial para valorização dos recursos naturais e do património cultural natural, potenciadas pelo avanço de soluções industriais para conservação, valorização e reabilitação do património e centros históricos. Fortemente alinhado com a RIS 3 Alentejo.

EREI Algarve

N.º	Domínio Prioritário	Ação Transformadora
-	-	-

Fundamentação

Desafios Societais

N.º	Desafio Societal	Principal linha de atuação
1	5. Ação Climática, Ambiente, Eficiência de Recursos e Matérias-Primas	5.2. Proteção do ambiente, gestão sustentável dos recursos naturais, água, biodiversidade e ecossistemas
2	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)
3	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)
4	5. Ação Climática, Ambiente, Eficiência de Recursos e Matérias-Primas	5.6. Património cultural (permitir a existência de um património cultural dinâmico e sustentável em resposta às alterações climáticas)

N.º	Desafio Societal	Principal linha de atuação
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 perspectiva externa sobre as culturas Europeias)

Fundamentação

A digitalização impulsiona a desmaterialização de processos resultando na redução do uso de recursos naturais. O projeto, ao integrar tecnologias digitais, transforma os processos tradicionais e contribui para uma economia e sociedade mais ecológicas através da eco-inovação-5.2 e 5.4

A promoção de modelos baseados no e-commerce fomenta a automatização, diminui o consumo de recursos e aumenta a eficiência, essenciais para a criação de economia sustentável, onde o uso inteligente de recursos é priorizada-5.2 e 5.3

Promove ecossistemas de eco-inovação pelo incentivo à colaboração entre empresas do setor, fabricantes de equipamentos... para desenvolvimento conjunto de soluções tecnológicas. Impulsiona a transição para uma sociedade e economia ecológicas através da eco-inovação, ao promover modelos económicos sustentáveis e a eficiência de recursos via sistemas digitais-5.3 e 5.4

Contribui para sociedade reflexiva através da disseminação de informação -infografia colaborativa- e da organização de eventos (sessões/webinar) promove o brainstorming, a reflexão/partilha de boas práticas e descoberta coletiva de soluções sustentáveis, reforçando a identidade e herança cultural da Pedra Natural Portuguesa. Comunicada eficazmente, apoia as transições verde e digital, destacando-se nos mercados globais-6.3

A estratégia de promoção internacional (campanhas digitais e de imagem) comunica as qualidades do produto, capacidades tecnológicas, o design inovador e a eco-inovação intrínseca ao setor, atraindo segmentos mais exigentes, promovendo exportações de valor, novas cadeias de abastecimento sustentáveis, a criação de emprego e a proteção dos ecossistemas locais-5.6

A internacionalização, geradora de valor para empresas e populações permite maior investimento em conhecimento e capacidades tecnológicas, fomentando processos limpos e responsáveis. Cria-se uma sociedade e economia mais ecológicas potenciadas pela eco-inovação e uma oferta sustentável-valorizada pelos mercados-5.3 e 5.4

Crêterios de seleção

A. Adequação   Estratégia

A1. Nível de enquadramento na RIS3 Regional

O projeto apresenta um elevado grau de inserção na estratégia regional de especialização inteligente das regiões Norte, Centro e Alentejo desenvolvendo o programa de intervenção nas PME aderentes do setor da Pedra Natural destas regiões que se alinha perfeitamente com as idiossincrasias dos respetivos PO Regionais:

- Norte:

Tem enquadramento no domínio prioritário Criatividade, Moda e Habitats:

- Aporta vantagens competitivas pela diferenciação a setores com forte componente de capital simbólico como o setor do Habitat - Base Empresarial Construi  o e materiais de construi  o - Pedra Natural

- Incide sobre um recurso e ativo de elevada potencialidade e valorização económica na região

- Dinamiza a colaboração e exploração do potencial das indústrias criativas, designadamente a arquitetura e o design

Tem enquadramento no domínio prioritário Industrialização e Sistemas Avançados de Fabrico:

- Combina as capacidades e infraestruturas tecnológicas existentes (fabricantes de equipamentos) com os setores utilizadores relevantes, como a indústria Extrativa e Transformadora de Pedra Natural e a Construi  o, com foco na transformação digital e modelos de negócio digitais

- Centro:

O projeto está alinhado com a Linha de A  o Materiais, Tooling e Tecnologias de Produção porque:

- Fomenta uma indústria regional (Pedra Natural tem forte tradição e capacidade industrial no Centro) mais sustentável, digital e competitiva, e tendencialmente circular. Promove a gestão eficiente de recursos naturais valiosos da região e o desenvolvimento, em cooperação da indústria de equipamentos e através de processos avançados e digitais, de produtos de maior valor acrescentado alinhados com os princípios das transições g meas e orientados   internacionalização.

- Alentejo:

O projeto enquadra-se nos domínios de especialização:

- Serviços de Turismo e Hospitalidade uma vez que apoia ações de reforço de promoção e notoriedade dos recursos minerais do Alentejo, valorizando os seus recursos e ativos como patrim nio geológico e mineiro e os recursos minerais como espaços de fruição, com efeitos positivos na atração turística da região.

- Ecossistemas Culturais e Criativos uma vez que estimula, pelas dinâmicas de capacitação, ações colaborativas entre setores de áreas criativas (Arquitetura, design) e setores econ micos tradicionais como a Pedra Natural para induzir a inovação. Apoia ações de reforço de promoção e notoriedade dos recursos minerais do Alentejo, com efeitos na valorização e reabilitação do patrim nio cultural e natural regional.

Enquadra-se nos Domínios Transversais e T-Regio:

- Circularidade - (PNA), ao estimular ações tendentes ao uso eficiente e processos de circularidade nos recursos minerais da região

- Digitalização - Modelos de Negócio com base nas tecnologias digitais, ao fomentar novos modelos de negócio com base nas tecnologias digitais e digitalização dos processos de setores tradicionais como os recursos minerais na região

B. Qualidade

B1. 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, gerais e diretos a alcançar sustentados pela análise SWOT efetuada e as carências, oportunidades e especificidades detetadas que determinam a aposta na internacionalização, e tem em conta:

-O conhecimento da ANIET sobre as PME aderentes e o setor e as sinergias que têm vindo a ser desenvolvidas com outros setores e interlocutores a nível global que impulsionam resultados

-Lições aprendidas em projetos anteriores

-O contexto macroecon mico atual de retração e a evolução do comércio internacional do setor para seleção dos mercados

-As macrotendências de sustentabilidade/circularidade/digitalização e os sinais da procura (construi  o sustentável, e-commerce, design, personalização, nichos,...)

-Níveis de internacionalização e digitalização de cada PME para atender às especificidades

O plano de a  o proposto, previamente articulado com a AICEP,   equilibrado, exequível no plano temporal, financeiro e de recursos que envolve e é consistente com os objetivos e metas propostas, resultando na melhoria transversal da capacitação das PME aderentes para a internacionalização.

Permite responder a fatores críticos através de um conjunto de intervenções abrangentes, coordenadas e harmonizadas em termos de imagem e política de comunicação (ações de promoção presenciais, utilização de tecnologias digitais/ativação de ferramentas web e iniciativas colaborativas para fomentar a internacionalização e a inovação), com vantagens de escala e de complementaridade pela presença conjunta procurando alcançar resultados sólidos e duradouros. Destacam-se:

-Novas estratégias de valorização da internacionalização no setor, contribuindo para alargar a base e capacidade exportadora das PME participantes em mercados e clientes (novos mercados, novos segmentos, novas ações, novas estratégias de promoção) e aumentar a notoriedade internacional

-A aposta na inovação digital e em mais tecnologias I4.0 para explorar os canais digitais em crescimento (lojas online e marketplaces, estratégias diversificadas de marketing digital para alcançar diferentes segmentos de público-alvo)

-A dinamização de momentos de diálogo dentro do setor e com interlocutores ligados à fileira AEC, para intercâmbio de dificuldades e sucessos, explorar sinergias e induzir oportunidades de inovação.

O sistema de acompanhamento previsto oferece às PME suporte em todo o processo, através de equipas preparadas da ANIET e especialistas em cada área de intervenção.

O plano de investimentos proposto é conservador e adequado às ações a realizar e aos objetivos a concretizar, as despesas apresentadas baseiam-se em preços de referência praticados pelo mercado, cumprindo os limites definidos pelo Aviso.

As fontes de financiamento do projeto estão rigorosamente asseguradas - incentivo, financiamento das empresas e recursos da associação - permitindo a sua boa implementação.

Finalmente, o projeto contribui positivamente para todos os indicadores de realização e de resultado

B2. Grau de adesão e/ou envolvimento de entidades terceiras

Como resulta do quadro de empresas aderentes que integram o plano de ação, para um total de 33 PME a envolver no projeto, à data de candidatura, já se encontravam identificadas, validadas e selecionadas 25 PME pré-aderentes.

A sua adesão encontra-se devidamente suportada por um processo documental individual composto pelo Acordo de Pré-Adesão subscrito e documentação inerente para comprovar a sua elegibilidade e existência de condições adequadas de participação.

Considerando a fórmula de apuramento do critério:

$$(PME \text{ com acordo de pré-adesão}) / (\text{Total de PME previstas na operação conjunta}) \times 100$$

E que:

PME com acordo de pré-adesão = 25

Total de PME previstas na operação conjunta = 33

O Grau de adesão e/ou envolvimento de entidades terceiras no projeto é de:

$$(25 \text{ PME com acordo de pré-adesão}) / (33 \text{ PME previstas na operação conjunta}) \times 100 = 76\%$$

Logo, o critério deve obter a pontuação máxima de 5, conforme tabela respetiva.

B3. Caráter inovador do projeto

O plano de ação demonstra uma clara aposta na inovação, em ações concretas. Integra:

- Abordagem a um novo mercado - Arábia Saudita - em franco crescimento pelos megaprojetos de construção que tem em curso
- Entrada num novo segmento de mercado: o setor do Paisagismo comercial e residencial, para explorar o potencial da Pedra Natural nos espaços multifuncionais e a procura crescente por elementos naturais de origem sustentável
- Novas tipologias de ação: Feira STONESCAPE EXPO 2026, Prospeção à Arábia Saudita
- Apoio à dinamização de modelos de negócio B2B e B2C para o online (lojas online, marketplaces): procurando paulatinamente contrariar a concentração histórica do setor em canais de distribuição tradicionais
- Utilização de ferramentas digitais associadas à indústria 4.0: social media marketing, content marketing, display advertising, SEO, SEA e Webanalytics
- Ativação de processos de otimização das estratégias digitais associadas à presença online para maximizar vantagens comerciais neste canal, atrair novos públicos-alvo e alcançar maior visibilidade
- Conceção e disseminação de conteúdos digitais (vídeos, catálogos, ...) para suportar as ações internacionais das empresas aderentes e alavancar a sua presença no digital com conteúdos relevantes e atrativos
- Criação de uma Infografia que resulta de um trabalho colaborativo das empresas no sentido de comunicar aos mercados a conformidade das práticas nacionais com os princípios de sustentabilidade e circularidade que servirá de base para a campanha de marketing digital "Natural Stone: the sustainable choice" que alavancará resultados ao projeto.

O projeto integra assim ações de natureza complementar às que são recorrentemente realizadas pelo setor e cadeia de valor e uma forte aposta no inbound marketing como abordagem inovadora ao marketing-mix (produto, preço, distribuição e promoção) da Pedra Natural, marcando um posicionamento diferenciado e de maior valor que reforça a qualidade percebida pelos clientes e prescritores internacionais.

E inclui eventos de capacitação partilhada com envolvimento de setores com os quais se pretende criar sinergias (designadamente o paisagismo), ganhar complementaridade na oferta e partilhar experiências que fomentam a inovação (benchmarking).

O projeto dirige-se a um conjunto amplo de PME que abrangem a cadeia de valor do setor da Pedra Natural:

- PME com atividades de extração e transformação de pedra natural
- a montante PME fabricantes de equipamentos para extração e transformação destes recursos naturais
- a jusante PME aplicadoras da pedra e atividades de construção
- contempla iniciativas de disseminação de boas práticas que abrangem outros setores na Fileira AEC.

20% das PME identificadas com acordo de pré-adesão à data da candidatura estão localizadas em territórios de baixa densidade

Crêterios de seleção

C. Capacidade de Execução

C1. Capacidade de gestão e implementação da operação

A ANIET tem âmbito nacional e representa há 40 anos as empresas (maioritariamente PME) da fileira dos recursos minerais (incluindo a Pedra Natural), com conhecimento profundo sobre as empresas e setores que integram o projeto (muitas delas já participantes de projetos anteriores) e dos mercados-alvo (já detalhado), e vasta experiência no apoio a PME, designadamente nesta tipologia de projetos (iniciativas com resultados muito positivos), tendo sistematizado metodologias na gestão e acompanhamento dos projetos consistentes e robustas.

Tem competências adequadas e equipa experiente para a gestão e acompanhamento do projeto, quer execução física quer financeira:

-Francelina Pinto: Coordenação do projeto, da gestão financeira e da equipa técnica

-Isabel Mafra: Apoio   coordenação e gestão do projeto e acompanhamento técnico de todas as ações do projeto

-Eduardo Fernandes: Apoio administrativo e logístico e suporte da organização das ações e sessões

As entidades externas serão selecionadas com rigor, seguindo boas práticas de contratação, dando-se especial atenção   contratação de entidades com experiência significativa nos serviços para os quais estão a ser subcontratadas e conhecimento do setor e mercados-alvo.

A ANIET possui elevado conhecimento das PME o que facilita contactos e mobilização (pr -adesão de 76% do total das PME a envolver) sendo assegurada a angariação das restantes mediante o plano de divulgação já previsto (ações de publicação/informação, 1 sessão de apresentação do plano de a  o, divulgação nos meios digitais da ANIET, ...)

Apresenta vasta experiência no suporte às empresas, sobretudo às PME, refletindo a composição do setor que representa (82% < 10 trabalhadores). A sua atuação abrange a identificação de necessidades dos seus membros, o esclarecimento e informação (com estruturas de apoio técnico), bem como a representação e defesa dos interesses do setor perante entidades públicas e privadas.

Este contributo é fundamental para a definição de estratégias conjuntas e a sustentabilidade das PME, especialmente na promoção da inovação, cooperação e internacionalização dos negócios. Desta forma, impulsiona fatores de competitividade cruciais para as estratégias de crescimento e emprego, impactando positivamente a economia nacional.

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

Demonstra-se competências inequívocas na gestão e implementação do projeto, assegurando experiência adequada da equipa, seleção criteriosa de entidades externas e execução eficiente e eficaz das atividades propostas. Demonstra-se também claro conhecimento prévio das PME, assim como capacidade de mobilização extraordinária, dado o histórico relevante de realizações anteriores.

C2. Capacidade de externalização de resultados

A divulgação pública e a disseminação de resultados e boas práticas serão contínuas ao longo do projeto, para alcançar o maior público-alvo, orientadas não são para PME aderentes, mas para envolver/impactar outras empresas, do setor ou fora dele, parceiros e entidades de referência intra e intersetoriais, e do público em geral, a fim de gerar externalidades positivas mesmo para aqueles que não estão diretamente envolvidos no plano de a  o conjunto.

Sucintamente:

1. Ações dedicadas às empresas aderentes:

-Emailings

-Grupo WhatsApp

-Reuniões periódicas

2. Ações dedicadas às empresas da cadeia de valor da Pedra Natural (aderentes ou não)

Meios próprios da ANIET: Circulares, Newsletter, Nota Informativa e ANIETNews; emailings; vídeos "on sight" transmitidos nas redes sociais; notícias no website e na ficha do projeto; eventos próprios do setor em que a ANIET participe ou dinamize

-Eventos colaborativos para a internacionalização | Sessão de apresentação do plano de a  o

-Infografia colaborativa "Natural Stone: the sustainable choice" (PT/EN)

3. Ações que podem impactar um público alargado

-Meios próprios da ANIET: vídeos "on sight" transmitidos nas redes sociais; notícias no website e na ficha do projeto; eventos em que a ANIET participe ou dinamize

-Eventos colaborativos para a internacionalização | Webinar "Natural Stone: the sustainable choice" (março de 2025)

-Eventos colaborativos para a internacionalização | Sessão de apresentação de resultados (Porto, novembro de 2026).

-Campanha de marketing digital "Natural Stone: the sustainable choice"

De referir que todos os eventos serão de livre e gratuita participação.

Estão previstas diversas iniciativas (públicas) no domínio do benchmarking pela extrapolação de boas práticas que servirão como modelo para o mercado, potenciando impacto e boas práticas nas redes de negócio de todos quantos deles beneficiarem:

-As próprias ações a realizar nos mercados, fornecem orientação prospetiva sobre as práticas da concorrência

-A presença em canais especializados do online permite conhecer as estratégias e desempenho da concorrência

-A Infografia digital será um "argumento" para envolver também empresas não aderentes nos esforços de inovação e internacionalização

-A Campanha de marketing digital, focada em promover a sustentabilidade da Pedra Natural, alcançará público em geral, empresas, parceiros e entidades de referência intra e intersectoriais, nacional e internacionalmente e associações internacionais

-A informação a veicular e os eventos, de livre participação, permitem conhecer as melhores práticas com o intuito de “contagiar” a mudança, designadamente através da economia digital e sinergias com outros setores para trajetórias futuras em conjunto

-O Relatório de Monitorização e avaliação do impacto das estratégias de comunicação inbound dará a conhecer os seus resultados

-O Relatório Final de Avaliação que integrará um capítulo para Lições Aprendidas que poderá ser útil na gestão de qualquer projeto

D. Impacto

D1. Impacto do projeto na competitividade empresarial

O projeto tem claramente orientação exportadora e contribui muito significativamente para a integração das PME participantes em cadeias de valor globais.

Abarca um número relevante de mercados-alvo, rigorosamente selecionados em função da sua importância para as exportações nacionais e/ou elevado potencial:

- Presença direta em 6 mercados com ações relevantes: EUA, Itália, Canadá, Alemanha, Reino Unido, Arábia Saudita
- Forte aposta na promoção digital e no e-commerce, que alcançará, por via das iniciativas levadas a cabo pelas PME, impacto a nível internacional com impacto em 3 regiões continentais: Europa, América e Ásia

Integra ações/eventos de reconhecida projeção, feiras muito relevantes para a Pedra Natural, de dimensão internacional, nos principais mercados para o setor como é o caso:

- da Marmomac, em Itália, expoente máximo dos certames do setor, destaca-se pela sua indispensabilidade e atrai a participação de empresas de todos os níveis de maturidade, com um número de PME que cresce ano após ano (já são 24);
- da TISE nos EUA, a Stone+tec na Alemanha, a StoneTech Canadá são feiras que, pela sua projeção e visibilidade, têm observado um aumento significativo no interesse empresarial

Aposta na expansão das áreas de intervenção, explorando mercados de oportunidade e nichos específicos, como o caso do segmento de mercado – Paisagismo, que valoriza produtos diferenciados, com elevada incorporação de design e tecnologia, direcionados a prescritores como arquitetos, designers, entre outros, e importadores, que proporcionam margens superiores. Prevê participações alargadas por parte das PME aderentes à operação (nenhuma ação tem menos de 5 participantes), e as atividades encontram-se perfeitamente adequadas ao perfil das PME participantes (feiras internacionais de presença “obrigatória” e de grande dimensão, novas participações exploratórias de novos segmentos em certame, prospeções em mercados de grande dimensão e de oportunidade, ...)

D2. Impacto do projeto na economia

O projeto configura-se como uma iniciativa estratégica abrangente no setor da Pedra Natural, incorporando “novos exportadores” que demonstram notável potencial para gerar efeitos multiplicadores positivos na economia nacional, mas também PME que já detêm maior experiência internacional oferecendo-lhes um suporte crucial para a expansão e consolidação das operações internacionais, facilitando a todas a sua inserção e a permanência sustentada em mercados globais tão competitivos.

Esta iniciativa, que tem como mote a Pedra Natural como elemento construtivo sustentável, fomenta novos contactos e novas relações comerciais, além de promover parcerias estratégicas com outras empresas e setores conexos, principalmente os que se integram na fileira AEC, numa abordagem holística que não só acelera o crescimento das empresas diretamente envolvidas, mas também melhora substancialmente o desempenho da cadeia de valor, em relações comerciais mais alinhadas com os princípios de desenvolvimento sustentável e que, por consequência, terão efeitos de contágio à economia nacional como um todo.

À medida que mais empresas ingressam e consolidam as suas posições nos mercados internacionais, maior é a visibilidade sobre a excelência da oferta nacional e maior será a procura pela Pedra Natural Portuguesa, que se reflete no aumento da sua intensidade exportadora, impulsionando de forma sustentável o desenvolvimento económico do setor e promovendo um ambiente de negócios mais forte e competitivo.

A operação determina assim um impacto bastante significativo na economia nacional, encontrando-se perfeitamente alinhada com o presente critério.

O projeto integra 3 novos exportadores, considerando-se, como tal, aqueles cujo VN Internacional no VN Total no pré-projeto é inferior a 15%. A saber:

- PEDREIRA DE MONTARIOL, LDA (0%)
- REGO UNIPessoal LDA (7%)
- MRF - NATURAL STONE LDA (1%)

Nota: dados devidamente validados pelas respetivas IES.

Considerando que:

- Número de novos exportadores no pré-projeto: 3 PME
- Número total de PME aderentes: 25 PME

Então:

$$(3 \text{ PME novos exportadores no pré-projeto}) / (25 \text{ PME aderentes}) \times 100 = 12 \%$$

Logo, o critério deve obter a pontuação de 2, conforme tabela respetiva.

No que respeita à intensidade exportadora no pós-projeto:

Considerando a fórmula de apuramento da Intensidade Exportadora:

$(\text{VN Internacional no pós-projeto no total de PME aderentes à operação}) / (\text{VN Total no pós-projeto no total de PME aderentes à operação}) * 100$

E que:

VN Internacional no pós-projeto no total de PME aderentes à operação = 67.020.100,24 €

VN Total no pós-projeto no total de PME aderentes à operação = 120.322.498,08 €

A Intensidade exportadora é de:

$(67.020.100,24 \text{ €} / (120.322.498,08 \text{ €})) * 100 = 55,70\%$

Logo, o critério deve obter a pontuação máxima de 5, conforme tabela respetiva.

Financiamento

Financiamento

Rubrica	2024	2025	2026	2027	Total
Capitais Próprios (1)	-	-	-	-	-
Capital	-	-	-	-	-
Prestações Suplementares de Capital	-	-	-	-	-
Prémios de Emissão	-	-	-	-	-
Autofinanciamento (2)	323,00	5.497,64	5.838,30	-	11.658,94
Fundos Próprios de Natureza Pública	-	-	-	-	-
Financiamentos	6.047,98	693.518,98	865.027,68	-	1.564.594,64
Financiamento de Instituições de Crédito	1.269,74	21.611,52	22.950,69	-	45.831,95
Empréstimos por Obrigações	-	-	-	-	-
Financiamento de Sócios/Acionistas	-	-	-	-	-
Suprimentos Consolidados (3)	-	-	-	-	-
Outras dívidas a Sócios/Acionistas	-	-	-	-	-
Fornecedores de Investimentos	-	-	-	-	-
Locação Financeira	-	-	-	-	-
Financiamento das empresas	0,00	295.290,00	377.855,00	-	673.145,00
Apoio	-	-	-	-	-
Não Reembolsável (INR)	4.778,24	376.617,46	464.221,99	-	845.617,69
Outros	-	-	-	-	-
FINANCIAMENTO TOTAL	6.370,98	699.016,62	870.865,98	-	1.576.253,58
CUSTO TOTAL	6.370,98	699.016,62	870.865,98	-	1.576.253,58

(1) Novos capitais próprios

(2) Resultados Líquidos do Período +/- Gastos/Reversões de Depreciação e de Amortização + Imparidades + Provisões +/- Aumentos/Reduções de Justo Valor

(3) Novos suprimentos a incorporar em capital próprio até ao encerramento da operação

Descrição das fontes de financiamento

As fontes de financiamento do projeto, com um investimento total previsto de 1.576.253,59 €, serão as seguintes:

1. Incentivo de 845.617,69 €, apurado pela soma de:

? 172.472,69 € (correspondente a 75% das despesas individuais, isto é, 229.963,59 € * 75%); e

? 673.145,00 € (correspondente a 50% das despesas comuns, isto é, 1.346.290,00 € * 50%)

2. Financiamento das empresas de 673.145,00 € (ou seja, “parcela não cofinanciada dos custos imputáveis às empresas”), apurado por:

? 50% das despesas comuns (1.346.290,00 € * 50%)

3. Comparticipação da ANIET de 57.490,90 € (ou seja, “parcela não cofinanciada dos custos imputáveis ao promotor”) apurada por 25% do total das despesas individuais (229.963,59€ * 25%).

Esta comparticipação da ANIET será financiada por:

- Autofinanciamento (meios libertos), que não estão afetos a outros projetos, no montante de 11.658,94 €, apurados pela média dos fluxos históricos de libertação de meios (Resultados líquidos do Período +/- Gastos/Reversões de Depreciação e de Amortização + Imparidades + Provisões +/- Aumentos/Reduções de Justo Valor) do último biénio (2022 e 2023)

E

- Capitais Alheios, através de um crédito bancário no montante de 50.000,00 € que a Associação tem já aprovado junto do Banco BIC para o financiamento deste projeto

Montantes estes que totalizam 61.658,94 € que ultrapassam largamente a comparticipação necessária por parte da ANIET (57.490,90 €).

Em anexo à presente candidatura segue declaração de capacidade de financiamento da operação assinada pelo órgão de gestão da ANIET e respetivos documentos suporte comprovativos.

Não se encontram previstos outros investimentos a financiar com estes meios, pelo que serão afetos exclusivamente ao presente projeto.

Adicionalmente, salientamos que no caso de se verificarem alterações à estrutura de financiamento do projeto, serão realizados os ajustamentos necessários, quer no financiamento das empresas quer nos meios próprios da ANIET (para além do crédito bancário a Associação dispõe de recursos suficientes para acomodar eventuais necessidades adicionais), não colocando em causa o seu equilíbrio financeiro.

Finalmente, informa-se que a componente não cofinanciada dos custos comuns no âmbito da participação nas ações da operação será financiada pelas empresas aderentes, conforme declarações de financiamento que também se juntam.

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. | ☒ | |
| 4 | Declaro que autorizo a Autoridade de Gestão do Compete 2030 a recolher os dados relativos ao n.º de postos de trabalho, residentes nos Sistemas de Informação da Segurança Social, para efeitos de validação sobre o cumprimento das minhas obrigações decorrentes do financiamento atribuído ao projeto e adicionalmente para prestação de informação à Comissão Europeia de acordo com o seu contributo no cumprimento dos resultados do PO, os quais não podem ser utilizados para outras finalidades, por período superior ao de execução do PO e por entidades distintas das identificadas devendo ser, em relação aos mesmos, assegurada a adequada confidencialidade e sigilo. | ☒ | |

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. | ☒ |

Declarações

Declarações de compromisso

Sim Não NA

- | | | |
|----|--|-------------------------------------|
| 10 | Declaro não ter salários em atraso, conforme previsto nas alíneas d) do artigo 6º 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. | ☒ |
| 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 alínea d) do artigo 4º do DL 20-A/2023, de 22 de março. | ☒ |

3. Requisito de elegibilidade das operações

- | | | |
|---|--|-------------------------------------|
| 1 | Declaro não ter dado início à presente operação nos termos do estabelecido na alínea a) do artigo 7º do REITD. | ☒ |
| 2 | Declaro que o projeto apresentado nesta candidatura não tem investimentos incluídos no âmbito dos contratos de concessão com a administração central ou local, ou decorrentes do cumprimento de obrigações legais aplicáveis às atividades das empresas candidatas (alínea d) do n.º 2 do artigo 4º do REITD). | ☒ |
| 3 | Enquanto candidato da operação em conjunto comprometo-me a verificar que cada empresa beneficiária participante no projeto cumpre com os requisitos de elegibilidade estabelecidos no aviso. | ☒ |
| 4 | Declaro não ter obtido financiamento por qualquer outro tipo de instrumento, ou, quando incluir atividades apoiadas por outros instrumentos, garanto a inexistência de sobreposição de financiamentos, permitindo identificar a necessária segregação desses custos, conforme previsto na alínea b) do artigo 7º do REITD. | ☒ |

4. 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. | ☐ ☒ |

Nota Importante:

Nos termos do previsto na alínea m) do nº 4 do artigo 33º do DL nº 20-A/2023, de 22 de março, constitui fundamento para a revogação do financiamento concedido a prestação de falsas declarações.

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 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 2023.
Havendo a dúvida sobre qual das opções utilizar, por uma questão de exatidão técnica, inserimos os dados que constam do Relatório de Atividades naquela página do formulário.

Efeito incentivo

- ☒ Declaro que todo o investimento apresentado será realizado em data posterior à data da candidatura, não existindo qualquer compromisso de encomenda de equipamentos, reserva(s) de espaço em feira(s), contratação de serviços de consultoria ou qualquer outro compromisso, em data anterior à submissão da candidatura, ou quaisquer outros compromissos que tornem o investimento irreversível.

Rubricas de investimento com compromissos anteriores à candidatura

Tem algum compromisso de encomenda de equipamentos, reserva(s) de espaço em feira(s), contratação de serviços de consultoria ou qualquer outro compromisso, em data anterior à submissão da candidatura?

☐ Sim ☒ Não

N.º	Ação/Tipo	Custo	Fundamentação da reversibilidade do compromisso
-	-	-	-

Alerta: A ausência de informação sobre compromissos anteriores à submissão da candidatura ou do registo de pedido de auxílio, determinará a não elegibilidade de toda a candidatura, caso mais tarde venham a ser encontradas evidências da existência de compromissos em data anterior à submissão do registo de pedido de auxílio ou da candidatura, que tornem o investimento irreversível.

Anexos

Tipo Anexo	Documento Enviado
Plano de ação conjunto	Plano de Ação Pedra E+25 26.pdf
Métodos de cálculo dos custos a realizar na operação	Método de Cálculo - Pedra E+ 25 26.pdf
Documentos comprovativos da situação financeira equilibrada do beneficiário e da capacidade de financiamento da operação	Declarações situação financeira equilibrada e capacidade de financiamento da operação.pdf

C1 - Custos do projeto

Resumo	Rubricas	Quadro de Investimentos
--------	----------	-------------------------

Custos por promotor

	Total	Empresas	Acompanhamento
ANIET	1.576.253,59	1.346.290,00	229.963,59
Total	1.576.253,59	1.346.290,00	229.963,59

Distribuição elegível NUTS II

	Nº empresas	%	Elegível
Norte	14,00	56,00	882.702,01
Centro	5,00	20,00	315.250,72
Lisboa	0,00	0,00	0,00
Alentejo	6,00	24,00	378.300,86
Algarve	0,00	0,00	0,00
Total	25,00	100,00	1.576.253,59

C1 - Custos do projeto

Resumo	Rubricas	Quadro de Investimentos
Custos por rubrica		
Rubricas	Elegível	Limites
Feiras e exposições - Aluguer de espaço	379.180,00	0,00
Feiras e exposições - Construção Stand	593.200,00	0,00
Feiras e exposições - Custos de funcionamento	36.100,00	0,00
Feiras e exposições - Deslocações	77.190,00	0,00
Feiras e exposições - Estadias	109.750,00	0,00
Prospecção - Contratação de serviços específicos	41.250,00	0,00
Prospecção - Estudos e aquisição de informação	0,00	0,00
Prospecção - Deslocações	31.120,00	0,00
Prospecção - Estadias	16.000,00	0,00
Missões - Contratação de serviços específicos	0,00	0,00
Missões - Estudos e aquisição de informação	0,00	0,00
Missões - Deslocações	0,00	0,00
Missões - Estadias	0,00	0,00
Promoção - Assessoria de imprensa e relações públicas	0,00	0,00
Promoção - Assistência Técnica	0,00	0,00
Promoção - Contratação de serviços específicos	0,00	0,00
Promoção - Deslocações	0,00	0,00
Promoção - Estadias	0,00	0,00
Campanhas de Marketing - Contratação de serviços específicos	27.500,00	0,00
Presença Web - Adesão a plataformas	30.000,00	0,00
Presença Web - Contratação de serviços específicos	0,00	0,00
Presença Web - Domiciliação de Serviços	0,00	0,00
Estudos e Diagnósticos	0,00	0,00
CC/ROC	5.000,00	0,00
Custos de Empresas	1.346.290,00	0,00
Acompanhamento - Deslocações	14.480,00	0,00
Acompanhamento - Estadias	12.250,00	0,00
Acompanhamento - Divulgação e Sensibilização	19.126,50	0,00
Acompanhamento - Estudos	0,00	0,00
Acompanhamento - Catálogos	0,00	0,00
Acompanhamento - Promoção e imagem	0,00	0,00

Rubricas	Elegível	Limites
Acompanhamento - Avaliação de resultados	39.655,20	0,00
Acompanhamento - Desenvolvimento do projeto	38.345,25	0,00
Acompanhamento - Disseminação	3.075,00	0,00
Acompanhamento - Pessoal Promotor	103.031,64	6,99
Custos de Acompanhamento	229.963,59	14,59
TOTAL	1.576.253,59	0,00

C1 - Custos do projeto

Resumo			Rubricas			Quadro de Investimentos			
N.º	Ação	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
1	1	ANIET	Alojamento - ANIET (1 técnico * 6 noites * 250€/noite)	2025	1	Acompanha- mento - Estadias	Individuais	1.500,00	-
2	1	ANIET	Alojamento - Empresas (6 empresas * 6 noites * 250€/noite)	2025	1	Feiras e exposições - Estadias	Comuns	9.000,00	-
3	1	ANIET	Aquisição e preparação de informação - mercado e setor (1 consultor * 24 horas * 50€/hora)	2025	1	Feiras e exposições - Custos de funcionam ento	Comuns	1.200,00	-
4	1	ANIET	Aluguer de Espaço (54 m2 (média 9 m2 * 6 empresas) * 610€/m2)	2025	1	Feiras e exposições - Aluguer de espaço	Comuns	32.940,00	-
5	1	ANIET	Concepção, construção, decoração, montagem e desmontagem e transporte do stand com imagem comum (6 empresas * 5200€/empresa)	2025	1	Feiras e exposições - Construção Stand	Comuns	31.200,00	-
6	1	ANIET	Transporte de amostras (1 serviço * 5000€)	2025	1	Feiras e exposições - Custos de funcionam ento	Comuns	5.000,00	-
7	1	ANIET	Promoção e imagem (1 inserção publicitária * 1100€)	2025	1	Feiras e exposições - Custos de funcionam ento	Comuns	1.100,00	-
8	1	ANIET	Deslocações	2025	1	Acompanha- mento - Deslocaçõe s	Individuais	3.000,00	-
9	1	ANIET	Deslocações	2025	1	Feiras e exposições - Deslocaçõe s	Comuns	18.000,00	-
10	2	ANIET	Alojamento - ANIET (1 técnico * 6 noites * 250€/noite)	2025	9	Acompanha- mento - Estadias	Individuais	1.500,00	-

N.º	Ação	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
11	2	ANIET	Alojamento - Empresas (22 empresas * 6 noites * 250€/noite)	2025	9	Feiras e exposições - Estadias	Comuns	33.000,00	-
12	2	ANIET	Aquisição e preparação de informação - mercado e setor (1 consultor * 24 horas * 50€/hora)	2025	9	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	1.200,00	-
13	2	ANIET	Aluguer de Espaço (440 m2 (média 20 m2/empresa * 22 empresas) * 275€/m2)	2025	9	Feiras e exposições - Aluguer de espaço	Comuns	121.000,00	-
14	2	ANIET	Concepção, construção, decoração, montagem e desmontagem e transporte do stand com imagem comum (22 empresas * 10000€/empresa)	2025	9	Feiras e exposições - Construção Stand	Comuns	220.000,00	-
15	2	ANIET	Promoção e imagem (1 inserção publicitária * 1100€)	2025	9	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	1.100,00	-
16	2	ANIET	Deslocações	2025	9	Acompanha mento - Deslocações	Individuais	550,00	-
17	2	ANIET	Deslocações	2025	9	Feiras e exposições - Deslocações	Comuns	12.100,00	-
18	3	ANIET	Alojamento - ANIET (1 técnico * 5 noites * 250€/noite)	2025	10	Acompanha mento - Estadias	Individuais	1.250,00	-
19	3	ANIET	Alojamento - Empresas (6 empresas * 5 noites * 250€/noite)	2025	10	Feiras e exposições - Estadias	Comuns	7.500,00	-
20	3	ANIET	Aquisição e preparação de informação - mercado e setor (1 consultor * 24 horas * 50€/hora)	2025	10	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	1.200,00	-

N.º	Ação	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
21	3	ANIET	Aluguer de Espaço (72 m2 (média 12 m2/empresa * 6 empresas) * 300€/m2)	2025	10	Feiras e exposições - Aluguer de espaço	Comuns	21.600,00	-
22	3	ANIET	Concepção, construção, decoração, montagem e desmontagem e transporte do stand com imagem comum (6 empresas * 4000€/empresa)	2025	10	Feiras e exposições - Construção Stand	Comuns	24.000,00	-
23	3	ANIET	Transporte de amostras (1 serviço * 10000€)	2025	10	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	10.000,00	-
24	3	ANIET	Promoção e imagem (1 inserção publicitária * 1100€)	2025	10	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	1.100,00	-
25	3	ANIET	Deslocações	2025	10	Acompanhamento - Deslocações	Individuais	1.640,00	-
26	3	ANIET	Deslocações	2025	10	Feiras e exposições - Deslocações	Comuns	9.840,00	-
27	4	ANIET	Alojamento - ANIET (1 técnico * 6 noites * 250€/noite)	2026	1	Acompanhamento - Estadias	Individuais	1.500,00	-
28	4	ANIET	Alojamento - Empresas (6 empresas * 6 noites * 250€/noite)	2026	1	Feiras e exposições - Estadias	Comuns	9.000,00	-
29	4	ANIET	Aquisição e preparação de informação - mercado e setor (1 consultor * 24 horas * 50€/hora)	2026	1	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	1.200,00	-
30	4	ANIET	Aluguer de Espaço (54 m2 (média 9 m2/empresa * 6 empresas) * 610€/m2)	2026	1	Feiras e exposições - Aluguer de espaço	Comuns	32.940,00	-

N.º	Ação	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
31	4	ANIET	Concepção, construção, decoração, montagem e desmontagem e transporte do stand com imagem comum (6 empresas * 5200€/empresa)	2026	1	Feiras e exposições - Construção Stand	Comuns	31.200,00	-
32	4	ANIET	Transporte de amostras (1 serviço * 5000€)	2026	1	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	5.000,00	-
33	4	ANIET	Promoção e imagem (1 inserção publicitária * 1100€)	2026	1	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	1.100,00	-
34	4	ANIET	Deslocações	2026	1	Acompanha mento - Deslocações	Individuais	3.000,00	-
35	4	ANIET	Deslocações	2026	1	Feiras e exposições - Deslocações	Comuns	18.000,00	-
36	5	ANIET	Alojamento - ANIET (1 técnico * 6 noites * 250€/noite)	2026	6	Acompanha mento - Estadias	Individuais	1.500,00	-
37	5	ANIET	Alojamento - Empresas (6 empresas * 6 noites * 250€/noite)	2026	6	Feiras e exposições - Estadias	Comuns	9.000,00	-
38	5	ANIET	Aquisição e preparação de informação - mercado e setor (1 consultor * 24 horas * 50€/hora)	2026	6	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	1.200,00	-
39	5	ANIET	Aluguer de Espaço (90 m2 (média 15 m2/empresa * 6 empresas) * 200€/m2)	2026	6	Feiras e exposições - Aluguer de espaço	Comuns	18.000,00	-
40	5	ANIET	Concepção, construção, decoração, montagem e desmontagem e transporte do stand com imagem comum (6 empresas * 6000€/empresa)	2026	6	Feiras e exposições - Construção Stand	Comuns	36.000,00	-

N.º	Ação	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
41	5	ANIET	Promoção e imagem (1 inserção publicitária * 1100€)	2026	6	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	1.100,00	-
42	5	ANIET	Deslocações	2026	6	Acompanhamento - Deslocações	Individuais	550,00	-
43	5	ANIET	Deslocações	2026	6	Feiras e exposições - Deslocações	Comuns	3.300,00	-
44	6	ANIET	Alojamento - ANIET (1 técnico * 6 noites * 250€/noite)	2026	9	Acompanhamento - Estadias	Individuais	1.500,00	-
45	6	ANIET	Alojamento - Empresas (24 empresas * 6 noites * 250€/noite)	2026	9	Feiras e exposições - Estadias	Comuns	36.000,00	-
46	6	ANIET	Aquisição e preparação de informação - mercado e setor (1 consultor * 24 horas * 50€/hora)	2026	9	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	1.200,00	-
47	6	ANIET	Aluguer de Espaço (480 m2 (média 20 m2/empresa * 24 empresas) * 275€/m2)	2026	9	Feiras e exposições - Aluguer de espaço	Comuns	132.000,00	-
48	6	ANIET	Concepção, construção, decoração, montagem e desmontagem e transporte do stand com imagem comum (24 empresas * 9200€/empresa)	2026	9	Feiras e exposições - Construção Stand	Comuns	220.800,00	-
49	6	ANIET	Promoção e imagem (1 inserção publicitária * 1100€)	2026	9	Feiras e exposições - Custos de funcionamento	Comuns	1.100,00	-
50	6	ANIET	Deslocações	2026	9	Acompanhamento - Deslocações	Individuais	550,00	-

N.º	Ação	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
51	6	ANIET	Deslocações	2026	9	Feiras e exposições - Deslocações	Comuns	13.200,00	-
52	7	ANIET	Alojamento - ANIET (1 técnico * 5 noites * 250€/noite)	2026	10	Acompanha mento - Estadias	Individuais	1.250,00	-
53	7	ANIET	Alojamento - Empresas (5 empresas * 5 noites * 250€/noite)	2026	10	Feiras e exposições - Estadias	Comuns	6.250,00	-
54	7	ANIET	Aquisição e preparação de informação - mercado e setor (1 consultor * 24 horas * 50€/hora)	2026	10	Feiras e exposições - Custos de funcionam ento	Comuns	1.200,00	-
55	7	ANIET	Aluguer de Espaço (45 m2 (média 9 m2/empresa * 5 empresas) * 460€/m2)	2026	10	Feiras e exposições - Aluguer de espaço	Comuns	20.700,00	-
56	7	ANIET	Concepção, construção, decoração, montagem e desmontagem e transporte do stand com imagem comum (5 empresas * 6000€/empresa)	2026	10	Feiras e exposições - Construção Stand	Comuns	30.000,00	-
57	7	ANIET	Promoção e imagem (1 inserção publicitária * 1100€)	2026	10	Feiras e exposições - Custos de funcionam ento	Comuns	1.100,00	-
58	7	ANIET	Deslocações	2026	10	Acompanha mento - Deslocações	Individuais	550,00	-
59	7	ANIET	Deslocações	2026	10	Feiras e exposições - Deslocações	Comuns	2.750,00	-
60	8	ANIET	Alojamento - ANIET (1 técnico * 4 noites * 250€/noite)	2026	1	Acompanha mento - Estadias	Individuais	1.000,00	-

N.º	Ação	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
61	8	ANIET	Alojamento - Empresas (6 empresas * 4 noites * 250€/noite)	2026	1	Prospecção - Estadias	Comuns	6.000,00	-
62	8	ANIET	Consultoria - preparação e acompanhamento da ação (1 missão (reuniões, prospecção contactos, preparação empresas, deslocação ao mercado, follow- up, ...) * 1 consultor * 75 dias * 275€/dia)	2026	1	Prospecção - Contrataçã o de serviços específicos	Comuns	20.625,00	-
63	8	ANIET	Deslocações	2026	1	Acompanha mento - Deslocaçõe s	Individuais	3.000,00	-
64	8	ANIET	Deslocações	2026	1	Prospecção - Deslocaçõe s	Comuns	18.000,00	-
65	9	ANIET	Alojamento - ANIET (1 técnico * 5 noites * 250€/noite)	2026	2	Acompanha mento - Estadias	Individuais	1.250,00	-
66	9	ANIET	Alojamento - Empresas (8 empresas * 5 noites * 250€/noite)	2026	2	Prospecção - Estadias	Comuns	10.000,00	-
67	9	ANIET	Consultoria - preparação e acompanhamento da ação (1 missão (reuniões, prospecção contactos, preparação empresas, deslocação ao mercado, follow- up, ...) * 1 consultor * 75 dias * 275€/dia)	2026	2	Prospecção - Contrataçã o de serviços específicos	Comuns	20.625,00	-
68	9	ANIET	Deslocações	2026	2	Acompanha mento - Deslocaçõe s	Individuais	1.640,00	-

N.º	Ação	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
69	9	ANIET	Deslocações	2026	2	Prospecção - Deslocações	Comuns	13.120,00	-
70	10	ANIET	Criação de lojas online/Adesão e otimização da presença em marketplaces - inclui anúncios em sitios de terceiros (2 lojas online/adesões marketplaces x 7500€)	2025	7	Presença Web - Adesão a plataformas	Comuns	15.000,00	-
71	10	ANIET	Criação de lojas online/Adesão e otimização da presença em marketplaces - inclui anúncios em sitios de terceiros (2 lojas online/adesões marketplaces x 7500€)	2026	7	Presença Web - Adesão a plataformas	Comuns	15.000,00	-
72	11	ANIET	Otimização da presença e interação com clientes nos meios digitais (SEO/SEA, WebAnalytics,...) - 2500€ * 2 empresas)	2025	11	Campanhas de Marketing - Contratação de serviços específicos	Comuns	5.000,00	-
73	11	ANIET	Otimização da presença e interação com clientes nos meios digitais (SEO/SEA, WebAnalytics,...) - 2500€ * 3 empresas)	2026	11	Campanhas de Marketing - Contratação de serviços específicos	Comuns	7.500,00	-
74	12	ANIET	Conteúdos para suporte ações internacionais e digitais (vídeos institucionais/catálogos digitais,...) * 3000€ * 2 empresas	2025	11	Campanhas de Marketing - Contratação de serviços específicos	Comuns	6.000,00	-
75	12	ANIET	Conteúdos para suporte ações internacionais e digitais (vídeos institucionais/catálogos digitais,...) * 3000€ * 3 empresas	2026	11	Campanhas de Marketing - Contratação de serviços específicos	Comuns	9.000,00	-

N.º	Ação	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
76	-	ANIET	Sensibilização e Divulgação do Projeto - informação ((1 consultor * 32 dias * 275€/dia + 1 consultor especialista * 5 dias * 350€/dia) * 1,23 (IVA))	2025	-	Acompanha mento - Divulgação e Sensibiliz ação	Individuais	12.976,50	-
77	-	ANIET	Publicidade - Sessão apresentação plano de ação (2 inserções publicitárias * 1.000€ * 1,23 (IVA))	2024	-	Acompanha mento - Divulgação e Sensibiliz ação	Individuais	2.460,00	-
78	-	ANIET	Mailing de divulgação - Sessão apresentação plano de ação (1 Mailing * 500,00€ * 1,23 (IVA))	2024	-	Acompanha mento - Divulgação e Sensibiliz ação	Individuais	615,00	-
79	-	ANIET	Divulgação do projeto - video promocional do projeto (1 video * 2500€ * 1,23 (IVA))	2025	-	Acompanha mento - Divulgação e Sensibiliz ação	Individuais	3.075,00	-
80	-	ANIET	Campanha de marketing digital 2025 "Natural Stone: the sustainable choice" (1 serviço * 5.000€) * 1,23 (IVA))	2025	-	Acompanha mento - Desenvolvimento do projeto	Individuais	6.150,00	-
81	-	ANIET	Campanha de marketing digital 2026 "Natural Stone: the sustainable choice" (1 serviço * 5.000€) * 1,23 (IVA))	2026	-	Acompanha mento - Desenvolvimento do projeto	Individuais	6.150,00	-
82	-	ANIET	Consultoria na Avaliação da Acção/Empresa - Feiras 2025 (1 consultor * 16 horas * 85€/hora * 1,23 (IVA) * 3 relatórios feira	2025	-	Acompanha mento - Avaliação de resultados	Individuais	5.018,40	-

N.º	Ação	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
83	-	ANIET	Consultoria na Avaliação da Acção/Empresa - Feiras 2026 (1 consultor * 16 horas * 85€/hora * 1,23 (IVA) * 4 relatórios feira	2026	-	Acompanha mento - Avaliação de resultados	Individuais	6.691,20	-
84	-	ANIET	Consultoria na Avaliação da Acção/Empresa - Missões Prospeção (1 consultor * 16 horas * 85€/hora * 2 relatórios missão prospeção * 1,23 (IVA))	2026	-	Acompanha mento - Avaliação de resultados	Individuais	3.345,60	-
85	-	ANIET	Avaliação Final (1 consultor * 40 dias * 275€/dias + 1 consultor especialista * 5 dias * 350€/dia) * 1,23 (IVA))	2026	-	Acompanha mento - Avaliação de resultados	Individuais	15.682,50	-
86	-	ANIET	Publicidade - Sessão Pública Apresentação Resultados (2 inserções publicitárias * 1.000,00€ * 1,23 (IVA))	2026	-	Acompanha mento - Disseminação	Individuais	2.460,00	-
87	-	ANIET	Mailing de divulgação - Sessão Pública Apresentação Resultados (1 Mailing * 500,00€ * 1,23 (IVA))	2025	-	Acompanha mento - Disseminação	Individuais	615,00	-
88	-	ANIET	Infografia colaborativa "Natural Stone: the sustainable choice" (1 consultor * 45 dias * 275,00€/dia + 1 consultor especialista * 18 dias * 350,00€/dia) * 1,23 (IVA))	2025	-	Acompanha mento - Desenvolvimento do projeto	Individuais	22.970,25	-
89	-	ANIET	Monitorização e avaliação do impacto das estratégias de comunicação inbound ((1 consultor * 20 dias * 275,00€/dia + 1 consultor especialista * 5 dias * 350,00€/dia) * 1,23 (IVA))	2026	-	Acompanha mento - Avaliação de resultados	Individuais	8.917,50	-

N.º	Ação	Promotor	Designação	Ano	Mês	Rubrica	Imputação	Elegível	Empresa
90	-	ANIET	Publicidade - Webinar (2 inserções publicitárias * 1.000,00€ * 1,23 (IVA))	2025	-	Acompanha- mento - De senvolvime nto do projeto	Individuais	2.460,00	-
91	-	ANIET	Mailing de divulgação - Webinar (1 Mailing * 500,00€ * 1,23 (IVA))	2025	-	Acompanha- mento - De senvolvime nto do projeto	Individuais	615,00	-
92	-	ANIET	CC/ROC 2025	2025	-	CC/ROC	Comuns	2.500,00	-
93	-	ANIET	CC/ROC 2026	2026	-	CC/ROC	Comuns	2.500,00	-
94	-	ANIET	Pessoal	-	-	Acompanha- mento - Pessoal Promotor	Individuais	103.031,64	-

C2 - E-commerce e transformação digital

Processos associados ao E-commerce e à Transformação Digital

	Ações
Criação de lojas próprias online, inscrição e otimização da presença em marketplaces eletrônicos	10 - Ativação do E-commerce - Lojas online e E-marketplaces 10 - Ativação do E-commerce - Lojas online e E-marketplaces
Search Engine Optimization (SEO) e Search Engine Advertising (SEA): melhoria da presença e ranking dos sites de comércio eletrônico nos resultados da pesquisa, em motores de busca, por palavras-chave relevantes para a notoriedade e tráfego de cada site	10 - Ativação do E-commerce - Lojas online e E-marketplaces 11 - Processos associados à presença online - otimização das estratégias digitais 11 - Processos associados à presença online - otimização das estratégias digitais
Social Media Marketing: Desenho, implementação e otimização da presença e interação com clientes via redes sociais	12 - Conteúdos de Marketing Digital
Content Marketing: criação e distribuição de conteúdos digitais (texto curto, texto longo, imagens, animações ou vídeos) dirigidos a captar a atenção e atrair os clientes-alvo para as ofertas comercializadas pela empresa	12 - Conteúdos de Marketing Digital
Display Advertising: colocação de anúncios à oferta da empresa em sites de terceiros, incluindo páginas de resultados de motor de busca	10 - Ativação do E-commerce - Lojas online e E-marketplaces
Mobile Marketing: tradução das estratégias inscritas nos pontos anteriores para visualização e interação de clientes em dispositivos móveis, nomeadamente smartphones e tablets	-
Desenho e implementação de estratégias aplicadas a canais digitais para gestão de mercados, canais, produtos ou segmentos de cliente	11 - Processos associados à presença online - otimização das estratégias digitais
User-Centered Design (UX): desenho, implementação e otimização de estratégias digitais centradas na experiência do cliente que maximizem a respetiva atração, interação e conversão	-
Desenho, implementação, otimização de plataformas de Web Content Management (WCM), Campaign Management, Customer Relationship Management e E-Commerce	-
Web Analytics: recolha, tratamento, análise e visualização de grandes volumes de dados gerados a partir da navegação e interação de clientes em ambiente digital por forma a identificar padrões, correlações e conhecimento relevante que robusteçam os processos de gestão e tomada de decisão	10 - Ativação do E-commerce - Lojas online e E-marketplaces 11 - Processos associados à presença online - otimização das estratégias digitais 11 - Processos associados à presença online - otimização das estratégias digitais 12 - Conteúdos de Marketing Digital