

Designação do projeto | VALES INTERNACIONALIZAÇÃO

Código do projeto | ALT20-01-0752-FEDER-016189

Objetivo principal | Reforçar a competitividade das PME's

Região de intervenção | Alentejo

Entidade beneficiária | TUTIVETE, LDA

Data da aprovação | 2015-12-29

Data de início | 2016-02-05

Data de conclusão | 2017-02-05

Custo total elegível | 20 000€

Apoio financeiro da União Europeia | 15 000€

Objetivos, atividades e resultados esperados

Os mercados alvo da empresa promotora foram Espanha e Itália. Estes mercados foram os escolhidos por um lado, por uma questão de proximidade em que a entrega de qualquer produto poderá ocorrer em 2 dias e por outro lado pelo facto de em termos linguísticos a empresa tem capital humano com valências em castelhano e italiano. De notar que o promotor do projeto, o Dr. Emidio Almeida possui uma muito boa relação com empresários e instituições italianas, daí a aposta em Itália ser mais facilmente concretizável e sucedida do que em Espanha. A Tutivete tem como objetivo explorar o mercado nestes países e realizar viagens de prospeção de forma a angariar clientes que reconheçam a qualidade dos produtos portugueses e que possam obter aconselhamento com profissionais altamente especializados.

Principais Resultados, aptidões e Competências adquiridas e sua incorporação na Atividade da Empresa

O projeto foi realizado pela empresa com o intuito de obter um manual prático com informação sobre cada país e mercado novo. O manual, sendo um incentivo à prospeção dos mercados abordados, possui também recomendações e pontos que a entidade consultora reconhece como negativos na entrada desses países. Trata-se assim de um relatório aberto com uma exposição de vantagens e desvantagens quer do mercado espanhol quer do mercado italiano, onde a Tutivete pretende intervir.

O impacto na empresa espera-se assim muito positivo no futuro, dado que a empresa ainda não realizou nenhuma feira ou acção pois o trabalho terá um valor acrescentado substancial para a entidade promotora na medida que identifica os pontos positivos e explica como potenciá-los e faz referência aos pontos que a empresa necessita de ter cuidado ao entrar nos mercados.

Todo o projecto é de um contributo essencial e crítico para a empresa nesta nova etapa de prospeção internacional uma vez que sem este auxiliar e manual de apoio a empresa não teria acesso nem qualquer percepção acerca do desenrolar da economia dos países a explorar, dos riscos nem dos custos de investimento.