

PORTUGUESE STONE

THE NATURAL PATH+
by ANIET

O presente projeto visa apoiar a completa e sustentada inserção internacional das empresas portuguesas do sector da Pedra Natural. Esta inserção abrange um conjunto alargado de empresas com competências e valências complementares neste domínio. Não só pelo desenvolvimento de ações coletivas e bem estruturadas para a associação e reconhecimento internacional da imagem de Portugal à qualidade e sustentabilidade, mas também pela disponibilização às PME de bens e serviços coletivos que potenciem mais e melhor inteligência económica para a competitividade nos mercados internacionais.

A estratégia e metodologia para desenvolvimento do presente projeto foi desenvolvida e estruturada aplicando uma estratégia de atuação assente nos seguintes eixos:

1. Potencialidades dos mercados Internacionais, capacitação para a internacionalização e partilha de conhecimento

Pretende-se a identificação e análise de oportunidades e constrangimentos para as PME nacionais acederem a novos mercados. Será realizada uma prospeção de mercado nos diferentes mercados internacionais alvo do projeto onde se pretende identificar:

- o potencial de cada um dos mercados alvo, ou seja, quais os produtos, serviços e competências por estes valorizados e com potencial de permitir um elevado valor acrescentado para as empresas do setor português. Apenas será possível, obter esta informação crucial para os objetivos do projeto, através de uma rigorosa investigação das estratégias de internacionalização nos mercados internacionais e pela identificação dos fatores críticos nos mercados.
- as oportunidades e constrangimentos de acesso a cada um dos mercados alvo. Para isso será realizado um levantamento e análise das entidades e organismos, para desenvolvimento de parcerias internacionais, capazes de apoiar, incentivar e reforçar o processo de internacionalização das empresas nacionais. Estas podem ser feitas através da partilha de conhecimento, dos entraves político-legais, da legislação em vigor e das certificações no mercado, tanto obrigatórias, como das que podem ser uma mais-valia para facilitar a entrada das empresas portuguesas nos mercados, entre outros fatores de interesse para o processo de internacionalização das empresas portuguesas.

Será também documentada informação de mercados, acreditando-se que será uma ferramenta capaz de capacitar as empresas sobre os mercados externos, através de informação fidedigna e organizada de acordo com as necessidades das PME.

2. Rede Internacional, processos colaborativos de internacionalização

Pretende-se o desenvolvimento de uma rede internacional (com os vários mercados alvo) de ajuda e reforço na internacionalização do setor para apoio mútuo nos processos de internacionalização, de promoção e divulgação do setor e no desenvolvimento de projetos futuros no âmbito da capacitação deste mesmo. Cada vez mais, compreende-se que os melhores processos de internacionalização ocorrem baseados na partilha mútua de conhecimento e informação, assim entende-se que chegou a altura do setor de Pedra Natural portuguesa dar este passo essencial na estratégia definida para a internacionalização. Ou seja, de criar parcerias internacionais, capazes de alicerçar o processo de conhecimento e entrada em novos mercados de forma sustentada e realista face à realidade do mercado global.

A necessidade de atuação no mercado global, cria a exigência da elaboração de uma rede internacional, capaz de dar suporte aos processos mais pormenorizados e burocráticos associados aos processos de internacionalização das PME. Como já foi referido no eixo de atuação anterior, pretende-se o envolvimento de instituições internacionais, outras entidades internacionais (cadeias de distribuição, prescritores e players mundiais) de interesse para os processos de internacionalização, promoção e divulgação.

Pretende-se aumentar, reforçar e incrementar a ligação entre os envolvidos na rede internacional através das ações de prospeção a desenvolver nos mercados alvo (descrição detalhada no eixo de atuação 3 - Atividades de prospeção).

3. Atividades de prospeção

Pretende-se o desenvolvimento e/ou aproveitamento de sinergias - Rede internacional, através de uma clara aposta na prospeção e integração do setor nas principais redes internacionais de promoção, para apoio na internacionalização das PME do setor.

Através de atividades de prospeção, a realizar em momentos e situações onde o setor terá em destaque os mercados alvo, verificou-se que são os contactos diretos que permitem atingir um alargado leque de players e organismos relevantes para a rede internacional que se pretende desenvolver. Assim procurar-se-á criar redes de contactos capazes de servir para o aumento da informação e conhecimento para o setor, reduzindo as dificuldades de acesso e o aumento da aproximação a alguns mercados e cadeias de valor.

Serão realizados contactos com instituições, entidades de gestão e de conhecimento, distribuidores e prescritores no sentido de construir uma rede de parcerias capaz de partilhar conhecimento e promover o setor no mercado internacional e simultaneamente encurtar as barreiras de entrada das empresas portuguesas nos mercados alvo.

4. Aumentar a notoriedade do setor nos mercados Internacionais - Promoção internacional, comunicação e divulgação

A implementação de uma estratégia para a promoção e divulgação do setor assume uma elevada importância estratégica para o presente projeto.

É estratégico e crítico no desenvolvimento de um plano promoção internacional que permita o reconhecimento nos mercados internacionais dos produtos, serviços e competências do setor e do país, sendo que um dos objetivos é a difusão dos valores que caracterizam o setor da Pedra Natural portuguesa.

Quer pelos contactos que se pretende realizar para desenvolvimento da rede internacional, quer pelas ações de promoção e divulgação, o potencial do setor será sempre dado a conhecer.

Sendo, como já referido, este objetivo operacional, uma aposta da ANIET, para que os resultados fluíam cada vez mais e contribuíssem para o aumento da visibilidade, notoriedade e conhecimento do setor.

A definição das estratégias de promoção e divulgação a realizar serão direcionadas para cada um dos mercados alvo potenciando assim os resultados esperados do projeto como um todo, ou seja, o aumento do valor das exportações no volume de negócios das PME.

Estes objetivos operacionais de base, plasmados em cada um dos 4 eixos de atuação do projeto anteriores poderão ser desdobrados nos seguintes objetivos complementares:

- Colaborar no esforço de reposicionamento do tecido empresarial;
- Identificação de oportunidades e constrangimentos de acesso a novos mercados e aproveitamento de sinergias existentes quer nos mercados já consolidados quer na penetração em novos mercados para aumento da exportação das empresas portuguesas do setor;
- Promover o potencial do setor nos mercados internacionais;
- Desencadear ações de promoção que facilite o posterior acesso das empresas portuguesas (todas) aos mercados alvo das ações;
- Desenvolvimento de processos colaborativos de internacionalização, através da partilha de conhecimento e capacitação sobre os mercados externos;
- Apoiar as empresas exportadoras a manter e reforçar a sua posição em mercados onde já se encontrem estabelecidas, assim como em novos mercados;

Em todo o desenvolvimento e execução do projeto, serão asseguradas, cumulativamente, as seguintes condições:

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

Com o presente projeto a ANIET, pretende desenvolver e reforçar estratégias coletivas de internacionalização, através das seguintes ações:

- Campanhas coletivas de promoção internacional, nomeadamente através da definição de campanhas de meios para a promoção da imagem e oferta nacionais nos mercados internacionais, bem como de presenças institucionais em mercados internacionais;
- Identificação de oportunidades e constrangimentos de acesso a novos mercados;
- Desenvolvimento de processos colaborativos de internacionalização e atividades de prospeção, partilha de conhecimento e capacitação sobre os mercados externos e pela criação da rede internacional.

Assim este o projeto está estruturado em 2 grandes ações, suportando cada uma delas as atividades a implementar:

1. Criação de suportes de promoção e comunicação



- Desenvolvimento de Estratégia Comercial
- Catálogo Reputacional do Setor
- Ferramentas de Comunicação / Promoção / Venda

Que apostam de forma concertada em ferramentas e mecanismos de recolha e posterior partilha de informação e conhecimento sobre os mercados internacionais passíveis de aportar às PME nacionais informação real e detalhada sobre os mercados externos, para assim, facilitar e aumentar a capacidade das PME nacionais nos processos de internacionalização. Os resultados destas atividades permitirão a estruturação de uma visão partilhada para setor, facilitando e apoiando os processos de internacionalização das PME, que deverá ser perseguida durante toda a execução do projeto.

2. Promoção e Comunicação Internacional

- Mercados e Redes Internacionais
- Ação de Promoção junto de Prescritores Internacionais
- Ações de Promoção Mercados Internacionais
- 2ª Edição - Conferencias Internacionais

ATIVIDADES

1. Desenvolvimento de Estratégia Comercial

De forma a atingir o objetivo do projeto, será necessário reunir informação sobre a oferta da região norte, tendo como tradição os granitos, e tendo em conta as variáveis valorizadas pelos mercados alvo identificados. Consideramos que a oferta da região terá um impacto direto no desenvolvimento da estratégia de promoção nacional, como forma de envolver os atores locais e players nacionais, permitindo reforçar o prestígio da oferta do território.

A estratégia de promoção e venda internacional deverá ser desenvolvida para cada um dos mercados alvo identificados, por forma a fazer o matching entre a oferta e procura evidenciando os pontos mais valorizados da oferta. Pretende-se também uma abordagem otimizada para cada um dos mercados.

Por fim será feita a compilação de toda a informação para que futuramente possa ser dado às empresas da região um documento que permita exportar para os três mercados.

Tarefas planeadas:

- Levantamento de Oferta do Setor
- Identificação e Caracterização de Ferramentas de Promoção Setorial
- Definição da estratégia Promocional Internacional do Setor
- Identificação e Caracterização de Ferramentas de Comerciais Aplicadas a Setores
- Definição da estratégia Comercial Internacional do Setor
- Compilação do Documento Final

1º Objetivo - Agregar a oferta da região, tendo em conta os fatores diferenciadores do território, produtos com maior valor acrescentado.

2º Objetivo - Validar a oferta de Portugal tendo em conta os requisitos valorizados pelos mercados.

3º Objetivo - Desenvolvimento estratégia comercial / promocional da oferta agregada a nível nacional como reforço da notoriedade junto dos mercados internacionais.

4º Objetivo - Desenvolvimento estratégia comercial / promocional da oferta agregada a nível internacional bem como a abordagem aos mercados alvo.

5º Objetivo - Compilação de um documento "guia" que reúna ferramentas e informação que permita as empresas da região ter ferramentas para abordar os mercados identificados.

2. Catálogo Reputacional do Sector

Uma das principais formas de promoção é através do curriculum de um setor, esta atividade pretende criar um documento único que evidencie todas as potencialidades do setor a nível de:

- Obra feita
- Diferenciação do recurso natural
- Capacidade instalada
- Potencial humano

O catálogo reputacional será uma importante ferramenta a usar nas restantes atividades de promoção, quer seja nos contatos com os mercados internacionais, quer seja pela propagação que irá ter no seio dos principais prescitores mundiais.

Tarefas planeadas:

- Identificação Obras Nacionais e Internacionais Emblemáticas - Granitos
- Identificação Obras Nacionais e Internacionais Emblemáticas - Mármore
- Caracterização Obras Nacionais e Internacionais Emblemáticas - Granitos
- Caracterização Obras Nacionais e Internacionais Emblemáticas - Mármore
- Trabalhos de Design
- Trabalhos de Imagem
- Trabalhos de Edição
- Catálogos em Pen Drive
- Catálogos Impressos

1º Objetivo - Criar catálogo de oferta nacional

2º Objetivo - Apresentar competências das empresas do setor

3º Objetivo - Curriculum do setor

4º Objetivo - Documento que permita promover a nível internacional o Setor Nacional da Pedra

3. Ferramentas de Comunicação / Promoção / Venda

O principal objetivo desta atividade é desenvolver ferramentas de comunicação e promoção do projeto.

Serão preparados documentos que permitam comunicar com as empresas da região, com os players nacionais, canais de distribuição, media nacionais e internacionais, principalmente com os três mercados alvo identificados. A criação de material de comunicação permitirá de uma forma focada e dirigida preparar todos os conteúdos valorizados pelo público alvo do projeto.

Tarefas Planeadas:

- Criação de Material Comunicação
- Publicações Revistas Especialidade
- Publicações em Eventos nos Mercados
- Video Promocional do Setor
- Tradução do Video - Ingles, Suéco, Suomi, Dinamarquês e Norueguês
- Mercado - Canadá 2017 - Material Promocional
- Mercado - Filândia 2017 - Material Promocional
- Mercado - Dinamarca 2017 - Material Promocional
- Mercado - EUA 2018 - Material Promocional
- Mercado - Suécia 2018 - Material Promocional
- Mercado - Noruega 2018 - Material Promocional

1º Objetivo - Publicações em Revistas /Jornais Internacionais

2º Objetivo - Criar um video promocional do setor

3º Objetivo - Desenvlver material de promoção para cada mercado

4º Objetivo - Presença em eventos internacionais através de publicidade

4. Mercados e Redes Internacionais

Pretende-se identificar e avaliar nos mercados alvo identificados os canais de distribuição e os principais prescritores nos mesmos.

O principal objetivo desta atividade será a caracterização das necessidades dos países de destino, definindo uma procura potencial. Esta caracterização, será vital para alinhar a estratégia de reposicionamento da Região e Produtos. Obviamente que está inerente uma aproximação aos mercados, mas sobretudo uma orientação estratégica de posicionamento mais ampla e mais eficiente.

Só sabendo, como se distribui e o que se distribui nos diferentes mercados é que podemos estruturar a oferta das empresas portuguesas. Este trabalho de matching só é possível com informação rigorosa, detalha e atualizada que aqui se pretende recolher.

Tarefas Planeadas:

- Fichas de Mercado
- Identificação Prescritores nos Mercados
- Caracterização dos Prescritores nos Mercados
- Identificação Parceiros nos Mercados
- Caracterização dos Parceiros nos Mercados
- Contacto Prévio com Parceiros e Prescritores para criação da Rede Internacional
- Formalização da Rede Internacional

1º Objetivo - Ficha de mercado (1 por mercado)

2º Objetivo - Caracterização de 25 potenciais alvos (25 alvos por mercado)

3º Objetivo - Protocolo de cooperação e formalização da rede internacional.

5. Ações de Promoção Mercados Internacionais

Pretende-se com esta atividade exercer uma influência sobre os principais prescritores internacionais na utilização da Pedra Portuguesa nas principais obras internacionais. Assim delineou-se um plano que passa pelo convite de 24 prescritores para vivenciar na primeira pessoa o que o setor da pedra portuguesa tem para oferecer.

Optou-se pela contratação de uma empresa que seja especialista na preparação ações deste tipo, e que tenham facilidade de chegar junto dos mais importantes prescritores internacionais.

1º Objetivo – Contacto direto em território nacional de 6 prescritores Canadá/EUA

2º Objetivo – Contacto direto em território nacional de 6 prescritores Suécia/Noruega

3º Objetivo – Contacto direto em território nacional de 6 prescritores Finlândia/Dinamarca

4º Objetivo – Contacto direto em território nacional de 6 prescritores Europa Central

6. Ação de Promoção junto de Prescritores Internacionais

Esta atividade será a aplicação de todo o trabalho realizado nas atividades anteriores.

Com base na informação resultante das várias atividades do projeto, será preparada uma agenda de promoção do projeto e respetivo objetivo. Serão contactados em cada um dos mercados os principais clientes alvo dos produtos identificados no catálogo.

Canais de distribuição, agentes, importadores, câmaras de comércio e associações serão contactados de forma a testar a estratégia comercial e formalizar as redes internacionais.

Em cada mercado será realizada uma ação de promoção dirigida, quer a distribuidores e prescritores, quer a outros públicos selecionados, assegurando o reforço de todas as ações anteriores e uma presença efetiva dos produtos e da imagem do território nos mercados alvo.

A agenda de trabalho será de 5 dias, segunda a sexta, devendo o principal foco ser contactos comerciais que permitam a exportação dos produtos do setor.

1º Objetivo - Contacto com 10 canais de distribuição por mercado.

2º Objetivo - Contacto com 5 entidades, por mercado, que permitam formalizar a rede internacional.

3º Objetivo - Identificação de 3 potenciais negócios comerciais por mercado.

4º Objetivo - Relatório de Missão, num total de 6 relatórios.

7. 2ª Edição – Conferencias Internacionais

Pretende-se dar continuidade a uma iniciativa que permitiu até agora promover junto das empresas portuguesas a ligação aos mercados internacionais, tendo assim como principal objetivo, o fortalecimento da ligação de prescritores internacionais e empresas portuguesas.

Tem como objetivo a partilha de informação útil às empresas portuguesas. Os oradores vão partilhar os pontos valorizados pelos mercados internacionais e como devem as empresas portuguesas tirar proveito dos seus recursos para se promoverem.

Terá a presença de 350 convidados nacionais e internacionais, e foi estruturado para um dia intensivo de atividade, promoção do setor, de Portugal e das empresas portuguesas do setor.

1º Objetivo - Promoção Internacional

2º Objetivo - Presença de 350 convidados

3º Objetivo - Presença de 4 Convidados oradores internacionais

8. Gestão do Projeto

A atividade de gestão do projeto tem as seguintes componentes:

- Atividade de Gestão do Projeto
- Gestão Documental
- Gestão Economico Financeira
- Acompanhamento da Execução Física/Financeira
- Serviços de TOC/ROC