

CENTRO 20
20

PORTUGAL
2020



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Designação do projeto | INCOMAX - E-COMMERCE PARA VINTE MERCADOS

Código do projeto | CENTRO-02-0752-FEDER-071420

Objetivo principal | Reforçar a investigação, o desenvolvimento tecnológico e a inovação

Região de intervenção | Centro

Data de aprovação: 021-01-07

Data de início: 2020-06-08

Data de conclusão: 2023-05-31

Entidade beneficiária | INCOMAX, LDA.

Investimento | 120.162,29 EUR

Apoio financeiro | 53.153,51 EUR pelo FEDER (Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional).

Despesa Elegível | 118.118,90 EUR

Objetivos, atividades e resultados esperados |

O projeto terá um importante impacto no desenvolvimento e crescimento da Incomax, Lda., uma microempresa, criada em 2012, que se dedica ao comércio de incubadoras de ovos, criadeiras de aves e acessórios. Ao nível da atuação no mercado, a empresa detém uma marca própria registadas a nível nacional: INCOMAX.

Atualmente, a empresa encontra-se já em diversos mercados externos, nomeadamente Angola, Argentina, Bélgica, Brasil, Cabo Verde, Espanha, Estónia, Guiana Francesa, Guiné-Bissau, Itália, São Tomé e Príncipe, Suíça e Timor Leste.

Com a implementação deste projeto prevê penetrar em novos mercados como Alemanha, França e Países Baixos, e consolidar a sua posição naqueles em que já se encontra.

No seguimento da estratégia de internacionalização visada, a empresa definiu, entre outros, os seguintes objetivos estratégicos:

- Atingir um volume de faturação constituído por 40% de exportações;
- Incrementar a sua visibilidade.

De forma a alcançar os objetivos previamente definidos, bem como colocar em prática a abordagem visada ao nível da internacionalização, a empresa visa executar as seguintes ações:

- Conhecimento de mercados externos: Participação em duas feiras de renome internacional no seu setor de atividade, nomeadamente a Filda (Angola) e a Aviornis (Espanha), no sentido de se promover;
- Presença na web, através da economia digital: Criação de website e plataforma e-

commerce e tradução dos mesmos para francês, espanhol e inglês, juntamente com a aposta no desenvolvimento de ferramentas de marketing digital com o objetivo de dinamizar a sua presença online;

- Desenvolvimento e promoção internacional de marcas: Desenvolvimento dos produtos em termos de design e elaboração de embalagens adaptadas a cada mercado;

- Prospeção e presença em mercados internacionais: Realização de viagens de prospeção a alguns mercados-alvo externos de modo a captar clientes;

- Marketing internacional: Elaboração de um plano de marketing e aposta em material promocional.

- Introdução de novo método de organização nas práticas comerciais ou nas relações externas: Contratação de um quadro técnico qualificado para à área de marketing digital, bem como aquisição de equipamento e software CRM para o mesmo.