

Cofinanciado por:



PROJECTO INTERNACIONALIZAÇÃO

DESIGNAÇÃO DO PROJETO | *PMC - From Portugal to the World*

CÓDIGO DO PROJETO | LISBOA-02-0752-FEDER-071174

OBJETIVO PRINCIPAL | Reforçar a competitividade das Pequenas e Médias Empresas

REGIÃO DE INTERVENÇÃO | PO LISBOA – CASCAIS

ENTIDADE BENEFICIÁRIA | PMC – IMPORTAÇÃO, COMÉRCIO E SERVIÇOS, LDA

DATA DE APROVAÇÃO | 28-04-2021

DATA DE INÍCIO | 01-06-2021

DATA DE CONCLUSÃO | 31-05-2023

CUSTO TOTAL ELEGÍVEL | 273.402,50 EUR

APOIO FINANCEIRO DA UNIÃO EUROPEIA | FEDER – 109.361,00 EUR

PRIORIDADE INVESTIMENTO | O desenvolvimento e aplicação de novos modelos empresariais para as Pequenas e Médias Empresas, especialmente no que respeita à Internacionalização.

Projeto apoiado e financiado pelo Sistema de Incentivos SI Internacionalização das PME.

A PMC – Importação, Comércio e Serviços, Lda. atua em 4 áreas de negócios: parafusos e sistemas de fixação, material elétrico, equipamentos e agro-alimentar. Na área de parafusos e sistemas de fixação, a empresa detém mais de dez mil referências em aço, aço inoxidável e metal. Relativamente ao material elétrico, a empresa detém uma linha urbana com materiais, nomeadamente madeira e metal. Quanto à área agro-alimentar, a PMC comercializa diversos produtos, entre eles: vinhos, azeites, conservas, compotas, queijos, enchidos, águas e chocolates.

A empresa apresentou um projeto ao sistema de incentivos Portugal2020 Internacionalização, visando internacionalizar os seus produtos e consequentemente aumentar a sua quota de exportações, quer em valor, quer em percentagem do volume de negócios.

É inquestionável o contributo do presente projecto para um fator dinâmico da competitividade: a Internacionalização. Para tal, a empresa realizará um conjunto de ações em mercados onde pretende aumentar a quantidade e valor acrescentado dos seus serviços, bem como aumentar a notoriedade e visibilidade das suas marcas, captando novos clientes. Os mercados são:

→ Mercados Asiáticos (China, Cazaquistão, Emirados Árabes Unidos);

→ Mercados Africanos (Angola, Africa do Sul, Costa do Marfim, Quênia, Gana, Senegal, Marrocos, e Burkina Faso);



→ Mercados Europeus (Alemanha, Espanha, Reino Unido, França, Rússia, Polónia, Ucrânia Suíça, Finlândia e Estónia);

→ Mercado dos EUA.

A estratégia de promoção nestes mercados assenta num conjunto de ações, designadamente concepção de material promocional, registo e restyling de marcas, consultoria especializada, loja online, ações de prospeção e ações inversas, participação nas principais feiras internacionais da especialidade e contratação de técnicos. Todos estes investimentos imprimem uma competitividade irrefutável na empresa.

