AVISO: **10/SI/2021**

DESIGNAÇÃO: INCENTIVOS À QUALIFICAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO DAS PME | Projetos Conjuntos - Internacionalização

PROGRAMA OPERACIONAL: **POCI** - Programa Operacional Competitividade e Internacionalização

Lisboa 2020 - Programa Operacional Regional de Lisboa

OBJETIVO TEMÁTICO: OT3 – Reforçar a competitividade das PME

PRIORIDADE DE INVESTIMENTO: PI 3.2 – O desenvolvimento e aplicação de novos modelos empresariais para as PME, especialmente no que respeita à internacionalização

TIPOLOGIA DE INTERVENÇÃO – TI 52: Internacionalização das PME

Designação do Projeto: FROM PORTUGAL 2021-2022

Códigos do Projeto: POCI-02-0752-FEDER-179271/ LISBOA-02-0752-FEDER-179271

Objetivo Principal: Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas

Regiões de Intervenção: Norte, Centro, Lisboa e Alentejo

Promotor/Entidade beneficiária: ASM - Associação Selectiva Moda

Co-Promotor/Entidade beneficiária: ATP – Associação de Têxtil e de Vestuário de Portugal

Datas de Aprovação do Projeto: 08-11-2021

Data de Início do Projeto: 01/06/2021

Data de Conclusão do Projeto: 31/03/2023

Custo Total Elegível: 6.648.794,78 €

Apoio financeiro da União Europeia: POCI/FEDER – 3.689.491,54 €

LISBOA 2021/FEDER – 45.814,26 €

SÍNTESE DO PROJETO:

O projeto From Portugal (FP) 2021-2022 enquadra-se na tipologia de Internacionalização – Projetos Conjuntos. Todas as atividades e ações foram validadas previamente com a AICEP e harmonizadas com outras ações que decorressem em simultâneo nos diversos mercados externos.

Com o objetivo de fortalecer as capacidades empresariais das PME portuguesas da Indústria Têxtil e do Vestuário e da área da Moda para a intensificação dos seus processos de internacionalização, bem como a sua inserção na Indústria 4.0 (aqui, valoriza-se a utilização crescente de ferramentas e plataformas digitais, mediante o recurso a tecnologias e processos associados à Indústria 4.0).

O reforço da "capacitação empresarial das PME para a internacionalização" constitui uma das Prioridades de Investimento do Eixo II (Reforço da Competitividade das PME) do POCI, na qual se inscreve o objetivo específico deste AAC e do projeto apresentado, que se consubstancia no fomento de processos/ações de qualificação, permitindo o aumento da base e da capacidade exportadora e reconhecimento internacional das PME.

O desenvolvimento do programa estruturado base de intervenção no conjunto de 217 PME previstas, consubstancia, assim, o objetivo acima exposto, sendo que, na conjuntura atual a internacionalização é a pedra de toque da expansão e da sustentabilidade das empresas e Setor como um todo. As PME participantes têm distribuição relativamente equitativa entre micro, pequenas e médias empresas, essencialmente representativas da região Norte, e residualmente representativas das regiões Centro, Lisboa e Alentejo. Distribuem-se essencialmente entre CAES de indústria do vestuário, fabricação de têxteis e de comércio, e residualmente entre CAES de consultoria, indústrias transformadoras, indústria do couro, fabricação de componentes para veículos automóveis, entre outras.

O mercado interno, para além de ser reduzido, atravessa um período difícil em consequência da crise económica conjuntural a que se tem assistido nos últimos anos e em consequência das medidas de austeridade implementadas. E o FP 2021-2022 está em linha com esta estratégia.

O processo de internacionalização do projeto baseia-se na participação integrada das empresas portuguesas nos principais certames internacionais de forma a promover os produtos nacionais e incrementar as exportações e com base também em ações de promoção e marketing internacional e que tendam para o conhecimento e acesso a novos mercados, privilegiando os mercados e segmentos prioritários.

O plano de ações previsto integra soluções comuns e coerentes face a problemas ou oportunidades a explorar (consoante pode ser verificado na análise SWOT elaborada para as empresas a envolver).

Está prevista a abordagem direta em 10 mercados (Alemanha, Brasil, Colômbia, Espanha, Estados Unidos, França, Itália, Japão, Países Baixos e Reino Unido), segmentados não só pela realização de certames internacionais reconhecidos como plataformas de negócios e apresentação de novidades, como de abrangência nacional, que permitam uma penetração nesse mercado e mercados vizinhos, mercados emergentes e de oportunidade (entendendo-se como tal quando determinado mercado tem peso reduzido nas exportações portuguesas dos produtos do Setor, apesar de efetuar importações em grande quantidade desses produtos de outras origens, constituindo, por isso, uma oportunidade a explorar para as exportações do setor nacional), não tradicionais do setor em causa e não tradicionais.

Para além disso, todo o apoio que é dado às empresas ao longo do processo visa consolidar uma cultura empresarial de internacionalização, dotando as empresas de capacidades para prosseguirem sozinhas.

Porém, salienta-se que o projeto não se limita a planear e organizar a participação das empresas nos certames internacionais. Ao longo das suas edições, tem procurado adequar a sua estratégia às novas tendências de mercado e às alterações no paradigma de competitividade, procurando promover a melhoria dos fatores de competitividade das empresas. A estratégia de internacionalização desempenha um papel fundamental na adaptação de novos produtos a resposta aos desafios da Moda e do Design, da inovação e incorporação tecnológica e da qualidade.