

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA

Fundo Social Europeu

Designação do projeto | **Brand Portugal**

Código do projeto | **POCI-05-5762-FSE-000364**

Região de intervenção | **Norte**

Entidade beneficiária | **AICEP - Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, E.P.E.**

Data de aprovação | **06-10-2020**

Data de início | **01-11-2020**

Data de conclusão | **30-09-2023**

Custo total elegível | **996.094,00 EUR**

Apoio financeiro da União Europeia | **FSE 846.679,90 EUR**

Apoio financeiro público nacional/regional | **NÃO APLICÁVEL**

#### **Objetivos do projeto:**

O projeto Brand Portugal desenvolve-se em torno de 5 grandes iniciativas que vão desde criar novas plataformas de inteligência competitiva até à capacitação das empresas.

#### **Descrição do projeto:**

O projeto vai ser desenvolvido sobre diversas vertentes complementares, ou seja:

##### **Export Forecast**

Sendo o objetivo da AICEP fortalecer as empresas portuguesas para manter o crescimento das exportações, esta Agência deve conseguir recomendar ações, identificar oportunidades e apoiar as empresas portuguesas na entrada em mercados estratégicos.

A AICEP pretende, através da presente candidatura, desenvolver um modelo de base tecnológica que permita:

- a) Prever a variação da procura dos mercados externos por bens/serviços portugueses.
- b) Recomendar antecipadamente estratégias e ações às empresas portuguesas para as apoiar na exportação.
- c) Reduzir a taxa de risco da internacionalização das empresas portuguesas.
- d) Poder recomendar e contribuir para o planeamento de políticas comerciais a nível macro.
- e) Gerir com acrescida eficácia e eficiência os fundos atribuídos à divulgação e promoção da oferta portuguesa.
- f) Otimizar os investimentos realizados na construção de uma imagem solidamente positiva da oferta portuguesa.

##### **e.Academia Internacionalizar**

A capacitação online é uma das formas de formação preferidas pelas empresas, pela sua flexibilidade e adaptabilidade e, atualmente, ainda mais importante se torna

devido às restrições impostas pela pandemia em curso. Simultaneamente o e-learning permite uma formação mais customizada, possível de progredir ao longo do tempo e viabiliza o contacto e partilha de experiências entre os participantes, assim como permite a entrega de soluções personalizadas a um custo mais reduzido.

A plataforma de e-learning existente foi implementada essencialmente para responder às necessidades de formação das PME, pelo que a maioria dos cursos se centra nas suas necessidades e suporte de formação. No entanto dada a sua enorme plasticidade e capacidade é também usada para formação interna.

De forma a alargar a sua capacidade e alcance é necessário agregar-lhe novas funcionalidades nomeadamente uma solução de *webconference*.

Pretende-se ainda desenvolver novos cursos temáticos, em modo e-learning e ao vivo, relacionados com a internacionalização em geral e e-commerce em particular e ainda de diferentes cursos sobre os mercados, criados a partir da nossa rede externa.

Desde já se perspectivam temáticas como:

- o Criação de marcas
- o *Marketing* digital
- o Plataformas de *e-commerce*
- o Gestão de Redes Sociais para empresas,
- o Utilização de ferramentas de Inteligência Competitiva,
- o Economia Circular,
- o ... entre outros, num total de 8 cursos.

### **Observatório E-Commerce**

O e-commerce como forma de aumentar as exportações das empresas portuguesas tem sido uma aposta estratégica da AICEP, tendo para tal desenvolvido o programa 'Exportar Online', que atua em diferentes vertentes no apoio às empresas, que vai desde a produção de informação, capacitação à consultoria, passando ainda pelos incentivos e ampliação do ecossistema através de estabelecimento de parcerias com *marketplaces*.

Trata-se de uma área de evolução de conhecimento e de práticas ainda recentes, onde se denota uma necessidade grande de apoio às empresas, para que possam aumentar a sua operação online, e ainda uma oportunidade grande de crescimento, atendendo a que apenas 11% das empresas portuguesas tem uma presença online.

Com a presente atividade pretende-se uma nova abordagem de carácter inovador, que passa pela implementação de um Observatório sobre as exportações *online*, de maneira a suprir algumas das dificuldades encontradas atualmente no estudo e avaliação da evolução de e-commerce, nomeadamente nos dados globais que integrem as diferentes tipologias, B2B e B2C, atuando a diversos níveis, nomeadamente:

- a) Robustecimento de fontes e metodologias
  - i) Consolidação e organização de fontes (gerais, setoriais, por geografias, ...)
  - ii) Clarificação e estruturação de conceitos
  - iii) Estudo e sistematização das metodologias que suportam os indicadores utilizados
- b) Análises de contexto
  - i) Identificar e sistematizar indicadores de contexto, com particular relevância para os proporcionam uma análise evolutiva e comparativa
- c) Avaliação

- i) Identificar resultados, efeitos e impactos dos produtos e-commerce
- ii) Aferir da relevância, eficiência e eficácia dos projetos desenvolvidos
- d) Análise de casos de sucesso
- e) Identificação de *marketplaces* de oportunidade para a oferta portuguesa.

### **Laboratório de Novos Produtos 2.0**

Pretende-se no laboratório implementar o desenvolvimento de novos produtos inovadores, personalizados e de valor acrescentado, associados a uma política de preços por níveis de serviços, permitindo encontrar novas formas de sustentabilidade financeira e que possibilitem às empresas implementar novas formas de fazer negócio, abordar novos mercados e atuar a níveis que lhes tragam maior valor acrescentado. Pretende-se identificar novos ativos estratégicos na internacionalização, testá-los e encontrar as formas mais sustentáveis para escalar a sua utilização nas empresas.

Novos paradigmas da indústria serão avaliados e preparadas novas ações.

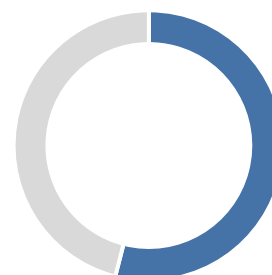
Os novos produtos a desenvolver serão construídos a partir de *design thinking* e cocriação com alguns dos nossos parceiros empresariais e institucionais.

Este laboratório tem como objetivo a inovação de forma a

- a) Maximizar a colaboração/interação entre os múltiplos atores como empresas, investidores e outros *stakeholders* na internacionalização e captação de investimento, facilitando a coordenação e aproveitamento de sinergias, e reforçando o seu papel de catalisador da melhoria do ambiente de negócios;
- b) Viabilizar respostas/serviços “orientados pelo conhecimento (*intelligence-driven response*), entregando por soluções de maior valor aos nossos utilizadores;
- c) Desenvolver a capacidade de prestar serviços de *intelligence*, gerando mais oportunidades e maior valor para os utilizadores;
- d) Intensificar serviços de apoio à decisão, respondendo por isso mais assertivamente às necessidades individuais dos diferentes atores no negócio internacional, ajudando a diminuir o tempo e o risco de entrada no mercado a cada um;
- e) Maior rapidez, real time, que se traduz em mais e melhores oportunidades;
- f) Exploração das vantagens resultantes do tratamento de *big data*;
- g) Escalar o número de utilizadores;
- h) Melhorar a eficiência dos processos, traduzido em mais e melhor serviço;
- i) Aumentar o portfolio de serviços inovadores;
- j) Abordar novos modelos de negócio em torno de economia circular, indústria verde, sustentabilidade e outros;
- k) Construir novo paradigma de cooperação aberta entre as diferentes entidades do investimento e internacionalização, viabilizando a adaptação á economia do século 21.

**Nível de execução:**

Concluído



■ Executado ■ Por Executar

**Atualizado:** 2023/12/31