

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Projeto N.º **NORTE-02-0752-FEDER-071434**

Designação do Projeto – **PROJETOS INDIVIDUAIS - Qualificação das PME**

Data de Início | 01-05-2021

Data de Conclusão | 30-06-2023

Custo total elegível | 524.330,00 €

Apoio financeiro da União Europeia | FEDER – 235.948,50

Objetivos, Ações e Resultados Esperados

O presente projeto viabiliza a estratégia de expansão e crescimento internacional da Medical Art Center, contemplando concretamente uma série de atividades de promoção e divulgação sobre os serviços prestados, bem como sobre os dispositivos médicos inovadores desenvolvidos pela empresa, permitindo à entidade melhorar o seu posicionamento estratégico e atingir os seus objetivos de internacionalização. Para tal, a MAC prevê a realização de investimentos que lhe permitirão melhorar a sua organização interna e externa, o crescimento nos mercados internacionais e a incorporação de uma estratégia de marketing coerente e que favoreça a prospeção de clientes internacionais.

Estes investimentos são considerados elegíveis nas seguintes tipologias:

- Conhecimento de mercados externos, por via da participação em feira internacional;
- Presença na web, através da economia digital
- Desenvolvimento e promoção internacional de marcas, por via do registo da marca;
- Prospeção e presença em mercados internacionais, por via de ações de prospeção;
- Marketing Internacional, através de campanhas de marketing nos mercados externos
- Introdução de novo método de organização, por via, entre outras, da contratação de RH qualificados.

O plano de internacionalização desenhado pela MAC é um plano concertado que envolve atividades de prospeção e promoção direta nos mercados, bem como atividades complementares de marketing digital e promocionais.

Como atividades de prospeção direta destaca-se a realização de Ações/visitas de prospeção, organização de um Roadshow, participação em certames e congressos da especialidade/setor.

Os investimentos previstos incluem atividades inovadoras em dois domínios: Organizacional e Marketing.

As vendas por mercado previstas nas projeções financeiras tiveram por base pressupostos realistas, sendo reflexo da estratégia de internacionalização e dos investimentos previstos tanto na candidatura deste projeto, como nas candidaturas complementares de qualificação e investigação e desenvolvimento tecnológico.

O projeto de internacionalização da Medical Art Center visa suportar e apoiar a empresa na realização de investimentos cruciais ao arranque do seu processo de expansão para os mercados externos. A MAC tem como metas para os próximos anos lançar dispositivos médicos inovadores, manter o ritmo de crescimento nos mercados onde opera atualmente, desenvolver e lançar novos serviços que permitam melhorar a experiência do consumidor e adaptar-se às novas tendências do Marketing.

O presente projeto, assim como todos os projetos desenvolvidos pela MAC, assentam na realização, de forma eficiente, da prática da medicina dentária, através de um serviço personalizado e de valor acrescentado, garantido a satisfação dos seus pacientes. Adicionalmente, a empresa procura continuamente as melhores soluções tecnológicas com o auxílio dos seus recursos humanos por forma a proporcionar os melhores tratamentos e cuidados de saúde aos seus pacientes, investindo em atividades de I&D, equipamentos, recursos humanos qualificados e infraestruturas.

O projeto terminou com uma taxa de execução de 83,97%, o que tendo em conta o período pandémico, é de salientar.

Dentro desta percentagem de execução encontram-se realizadas despesas como o registo de marca internacional, ações de comunicação internacional, a elaboração de material promocional em formato bilingue (pt, en), um upgrade do website institucional (com a conceção e desenvolvimento da área de cliente) e a conceção e desenvolvimento de uma plataforma streaming com a criação de conteúdos digitais.

Foram ainda realizadas atividades como um roadshow no Luxemburgo (envolvendo isso também a realização de um estudo de mercado), ações de prospeção em França, Espanha e Alemanha e também uma Missão Inversa.

