

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Designação do projeto | INTER WOOD&FURNITURE 2015/16 - EXPORTAÇÃO MAIS SUSTENTADA

Código do projeto | POCI-02-0752-FEDER-000102

Objetivo principal | Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas

Entidade beneficiária |  **aimmp**
Associação das Indústrias de
Madeira e Mobiliário de Portugal

Data de aprovação | 28-05-2015

Data de início | 25-02-2015

Data de conclusão | 29-12-2016

Investimento total elegível | 6.080.447,25 €

Apoio financeiro da União Europeia | 3.220.227,66 €

Enquadramento |

O INTER WOOD&FURNITURE 2015/16 consiste num Plano Estratégico de Internacionalização que se traduz no conjunto das ações de apoio à Internacionalização que um conjunto de empresas irá encetar, promovidas e organizadas pela AIMMP, em 2015 e 2016, dando seguimento ao Projeto INTERWOOD, iniciado em 2008.

Síntese do projeto |

Objetivos

O projeto INTERWOOD visa a promoção da competitividade das empresas, através do desenvolvimento de um programa estruturado de intervenção num conjunto de PME, que propõe soluções comuns e coerentes face aos atuais constrangimentos do setor e oportunidades a explorar, no quadro das empresas a envolver, que se pretende seja o mais abrangente possível.

O INTER WOOD&FURNITURE integra um programa de ações de promoção e marketing internacional, complementado com ações que visam o conhecimento concreto e o acesso a novos mercados, em expansão.

Uma das estratégias passará certamente pela procura de novos espaços de atuação, onde as condições existentes ofereçam oportunidades de diversificação em mercados emergentes ou em expansão. Isto porque perante o atual cenário socioeconómico é cada vez mais evidente que as empresas nacionais deverão optar pela exploração de novos mercados internacionais, como forma de expansão e de prosperarem.

É um dos grandes objetivos desta edição do INTER WOOD&FURNITURE chegar a ainda mais empresas, sobretudo novos exportadores.




Objetivos operacionais:

- implementar uma estratégia que visa a abordagem a mercados tradicionais (Reino Unido, Suécia, Alemanha), mercados em crescimento (Argélia, Moçambique), mercados em expansão (China, Índia) e mercados de oportunidade (Arábia Saudita, Emirados Árabes Unidos);
- abranger empresas pertencentes aos setores do mobiliário e afins, materiais de construção e decoração de interiores, numa promoção integrada da oferta;
- participar em feiras internacionais, incluindo feiras de referência (Decorex, no Reino Unido; Domotex, na Alemanha; Equiphotel, na França,) e feiras de impacto mais regional (Acetech Mumbai, na Índia; Decofair, na Arábia Saudita; Surfaces, nos EUA; entre outras);
- organizar missões de negócios (Moçambique) e visitas de compradores provenientes do Magreb, África e Espanha.

Resultados

O projeto consistiu na organização das seguintes ações, que podem ser consultadas [aqui](#):

Nº	Designação	Mercado	Datas	Nº de participantes	
				Previsto	Realizado
1	Decorex Londres	Reino Unido	2015-09	6	9
2	Expobiomassa	Espanha	2015-09		7
3	Hotel Show Dubai 	EAU	2015-09	8	13
4	Projekta 	Angola	2015-10	10	8
5	Decofair 	Arábia Saudita	2015-10	6	8
6	Missão de Negócios Irlanda	Irlanda	2015-10		4
7	Batimat Paris	França	2015-11		4

8	SITEVI	França	2015-11		6
9	Acetech Mumbai 	Índia	2015-11	7	6
10	FUNERAIRE PARIS	França	2015-11		7
11	Domotex Hannover	Alemanha	2016-01	8	13
12	Surfaces Las Vegas	EUA	2016-01	8	9
13	JANUARY FURNITURE SHOW	Reino Unido	2016-01		5
14	Stockholm Furniture Fair	Suécia	2016-02	10	3
15	ECOBUILD	Reino Unido	2016-03		9
16	Design Shangai	China	2016-03	6	7
17	Batimatec	Argélia	2016-04	15	15
18	Tanexpo Bolonha	Itália	2016-04	6	7
19	Carrefour du Bois	França	2016-06		26
20	Ação de promoção	Moçambique	2016-06	10	4
21	Visita de compradores do Magreb	Argélia, Tunísia, Marrocos	2016-06	20	3
22	Decorex Londres	Reino Unido	2016-09	10	7
23	Hotel Show Dubai 	EAU	2016-09	12	11
24	Visita de Compradores	Espanha	2016-07	10	15
25	Visita de Compradores	Moçambique	2016-07	12	9
26	Orgatec Colónia	Alemanha	2016-10	5	3
27	Equip'Hotel Paris 	França	2016-11	10	11

Em suma, foram realizadas 22 feiras internacionais, 2 missões empresariais para além das 3 missões inversas realizadas com potenciais compradores.

Aderiram ao projeto um total de 115 empresas, superando largamente o objetivo de 70 inicialmente previstas.

Pese embora se tenha realizado um investimento total de 6.583.924,07 euros, após a análise final pela AICEP, foi apurado um valor de investimento elegível realizado de 4.238.988,94 euros, a que corresponde uma taxa de execução do investimento de 69,72%.

	<i>Decisão</i>	<i>Encerramento</i>	<i>Realização</i>
Investimento	6.565.024,25	6.583.924,07	100,29%
Despesa Elegível	6.080.447,25	4.238.988,94	69,72%
Projeto	514.297,25	261.934,04	
Empresas	5.566.150,00	3.977.091,34	
Incentivo (não reembolsável)	3.220.227,66	2.211.189,60	
Projeto	437.152,66	222.643,93	
Empresas	2.783.075,00	1.988.545,67	

Em sede de Encerramento de Projeto, foi calculada a intensidade das exportações no pós-projeto, a partir dos dados de vendas, reportados pelas empresas em sede de IES.

O rácio de exportações contratualizado no projeto foi de 41,62%; o valor alcançado foi de 47,54%.

Indicadores		PORTUGAL 2020	
Outros Indicadores de Acompanhamento			
Indicador	Objetivo	Realizado	
Nº de ações de promoção em feira ou mostra	24	22	
Nº de ações de prospeção	5	5	
Nº mínimo de contatos por empresa por feira	40	58	
Nº mínimo de contatos por empresa por missão/vinda de compradores	10	16	
% mínima de empresas novas exportadoras com concretização de negócios	50%	60%	
Aumento da intensidade de exportação das empresas participantes	10%	-2%	
Indicador de Resultado			
Indicador	Unidade	Objetivo	Realizado
Aumento do valor das exportações no volume de negócios das PME envolvidas	%	0.4162	0.4754

Impactos destacados

As empresas participantes registaram um volume de negócios total de 430M€, ultrapassando o previsto de 385M€, representando um **crescimento de 40%**

Aumento das exportações 11% acima do previsto

Alavancagem das exportações de 1:8, ou seja, o investimento de 6,6M€ no projeto, permitiu um aumento do volume de negócios internacional de 51,3M€

Por tudo isto, o projeto teve um impacto muito significativo na implementação da estratégia de alargamento da cadeia de valor das empresas portuguesas, refletindo-se num aumento significativo do volume de negócios, fruto das ações promocionais realizadas.