

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Designação do Projeto | Anteros4Export - Promoção da expansão internacional da Anteros

Código do Projeto | POCI-02-0752-FEDER-043688

Região de Intervenção | Norte

Entidades beneficiárias | ANTEROS – Empreitadas, Sociedade De Construções e Obras Públicas, S.A.

Data de aprovação | 2019-06-24

Data de início | 2019-08-01

Data de conclusão | 2021-07-31

Custo total elegível | 266.825,00€

Apoio financeiro FEDER | 93.521,25€

Breve Descrição do Projeto

O projeto “Anteros4Export”, promovido pela Anteros, tem como propósito fomentar a aposta da empresa na diversificação e consolidação da sua presença a nível internacional, assente na exploração do potencial inovador e exportável de uma solução integrada de componentes pré-fabricadas, parte integrante de imóveis.

Assim, o projeto Anteros4Export surge no sentido de acelerar, alavancar e consolidar a estratégia de internacionalização da Anteros, firmada na diversificação do seu negócio e na consequente fabricação e comercialização de componentes pré-fabricadas, parte integrante de imóveis (casas-de-banho e cozinhas modulares). De igual forma, o presente projeto surge claramente alinhado com a estratégia de crescimento e de expansão geográfica da empresa, permitindo à Antero reforçar o seu posicionamento na cadeia de valor do setor da construção civil completando os seus serviços atuais com a produção e comercialização de componentes pré-fabricados metálicos, a incorporar nos edifícios em construção. Para o efeito, o projeto prevê um conjunto de investimentos que permitirão à empresa fortalecer e acelerar o seu processo de internacionalização por via da exportação direta para mercados estratégicos, como Angola, Moçambique, França, Espanha e Alemanha.

Especificamente, e durante 24 meses, o projeto permitirá à empresa participar, na qualidade de expositor, em certames internacionais de referência para o setor da construção civil, realizar viagens de prospeção – para visita a outros eventos internacionais e interação direta com potenciais clientes – aos mercados identificados, adquirir serviços para a realização de consultadoria de mercado, apostar em novas estratégias de marketing que lhe permitam comunicar a sua diferenciação e valor acrescentado, e contratar dois recursos humanos que contribuirão diretamente para o reforço das suas competências internas em diferentes domínios da internacionalização.