

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA  
Fundos Europeus  
Estruturais e de Investimento

**Designação do projeto | Internacionalização da Pingpost**

**POCI-02-0752-FEDER-020455**

**Objetivo principal | Reforçar a competitividade das PME**

**Região de intervenção | Norte**

**Entidade beneficiária | Pingpost - Telecomunicações e Informática Lda.**

**Data da aprovação | 31-01-2017**

**Data de início | 01-06-2016**

**Data de conclusão | 31-05-2018**

**Custo total elegível | 591 461,69EUR**

**Apoio financeiro da União Europeia | FEDER 232 633,66EUR  
FSE 44 698,80EUR**

### **Objetivos, atividades e resultados esperados**

Os principais objetivos da Pingpost passam por afirma-se no mercado nacional e sobretudo nos mercados internacionais como uma Software Developer, apostando na inovação e diferenciação e criando valor em cada projeto realizado. Pretende ainda realizar ações de prospeção em novos mercados e consequentemente atingir um volume de negócios total de 8 milhões de euros em 2019, sendo 22% desse valor proveniente de mercados externos.

Deste modo, com o presente projeto de internacionalização, a empresa pretende assumir uma estratégia de diversificação, através da entrada em 7 novos mercados como Cabo Verde, Moçambique, Colômbia, México, Chile, Países Baixos, e Estados Unidos, apresentando cada solução à medida das necessidades do cliente.

Para ir de encontro com a estratégia anteriormente referida, a empresa irá investir em:

- Conhecimento de mercados externos (Feiras/Exposições): Participação em duas feiras de referência internacional, nomeadamente, a IP Expo Europe no Reino Unido e o Congresso asLAN em Espanha, a fim de captar novos clientes internacionais;
- Presença na web, através da economia digital: Desenvolvimento do website da empresa, introduzindo dois novos idiomas, nomeadamente Inglês e Castelhana, de forma a potenciar a comunicação e visibilidade da empresa no mercado internacional;
- Desenvolvimento e promoção internacional de marcas (Ações de promoção): Realização de roadshows em mercados como Espanha, Países Baixos e Reino Unido, a fim de aumentar a notoriedade da empresa e consequentemente captar potenciais clientes nos mercados externos;
- Prospeção e presença em mercados internacionais (Prospeção e captação de novos clientes): Realização de um conjunto de viagens de prospeção nos potenciais mercados, nomeadamente no Reino Unido, Espanha e Países Baixos, para captar novos clientes nos mercados externos;
- Marketing internacional: Desenvolvimento de um vídeo promocional para mercados internacionais, em dois idiomas, nomeadamente Inglês e Castelhana, que retratará a empresa de forma a promover a mesma nas ações de promoção e prospeção;
- Introdução de novo método de organização nas práticas comerciais ou nas relações externas: Contratação de dois recursos humanos para a área comercial/marketing a fim de prestar suporte à estratégia de marketing definida pela empresa, e consequentemente apoiar a entrada em novos mercados;
- Certificações específicas para os mercados externos: Implementação da certificação de qualidade ISO 9001, para sustentar um crescimento seguro no mercado internacional, e consequentemente incrementar o volume de negócios internacionais.