

Designação do projeto | Equador, everything begins somewhere

Código do projeto | LISBOA-02-0752-FEDER-038686

Objetivo principal | Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas

Região de intervenção | Lisboa

Entidade beneficiária | Equador Total, Unipessoal Lda

Data da aprovação | 21-08-2018

Data de início | 20-07-2018

Data de conclusão | 19-07-2020

Custo total elegível | 511.705,00€

Apoio financeiro da União Europeia | FEDER - 204.682,00€

Apoio financeiro público nacional/regional | 0€

Objetivos, atividades e resultados esperados

Projeto apoiado e financiado pelos Fundos da União Europeia no âmbito do Sistema de Incentivos SI Qualificação e Internacionalização.

A EquadorTotal Unipessoal, foi fundada em dezembro de 2017, sendo ainda uma Start Up procura desde já oferecer um serviço de excelência aos seus clientes. A Equador presta serviços na área de design de comunicação visual, publicidade, conceção, desenvolvimento e materialização de campanhas publicitárias, promoção, animação, relações públicas, consultoria na área da comunicação, comercialização de espaço e tempo publicitário, produção de conteúdos e suportes digitais, produção gráfica, design industrial, design de

ambiente, arquitetura de interiores, e produção de eventos e comercialização de marcas e produtos relacionados com a atividade de comunicação.

A sociedade destaca-se pela larga experiência e know-how dos seus profissionais sendo que muitos derivam da Brandia, sendo reconhecido mérito a trabalhos outrora executados pelos mesmos na área de atividade da empresa.

Apresentou um projeto ao sistema de incentivos Portugal 2020 Internacionalização, visando internacionalizar os seus serviços.

É inquestionável o contributo do presente projeto para um fator dinâmico da competitividade: a Internacionalização.

Para tal, a sociedade irá realizar um conjunto de ações em mercados, onde pretende iniciar e reforçar o seu processo de internacionalização, de forma a dar a conhecer os seus serviços, com o objetivo de captar novos clientes.

Os mercados são o Brasil, Rússia, Espanha, África do Sul, Angola, Moçambique, Gana e Egito.

A estratégia de promoção nestes mercados assenta num conjunto de ações, designadamente elaboração de um plano de marketing, estudo de mercado, plano de comunicação, realização de ações de marketing digital, produção de material promocional e material de exposição, criação de um website, vídeo corporativo e catálogo digital, executar ações de prospeção, participar em seminários promocionais e por fim a contratação de um Técnico Oficial de Contas e um Técnico Comercial.

Todos estes investimentos, imprimem uma competitividade irrefutável na sociedade.