

CENTRO 20
20

PORTUGAL
2020



Designação do projeto | WEDOPHARMA WORLDWIDE
Código do projeto | CENTRO-02-0752-FEDER-020400
Objetivo principal | REFORÇAR A COMPETITIVIDADE DAS PME
Região de intervenção | CENTRO
Entidade beneficiária | EVASION CHAPTERS, LDA

Data de aprovação | 23-11-2016
Data de início | 01-01-2017
Data de prorrogação | 31-12-2019
Data de conclusão | 31-12-2018
Custo total elegível | 417.405,00
Apoio financeiro da União Europeia | 187.832,25
Apoio financeiro público nacional/regional | Não aplicável

OBJETIVOS

A EVASION CHAPTERS, tem por objetivo ser uma empresa global de tecnologia para serviços do negócio digital B2B no mercado farmacêutico, líder em criação de valor, inovação e sustentabilidade, ambicionando até 2021 torna-se na maior empresa da área.

ATIVIDADES

A atividade da EVASION CHAPTERS consiste na disponibilização de uma plataforma digital que oferece soluções integradas de negócio B2B na comercialização e formação no mercado Farmacêutico na procura constante de encontrar o equilíbrio num ecossistema empresarial bastante competitivo.

RESULTADOS ESPERADOS/ATINGIDOS

O presente Projeto de Internacionalização tem permitido à EVASION CHAPTERS promover a sua oferta de serviços no mercado externo através da participação em feiras, realização de viagens de promoção/prospeção e implementação de estratégias de marketing.

A promoção da atividade da empresa a nível internacional tem permitido angariar um maior número de clientes ao promover a sua oferta além-fronteiras.

DESCRIÇÃO DO PROJETO, COM EVENTUAL MONITORIZAÇÃO DO NÍVEL DE EXECUÇÃO

O principal objetivo do presente projeto de investimento é dotar a EVASION CHAPTERS de fatores de competitividade, de forma, a que tal permita efetuar uma diferenciação face às demais empresas do setor e paralelamente obter maior notoriedade nos mercados-alvo.

As ações a implementar estão estruturadas no domínio da internacionalização, em que a EVASION CHAPTERS pretende potenciar e explorar novos mercados.

A EVASION CHAPTERS no âmbito da sua estratégia e numa fase preliminar efetuou um amplo estudo ao mercado, sendo que Portugal é claramente um mercado de teste, sendo a partir daqui extrapolável pelo presente projeto a outros mercados externos.

A seleção dos mercados externos teve em consideração as semelhanças com o mercado nacional, quer na sua forma e laboração, e demais regulamentação. Esta abordagem será efetuada de uma forma escalonada, sendo previsível que o mercado angolano ou espanhol sejam os primeiros na escala de prioridades, por ser aquele que mais semelhanças tem com Portugal.

A seleção dos mercados alvo deste projeto teve em linha de conta a exploração de novas oportunidades de negócio.

Pretende-se estabelecer um conjunto integrado de ações, como seja, feiras sectoriais, ações de prospeção e contacto direto com parceiros e clientes que visem a disseminação dos produtos/serviços da empresa.

Pretende-se, desta forma, posicionar a oferta e imagem da empresa no exterior, contribuindo para o aumento da notoriedade da marca, captação de novos clientes e consequente potenciando o volume de negócios.

Até à presente data, a empresa apresenta uma taxa de execução de 15,55% face ao projeto de internacionalização