



Designação do projeto | Commodities - Investimento do futuro

Código do projeto | ALT20-01-0752-FEDER-013025

Objetivo principal | Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas

Região de intervenção | Alentejo

Entidade beneficiária | IONCP, LDA

Data da aprovação | 2016-01-14

Data de início | 2015-12-17

Data de conclusão | 2017-12-16

Custo total elegível | 335.496,09 EUR

Apoio financeiro da União Europeia | FEDER – 150.973,24 EUR

Apoio financeiro público nacional/regional |

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 IONCP, LDA foi criada em 2014 com sede em Santarém e tem como área de atuação a intermediação da comercialização de commodities, bem como a prestação de serviços de consultoria especializados. A empresa comercializa produtos de diversos setores de atividades, destacando-se, combustíveis, gás natural comprimido, hidrogénio, açúcar, cereais, alimentos para consumo animal e para consumo humano e soft commodities.

Tendo em conta a sua estratégia, a médio e longo prazo, a empresa apresentou um projeto ao sistema de incentivos, no âmbito do programa Portugal 2020 Internacionalização, com o objetivo de apoiar a sua estratégia de internacionalização.



A empresa ainda não tem qualquer atividade nos mercados externos, tendo por isso como principais clientes allocation holders das petrolíferas, companhias de aviação, grandes armadores e exércitos, no mercado nacional.

Com o atual projeto de internacionalização, o promotor pretende que o mercado internacional tenha um peso na sua estrutura de vendas, de 100%. Isto será conseguido através da entrada em sete mercados externos, Angola, Brasil, Cabo Verde, Timor Leste, Guiné-Bissau, São Tomé e Príncipe e Moçambique.

O plano de investimentos, para o atual projeto de internacionalização, contempla ações como a participação da empresa em feiras internacionais, ações de prospeção e captação de novos clientes nos sete mercados onde a empresa pretende vir a ter volume de negócios; aposta no Marketing internacional, realizando estudos de mercado nos diferentes mercados externos, criando um plano de marketing e apostando no marketing digital.

Em suma, com a realização deste projeto, os investimentos a realizar não irão alterar o posicionamento da empresa na sua cadeia de valor, mas terão como objetivo aumentar a competitividade, permitindo-lhe essencialmente fortalecer a fase da comercialização dos produtos produzidos para os mercados internacionais.