Designação do projeto I Qualificação da Actividade da Empresa
Código do projeto I NORTE-02-0853-FEDER-013819
Objetivo principal I Reforçar a competitividade das PME
Região de intervenção I Guimarães
Entidade beneficiária I Pitágoras – Arquitectura e Engenharia Integradas, Lda

Data de aprovação I 18-02-2016
Data de conclusão I 30-09-2017
Data de início I 11-04-2016
Custo total elegível I €68.015,00
Apoio financeiro da União Europeia I FEDER - €30.606,75

Objetivos, atividades e resultados esperados I O objetivo fundamental deste projeto passa pelo reforço da componente tecnológica e inovação em que assenta a atividade da empresa, através da introdução de novos processos que suportam a sua progressão na cadeia de valor e o reforço da sua orientação para mercados internacionais. A empresa e o projeto visam o aumento do valor acrescentado dos serviços prestados, reforçar o controlo sobre a cadeia de valor, promover a inovação nas tecnologias e fortalecer a capacidade de criação de valor, nomeadamente através da melhoria das suas capacidades estratégicas e de gestão competitiva, redes modernas de unificação dos vários mercados onde se insere e utilização de TICs.

Designação do projeto | Projeto Internacionalização Pitágoras
Código do projeto | NORTE-02-0752-FEDER-012676
Objetivo principal | Reforçar a Competitividade das PME's
Região de intervenção | Norte
Entidade beneficiária | Pitágoras – Arquitectura e Engenharia Integradas, Lda

Data de aprovação | 2016-02-22
Data de início | 2016-01-01
Data de conclusão | 2017-12-31
Custo total elegível | 811.502,52
Apoio financeiro da União Europeia | 364.141,13

O projeto tem como objetivo último a solidificação da empresa como um todo, para que se criem todas as condições necessárias para que esta possa caminhar com sucesso no processo de internacionalização. Desta forma, a empresa planeia um crescimento em termos qualitativos, virado para os agentes internos e externos, passando desde logo pela aposta no aumento do reconhecimento e notoriedade da empresa (através de ações concertadas que materializarão não só em iniciativas de marketing outbound como inbound), e pela fomentação das exportações em mercados que poderão ser uma mais-valia para a empresa e para a região.