

**Designação do projeto** | CRIAM – INTERNACIONALIZAÇÃO DE UM NOVO DISPOSITIVO MÉDICO

**Código do projeto** | NORTE-02-0752-FEDER-024708

**Objetivo principal** | REFORÇAR A COMPETITIVIDADE DAS PME

**Região de intervenção** | NORTE

**Entidade beneficiária** | CRIAMKNOWLEDGE, LDA

**Data de aprovação** | 24-07-2017

**Data de início** | 01-11-2016

**Data de conclusão** | 31-10-2018

**Custo total elegível** | 344.905,00

**Apoio financeiro da União Europeia** | FEDER 155.207,25

**Apoio financeiro público nacional/regional** | Não aplicável

## **OBJETIVOS**

A CRIAM tem como objetivo investir na melhoria contínua e inovação do seu produto, fazendo assim a diferença no mercado e no setor das tecnologias aplicadas à medicina.

## **ATIVIDADES**

A CRIAM atua na área biomédica que desenvolveu uma solução médica portátil que identifica o tipo de sangue em 3 minutos. Este dispositivo tem ainda como objetivo identificar no espaço de poucos minutos doenças como: HIV, Sífilis, Mononucleose, Meningite, Febre da Carraça, entre outras.

## **RESULTADOS ESPERADOS/ATINGIDOS**

O presente Projeto de Internacionalização tem permitido à CRIAM promover a sua oferta de serviços no mercado externo através da participação em feiras do setor, realização de viagens de promoção/prospecção 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 de dotar a CRIAM de fatores de competitividade, de forma, a que tal permita efetuar uma diferenciação face às demais empresas do sector, nos produtos/serviços em que há concorrência direta, e paralelamente obter ganhos de produtividade.

As ações que irão ser implementadas estão estruturadas no domínio da internacionalização, em que a CRIAM pretende potenciar e explorar novos mercados nos seguintes países: EUA, EUROPA (Alemanha, Espanha, SINGAPURA e BRASIL).

De entre os objetivos que a empresa preconizou para a sua estratégia de internacionalização, é de salientar o aproveitamento de novas oportunidades em mercados de elevado potencial nos segmentos nos quais podem ser utilizados o portfólio de produtos e serviços da empresa.

Por outro lado, pretende-se aproveitar um conjunto de oportunidades beneficiadas pela imagem do país no exterior, pela oferta de produtos tecnológicos de notória qualidade.

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 promoção e contacto direto com parceiros e clientes que visem a disseminação da oferta 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, o projeto encontra-se executado em 29,32%

