

Promotor

FACULDADE DE ECONOMIA DA UNIVERSIDADE DO PORTO - ENTIDADE QUALIFICADA

Nº Candidato 1716

VALE - INOVAÇÃO

Área de Qualificação

1 Organização e gestão e tecnologias de informação e comunicação;

(TIC) — introdução de novos modelos ou novas filosofias de organização do trabalho, reforço das capacidades de gestão, introdução de TIC, redesenho e melhorias de *layout*, acções de *benchmarking*

2 Desenvolvimento e engenharia de produtos, serviços e processos

Melhoria das capacidades de desenvolvimento de produtos, processos e serviços, designadamente pela criação ou reforço das capacidades laboratoriais;

3 I&DT e transferência de tecnologia

4 Propriedade Industrial

Formulação de pedidos de patentes, modelos de utilidade e desenhos ou modelos, nacionais, no estrangeiro pela via directa nas administrações nacionais, comunitários, europeus e internacionais;

6 Comercialização e marketing

Reforço das capacidades de comercialização, marketing, distribuição e logística;

7 Economia digital

Criação e ou adequação da infra-estrutura interna de suporte com vista à inserção da PME na economia digital e à melhoria dos modelos de negócios com base numa presença mais efectiva na economia digital que permitam a concretização de processos de negócios desmaterializados com clientes e fornecedores através da utilização das TIC;

8 Qualidade

Certificação, no âmbito do Sistema Português da Qualidade (SPQ), de sistemas de gestão da qualidade, certificação de produtos e serviços com obtenção de marcas bem como a implementação de sistemas de gestão pela qualidade total;

9 Ambiente

Investimentos associados a controlo de emissões, auditorias ambientais, gestão de resíduos, redução de ruído, gestão eficiente de água, introdução de tecnologias eco - eficientes, bem como certificação, no âmbito do SPQ, de sistemas de gestão ambiental, obtenção do rótulo ecológico, Sistema de Eco -Gestão e Auditoria (EMAS);

10 Diversificação e eficiência energética

Aumento da eficiência energética e diversificação das fontes de energia com base na utilização de recursos renováveis;

11 Internacionalização

Conhecimento de mercados, desenvolvimento e promoção internacional de marcas, prospecção, e presença em mercados internacionais, com exclusão da criação de redes de comercialização no exterior, e promoção e marketing internacional;