



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Designação do projeto | UHB – A solução universal para as necessidades de saúde em viagem

Código do projeto | LISBOA-02-0752-FEDER-038058

Objetivo principal | REFORÇAR A COMPETITIVIDADE DAS PME

Região de intervenção | LISBOA

Entidade beneficiária | UHB – UNIVERSAL HEALTH BOOKING, LDA

Data de aprovação | 2018-08-21

Data de início | 2018-07-16

Data de conclusão | 2022-07-15

Custo total elegível | 415.005,00

Apoio financeiro da União Europeia | 166.002,00 através do fundo FEDER

Apoio financeiro público nacional/regional | Não aplicável

OBJETIVOS

A UHB tem por objetivo ser a Aplicação essencial de Saúde para os viajantes de, e em todo o mundo, com foco na rapidez na resolução de um problema clínico com base na sua localização (georreferenciação).

ATIVIDADES

A atividade da UHB consiste no desenvolvimento e comercialização de uma app na área da saúde direcionada para viajantes de qualquer parte do mundo.

A presente aplicação permite selecionar um médico na especialidade desejada com fluência de uma língua que ambos dominem em comum.

RESULTADOS ESPERADOS/ATINGIDOS

O presente Projeto de Internacionalização permitiu à UHB promover a sua atividade no mercado internacional através da implementação de uma sólida estratégia de marketing, graças à qual foi possível angariar um maior número de clientes e promover a oferta da empresa além-fronteiras.

DESCRIÇÃO DO PROJETO, COM EVENTUAL MONITORIZAÇÃO DO NÍVEL DE EXECUÇÃO

O grande pilar da UHB desde a sua fundação tem sido a IDT de metodologias de comunicação que têm por objetivo potenciar os produtos e serviços próprios através de inovações que permitam atender e antecipar as necessidades e expectativas dos clientes, e, por conseguinte, obter uma quota de mercado significativa.

O plano de internacionalização da UHB assentou na implementação de uma estratégia comercial que visava a construção de um forte posicionamento de mercado internacional na área dos cuidados de saúde em viagem, assente nos seguintes eixos:

1. Disseminação e Ecosistema;
2. Plano de Marketing de Internacionalização;
3. Canais de Venda

O objetivo deste plano de internacionalização visava acelerar a criação de notoriedade da marca e a curva de penetração no mercado, garantindo uma rápida afirmação e implantação no mercado de prestação de cuidados de saúde, tirando o máximo partido das vantagens do nosso produto.

No decorrer da execução do projeto foram abordados os seguintes mercados: Portugal, Espanha, França, Reino Unido e Alemanha. Numa fase posterior: Turquia, Grécia, Brasil e México.

No entanto, a abordagem comercial nos primeiros anos (2018/19) teve uma abrangência essencialmente europeia, assentando na construção de uma posição de mercado junto de clientes de proximidade com possibilidade de contacto mais facilitada.

O presente Projeto de Internacionalização encontra-se executado em 36%.