

Designação do projeto | Internacionalização da CSV

Código do projeto | ALT20-01-0752-FEDER-020435

Objetivo principal | Reforçar a competitividade das PME

Região de intervenção | Alentejo

Entidade beneficiária | PORTEE - IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO, LDA

Data da aprovação | 2016-09-07

Data de início | 2016-10-01

Data de conclusão | 2018-09-30

Custo total elegível | 754.105,00 €

Apoio financeiro da União Europeia | 339.347,25 €

Objetivos, atividades e resultados esperados:

A PORTEE - IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO, LDA é uma empresa que se dedica à comercialização de produtos certificados e tipicamente portugueses, como vinhos, azeite, queijos, compotas, mel, enchidos, entre outros. O cliente alvo da empresa é aquele que procura produtos de elevada qualidade e excelência e que possui um elevado poder de compra, nomeadamente clientes internacionais que realizem compras online ou através de aplicações móveis.

Os principais objetivos da empresa consistem em apostar de forma continua no processo de internacionalização, aumentando o volume de negócios e atingindo uma taxa de exportação de 75% no ano pós-projeto. Oferecer produtos diferenciadores da concorrência, desenvolvendo uma relação de confiança com os seus stakeholders. Deste modo, com o presente projeto de internacionalização, a CSV, pretende assumir uma estratégia de diversificação, através da entrada com novos produtos, como vinhos, azeite,

queijos, mel, compotas e enchidos, tipicamente portugueses, em novos mercados, como Espanha, Reino Unido, China, Japão, Emiratos Árabes Unidos, Finlândia, Canadá, e Azerbaijão

Para ir de encontro com a estratégia anteriormente referida, a empresa irá investir em:

- Conhecimento de mercados externos (Feiras/Exposições): Participação em nove feiras de referência internacional e em todos os mercados-alvo, nomeadamente, Fenavin em Espanha, Spirit of Christmas e Speciality & Fine Food Fair no Reino Unido, FHC na China, Wine & Gourmet no Japão, Gulfood Show nos Emiratos Árabes Unidos, Wine Food & Good Living na Finlândia, Gourmet Food & Wine Expo no Canadá e Workdfood Azerbaijan no Azerbaijão, a fim de captar novos clientes internacionais;
- Presença na web, através da economia digital: Desenvolvimento de uma plataforma de comércio digital multilíngue para divulgação e vendas dos serviços e produtos tradicionais;
- Desenvolvimento e promoção internacional de marcas (Ações de promoção): Realização de ações de promoção junto de clientes estrangeiros, nomeadamente Acção de Promoção dos Produtos Regionais em Portugal, para apresentar a empresa e os seus produtos ao mercado internacional;
- Prospeção e presença em mercados internacionais (Prospeção e captação de novos clientes): Realização estudos de mercado para todos os mercados onde a empresa se pretende inserir, para contribuir para um melhor planeamento da estratégia de promoção e distribuição dos produtos tradicionais;
- Marketing internacional: Desenvolvimento de um plano de marketing internacional e análise de viabilidade, de forma a desenvolver uma estratégia de internacionalização;
- Introdução de novo método de organização nas práticas comerciais ou nas relações externas: Contratação de dois recursos humanos qualificados na área comercial/marketing para dar apoio à implementação do projeto através da preparação e realização de ações de promoção, e consequentemente assegurar o crescimento sustentado da empresa.