

DESIGNAÇÃO DO PROJETO | Internacionalização da empresa

CÓDIGO DO PROJETO | Centro - 02 - 0752 - FEDER - 019700

OBJETIVO PRINCIPAL | Posicionar a empresa no mercado externo

REGIÃO DE INTERVENÇÃO | Região Centro

ENTIDADE BENEFICIÁRIA | O Abrigo da Passarela, Lda.

DATA DE APROVAÇÃO | 03-11-2016

DATA DE INÍCIO | 11-04-2016

DATA DE CONCLUSÃO | 10-04-2018

CUSTO TOTAL ELEGÍVEL | 222.639,37 EUR

APOIO FINANCEIRO DA UNIÃO EUROPEIA | 100.187,72 EUR

APOIO FINANCEIRO PÚBLICO NACIONAL | N/A

OBJETIVOS, ATIVIDADES E RESULTADOS ESPERADOS/ATINGIDOS

O projeto tem como objetivo aumentar as exportações de vinhos através de um maior posicionamento no mercado externo. As ações a desenvolver com o projeto, nomeadamente a participação em feiras e concursos vínicos de renome internacional, prospeção de mercados na União Europeia, na América do Sul e do Norte e em países asiáticos, serão fundamentais para a comercialização e posicionamento dos vinhos com as marcas Villa Oliveira e Casa da Passarela. Com os investimentos previstos espera-se posicionar a empresa nos mercados do Canadá, EUA, Brasil, Reino Unido, Alemanha, Bélgica, Suíça, Coreia do Sul, Japão, Hong Kong e Singapura.





Designação do Projeto: Novas práticas de vendas através da economia digital para consolidação do processo de internacionalização.

Código do Projeto: CENTRO-02-0752-FEDER-071057

Objetivo Principal: Consolidar a Empresa no Mercado Externo

Região de Intervenção: Região Centro

Entidade Beneficiária: O ABRIGO DA PASSARELA, LDA

Data de Aprovação: 16/12/2020

Data de Início: 30/08/2020

Data de Conclusão: 29/08/2022

Custo Total Elegível: 294.250,00 Euros

Apoio Financeiro da União Europeia: 132.412,50 Euros

Apoio Financeiro Público Nacional: N/A

Objetivos, atividades e resultados esperados/atingidos: Com o presente projeto pretende-se um reforço do processo de internacionalização, de forma a consolidar os mercados existentes, aumentar o volume de transações e fazer a prospeção de novos mercados com potencial de consumo de vinho.

A Abrigo da Passarela pretende constituir uma verdadeira relação de parceria não apenas em termos económicos mas também sociais com os principais *players* de mercado internacional, delineando e aprofundando uma estratégia de marketing digital e relacional, permanentemente adequada às constantes evoluções do mercado. Pretende-se com esta estratégia captar novos clientes, como também fidelizar os já existentes, dando continuidade aos resultados que a empresa tem vindo a alcançar nos mercados externos onde está posicionada.