

Cofinanciado por:



SI Internacionalização PME

Designação do projeto: Devotion - Qualificação dos novos produtos e expansão internacional

Código do Projeto: CENTRO-02-0752-FEDER-021631

Objetivo Principal: Reforçar a competitividade das PME

Entidade Beneficiária: DIRECTDIALOGUE, UNIPESSOAL, LDA.

Data de Aprovação: 03-11-2016

Data de Início: 15-08-2016

Data de Conclusão: 14-08-208

Custo Total Elegível: 250.170,00 Euros

Apoio Financeiro da União Europeia: 112.576,50 FEDER

A DIRECTDIALOGUE, UNIPESSOAL, LDA. foi constituída em Junho de 2013, dedicando-se principalmente à comercialização do azeite português oriundo de pequenos produtores, utilizando para o efeito a marca própria Devotion. Aquando da sua constituição, a empresa tinha também por objeto a venda de vinho, conservas e pedras ornamentais de origem portuguesa. No entanto, devido a dificuldades sentidas na comercialização das pedras ornamentais e dos vinhos, o promotor optou por se especializar nos bens alimentares, com ênfase no azeite.

A nível internacional, os clientes da empresa incluem agentes, distribuidores e revendedores, destinando-se o produto ao consumidor final situado nos segmentos alto e médio-alto. A nível nacional encontram-se entre os clientes as lojas A Vida Portuguesa, lojas em aeroportos e um distribuidor que abrange uma vasta parte do território nacional.

A nível internacional, os clientes da empresa incluem agentes, distribuidores e revendedores, destinando-se o produto ao consumidor final situado nos segmentos alto e médio-alto. A nível nacional encontram-se entre os clientes as lojas A Vida Portuguesa, lojas em aeroportos e um distribuidor que abrange uma vasta parte do território nacional.

Tendo por missão a expansão internacional da sua atividade sob marca própria, a empresa visa alcançar um VN total acima de €390,000.00 no ano pós projeto e apresentar no mesmo período uma quota de exportação de aproximadamente 72%. Nesse sentido, o promotor tem como objetivo penetrar 10 novos mercados (Alemanha, Áustria, Canadá, Catar, Emirados Árabes Unidos, Países Baixos, Polónia, Reino Unido, Suécia e Suíça) e lançar novos produtos, entre os quais azeite biológico, diferentes variações de azeite aromatizado, vinagres, azeitona e derivados e biscoitos de azeite.

A fim de pôr em prática a abordagem visada ao nível da internacionalização e alcançar os objetivos previamente definidos, a entidade visa executar ações enquadradas nas seguintes tipologias da operação:

- Presença na web, através da economia digital através do investimento num website totalmente renovado mais intuitivo e user-friendly, com novos idiomas e com ferramentas de SEO;
- Marketing internacional nomeadamente com o desenvolvimento de um Plano de Marketing Internacional e de um Estudo de Viabilidade Económico-Financeiro e a conceção de catálogos promocionais multilingues;
- Introdução de novo método de organização nas práticas comerciais ou nas relações externas com a contratação de um técnico qualificado responsável pela execução de funções na formulação e aplicação da estratégia de internacionalização;
- Certificações específicas para os mercados externos: obtenção de certificações específicas a certos segmentos de mercado (Halal, Kosher e biológico), potenciando a penetração desses segmentos, antes inacessíveis.

Com o presente projeto, a empresa prevê passar de um VN Internacional de €29,520.62 no ano pré projeto para €280,721.02 no ano pós projeto.