

**Designação do Projeto:** Porto Union +3

**Código do Projeto:** NORTE-02-0752-FEDER-071244

**Objetivos principais:**

- Melhorar o posicionamento externo da marca Umbrella Porto Union como distribuidor de referência dos produtos agroalimentares nacionais;
- Melhorar a capacidade de penetração do setor agroalimentar em mercados externos;
- Promover a diversificação para mercados e canais de maior valor ou maior sofisticação;
- Adaptar os produtos agroalimentares aos gostos e preferências dos mercados de destino, em particular em termos organoléticos, imagem e linguagem;
- Qualificar os canais de divulgação dos produtos agroalimentares, em particular os canais online.

**Região de Intervenção:** Norte

**Entidade Beneficiária:** PORTO UNION, LDA.

**Data de Aprovação:** 23 de Dezembro de 2020

**Data de Início do Projeto:** 24 de Fevereiro de 2021

**Data de Conclusão do Projeto:** 30 de Junho de 2023

**Custo total elegível:** EUR 325 387,50

**Apoio financeiro da União Europeia:**  
**FEDER** EUR 146 424,38

**Descrição do Projeto:** A Porto Union desenvolve a sua atividade num setor com um elevado grau de competitividade e concorrência, pelo que um dos fatores críticos de sucesso passa pela excelência da mão de obra, de forma a promover a notoriedade da Marca e, neste sentido, pela presença e conhecimento dos mercados externos.

A Empresa, de acordo com a sua estratégia de crescimento, pretende adotar uma estratégia integrada e inovadora no seu processo de internacionalização e abordagem aos mercados.

Os investimentos planeados permitem potenciar as forças devidamente identificadas da Porto Union, permitindo-lhe explorar as oportunidades de mercado identificadas e fazer face às lacunas atuais da empresa, permitindo-lhe implementar a estratégia que tem vindo a ser planeada e implementada com os recursos limitados disponíveis.

Assim, foram planeadas ações nas seguintes tipologias:

- Conhecimento de mercados externos
- Desenvolvimento e promoção internacional de marcas;
- Presença na web;
- Prospecção e presença em mercados internacionais;
- Marketing internacional.

Os investimentos nas áreas acima identificadas permitem a valorização dos fatores imateriais de competitividade, através de ações de prospecção e presença em mercados internacionais e introdução de novos métodos organizacionais, permitindo elevados ganhos de notoriedade nos mercados internacionais, que se traduzem num posicionamento superior da sua oferta nestes mercados.

Por outro lado, os investimentos delineados permitem ainda o aumento da qualificação dos ativos da empresa, através do reforço da equipa pela contratação de recursos altamente qualificados, bem como pela aposta na formação.

Este projeto permite uma clara aposta na inovação e internacionalização, através do desenvolvimento de soluções e serviços que incorporam fortes conhecimentos técnicos, experiência e know-how.