

Código de Projeto: POCI-02-0752-FEDER-019852

Designação do Projeto: GLEC - GL Exportar para crescer

Objetivo Principal: Com a implementação do GLEC a GLSA pretende adotar uma posição comercial mais ativa, que permita também abordar e angariar diretamente outros clientes e onde possa experienciar um maior controlo sobre as margens, ganhar massa crítica e aumentar a sua notoriedade internacionalmente.

Entidade Beneficiária: G.L. – Importação e Exportação, S.A.

Região de Intervenção: Alentejo

Data de Aprovação: 02 de maio de 2017

Data de Início: 29 de abril de 2016

Data de Conclusão: 28 de abril de 2018

Objetivos, atividades e resultados esperados

Este projeto de internacionalização agrega inúmeras iniciativas e investimentos de caráter disruptivo que permitirão alcançar o posicionamento pretendido. De entre eles salientam-se: a prospeção a novos mercados, a participação, pela primeira vez, em determinados certames, contando com o apoio de consultores especializados e a contratação de serviços de consultoria especializada para realização de intensas ações de prospeção nos mercados Inglaterra, Alemanha e Irlanda, por exemplo.

A estratégia da promotora passa pela entrada em novos mercados que manifestam elevado poder de compra, na consolidação e expansão nos mercados que têm vindo a demonstrar elevado potencial e onde já goza de uma rede de contatos e na replicação de modelos de negócio de sucesso em mercados próximos e culturalmente semelhantes entre si e ainda delinear um modelo de negócio ganhador em mercados onde ainda não tem uma presença relevante, mas que demonstram elevado potencial e receptividade aos produtos GLSA.

Custo Total Elegível: 729 426,88€

Financiamento Portugal 2020 (FEDER): 328 242,10€

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Código de Projeto: POCI-02-0853-FEDER-034755

Designação do Projeto: Q+C - Qualificar para Mais Crescer

Objetivo Principal: Com as redes sociais e o mundo digital a tomarem um peso crescente na decisão de compra do consumidor a GLSA considerou fundamental a aposta numa estratégia digital para reforçar o seu reconhecimento nacional e internacional, enquanto marca de sumos de fruta de excelência.

Entidade Beneficiária: G.L. – Importação e Exportação, S.A.

Região de Intervenção: Alentejo

Data de Aprovação: 15 de março de 2018

Data de Início: 01 de novembro de 2017

Data de Conclusão: 31 de outubro de 2019

Objetivos, atividades e resultados esperados

A dinamização da marca online é cada vez mais uma premissa para o crescimento de qualquer empresa, independentemente da sua localização geográfica. Estando presente em inúmeras feiras e certames internacionais, esta necessidade já havia sido identificada pela promotora, motivo pelo qual se desenhou o presente projeto, focado no digital e cujo objetivo é mudar toda a forma de comunicação existente até à data, dando-se um salto qualitativo e estratégico na comunicação com o consumidor. Note-se, uma vez mais o pioneirismo da GLSA, que, com a execução deste projeto estará mais próxima de qualquer consumidor aquando da sua decisão de compra, quer seja online quer em espaços físicos.

Estando a aposta de internacionalização muito focada em países com elevado *pib per capita* e pela participação em certames, para que o consumidor tenha a oportunidade de saborear os produtos, a GLSA tem vindo a constatar mudanças na procura assim como um padrão específico de participação nestes certames, o que, sendo muito importante para o seu crescimento, exclui alguns públicos, onde, garantidamente, existiram oportunidades.

Face a este contexto e às dinâmicas de mudança globais, surgiu o Qualificar para Mais Crescer, que visa dotar a GLSA de novas competências e ferramentas para alavancar, monitorizar e melhorar a sua comunicação online com os seus consumidores.

Custo Total Elegível: 350 253,00€

Financiamento Portugal 2020 (FEDER): 157 613,85€

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Código de Projeto: POCI-02-0752-FEDER-042122

Designação do Projeto: 4S | Sumos, sandes, snacks e salada - Consolidar e expandir internacionalmente

Objetivo Principal: O projeto 4S tem por objetivo consolidar e expandir a marca Sonatural enquanto líder de mercado na Europa e alavancar a marca Snock no segmento de sandes, saladas e snacks, beneficiando da reputação já alcançada pela Sonatural.

Entidade Beneficiária: G.L. – Importação e Exportação, S.A.

Região de Intervenção: Alentejo

Data de Aprovação: 09 de abril de 2019

Data de Início: 01 de novembro de 2018

Data de Conclusão: 31 de outubro de 2020

Objetivos, atividades e resultados esperados

A estratégia delineada procura beneficiar do reconhecimento da Sonatural, introduzindo a Snock nas redes já estabelecidas para os vários canais. Por outro lado, dada a ainda reduzida validade dos produtos Snock, a proximidade geográfica é fundamental, motivo pelo qual a Europa é a grande aposta deste projeto, tanto ao nível da apresentação da nova marca como do reforço da Sonatural procurando-se a liderança em vários dos mercados alvo. Acima de tudo pretende-se consolidar todo o trabalho desenvolvido nos últimos anos, recolher dados e avaliar a entrada nos EUA para que se volte a apostar em novos mercados extracomunitários, de uma forma ainda mais assertiva e ganhadora.

O modelo de implementação do 4S passa assim pela participação em eventos estratégicos ao nível dos visitantes e potenciais parcerias, pela prospeção de novos clientes, cada vez mais assertiva para maximizar o esforço e a rentabilidade das viagens, por uma nova aposta no reforço, promoção e divulgação da marca, utilizando todos os meios disponíveis, tanto físicos como online, pela certificação de alguns produtos, principalmente da Snock, crítico para a sua internacionalização, e ainda pela implementação de novos modelos de negócios que passam pela contratação de dois novos técnicos e pela aquisição de serviços nos países alvo.

Custo Total Elegível: 645 537,50€

Financiamento Portugal 2020 (FEDER): 290 401,88€

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional