



**Designação do projeto** | Internacionalizar Vinisol - Desenvolvimento e aplicação de novo modelo empresarial para a internacionalização

**Código do projeto** | ALT20-01-0752-FEDER-012973

**Objetivo principal** | Reforçar a Competitividade das Pequenas e Médias Empresas

**Região de intervenção** | Alentejo

**Entidade beneficiária** | Vinisol – Sociedade Vinícola do Ribatejo, Lda.

**Data da aprovação** | 2015-12-28

**Data de início** | 2016-03-01

**Data de conclusão** | 2018-03-01

**Custo total elegível** | 367.394,37 Euro

**Apoio financeiro da União Europeia** | 165.327,47 Euro

**Apoio financeiro público nacional/regional** | FEDER

### **Objetivos, atividades e resultados esperados**

A Vinisol – Sociedade Vinícola do Ribatejo, Lda., constituída em 1981, tem como ramo de atividade a destilação de vinhos e subprodutos vínicos para a obtenção de aguardente vínica de alta qualidade e excelência. Em 2012 as suas instalações foram modernizadas de modo a utilizar a tecnologia mais moderna no seu processo de produção. A empresa detém a certificação segundo a Norma ISSO 9001 e a HACCP (cumprimento de normas de qualidade e higiene alimentar).

A aguardente produzida faz parte da produção de vinhos do Porto e Moscatel, assim como, outros produtos licorosos, sendo os seus principais clientes as empresas líderes na produção de vinho.



Os principais objetivos que a empresa pretende ver alcançados com o incremento do plano de internacionalização são, nomeadamente, os seguintes:

- Afirmar a sua presença a nível internacional;
- Aumentar o seu Volume de Negócios através das exportações;
- Apostar num produto inovador;
- Crescimento da competitividade.

De modo a atingir os objetivos supracitados a Vinisol inclui no seu plano de internacionalização as seguintes ações de investimento:

- Conhecimento de mercados externos (Feiras/Exposições)
- Desenvolvimento e promoção internacional de marcas (Ações de promoção)
- Prospeção e presença em mercados internacionais (Prospeção e captação de novos clientes)
- Marketing internacional: Contratação de serviços especializados de marketing e publicidade
- Introdução de novo método de organização nas práticas comerciais ou nas relações externas

Qualificar a empresa através da contratação de recursos humanos qualificados para dar suporte à área comercial/marketing e com responsabilidades ao nível das ações de investimento, incluídas no plano de internacionalização.