

Designação do projeto: Intensificação das Exportações

Código do projeto: CENTRO-02-0752-FEDER-019673

Objetivo principal: Reforçar a competitividade das PME

Região de intervenção: Centro

Entidade beneficiária: UDACA-UNIÃO DAS ADEGAS COOPERATIVAS DO DÃO UNIÃO DE COOPERATIVAS DE RESPONSABILIDADE LIMITADA

Data de aprovação: 03-11-2016

Data de início: 08-04-2016

Data de conclusão: 30-06-2018

Custo total elegível: 95.691,88€

Apoio financeiro da União Europeia: FEDER – 43.061,35€

Objetivos:

A UDACA - UNIÃO DAS ADEGAS COOPERATIVAS DO DÃO, UCRL, fundada em 1964 na região de Viseu, tem como propósito fundamental o engarrafamento e comercialização de vinhos provenientes das Adegas Cooperativas do Dão. Desde a sua fundação, a empresa tem apostado constantemente na renovação e modernização das suas mais diversas áreas (produtiva, comercial, controlo do produto, entre outras). Destaque-se o facto de a empresa ter o seu capital social repartido por 10 adegas da região, sendo que é dessas adegas que adquire toda a matéria-prima.

A UDACA produz e comercializa vinhos tintos, brancos e rosé, sendo que os primeiros representam cerca de 90% do total e os segundos e terceiros somente 10%, entre Regionais, DOC, espumantes e aguardente. A empresa apresenta uma gama vasta e variada de produtos que almeja chegar ao maior número possível de segmentos de mercado e consumidores. Atualmente o promotor já detém 19 marcas próprias registadas a nível nacional, sendo que a nível internacional estão registadas no mercado da China as marcas Adro da Sé + UDACA.

Do que diz respeito ao mercado, a empresa possui já uma série de clientes externos, como ORION, Representações

LA, Lloyd Pascoe, entre outros. Do ponto de vista concorrencial, o promotor somente se refere ao mercado nacional, onde aponta nomes como a Adegas Cooperativas de Silgueiros, a Adegas Cooperativas de Penalva do Castelo, a Adegas Cooperativas de Mangualde, a Dão Sul Global Wines, Lusovini, União Comercial da Beira.

A empresa encontra-se já em vários mercados externos, sendo que esses mesmos mercados representam já 55,43 % do seu Volume de Negócios total (€2,672,447.06) no pré projeto. Numa ótica de pós projeto, e através da entrada em alguns novos mercados como Reino Unido, México ou Coreia do Sul, o Promotor prevê alcançar um Volume de Negócios Internacional de € 2,509,318.16, o que viria a representar 63,48% do seu Volume de Negócios Total.

Como objetivos estratégicos, o Promotor aponta na candidatura alguns pontos, sendo que no âmbito da internacionalização, se destacam os seguintes:

- Consolidar a posição nos mercados externos;
- Utilização ótima dos recursos comerciais e de distribuição;
- Garantir a competitividade da empresa através do reforço das suas vantagens competitivas e competências internas no mercado externo;
- Criar condições para a sustentabilidade da empresa;
- Promover o crescimento da empresa, nomeadamente pela expansão nos mercados externos;
- Criar e reforçar competências em termos de imagem e comunicação através das novas tecnologias de informação;
- Promover e divulgar as suas marcas próprias.

Relativamente às tipologias de ação em que a empresa irá apostar no decorrer do projeto, o promotor sugere os seguintes:

- Conhecimento de mercados externos, através da participação em feiras internacionais relevantes para o setor;
- Desenvolvimento e promoção internacional de marcas, nomeadamente através da participação em concursos internacionais e também com a realização de outros eventos promocionais (provas de vinhos e/ou jantares);
- Prospecção e presença em mercados internacionais, com a realização de algumas ações de prospecção em alguns dos mercados alvo;

CENTRO 20
20

PORTUGAL
2020



UNIÃO EUROPEIA

Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

- Marketing internacional, através de anúncios promocionais em revistas de especialidade e com novos catálogos, folhetos e rótulos;
- Introdução de novo método de organização nas práticas comerciais ou nas relações externas, através da contratação de um técnico qualificado para a área comercial/marketing ficando sobretudo responsável pela implementação e acompanhamento estratégico do processo de internacionalização para os mercados-alvo.