

Designação do Projeto: JGR - trajetórias sólidas e integradas para aumento das exportações

Código do projeto: NORTE-02-0752-FEDER-041438

Objetivo Principal: Reforçar a competitividade das PME

Região de Intervenção: Norte

Entidade beneficiária: JGR, S.A.

Data de aprovação: 2019-04-18

Data de Início: 2018-10-03

Data de conclusão: 2020-09-30

Custo total elegível: 276.820,03 EUR

Apoio financeiro da União Europeia: FEDER: 124.569,01EUR

No âmbito do projeto acima referido, a JGR tem como objetivo reforçar o processo de internacionalização dos seus produtos, representando um impacto substancial na competitividade da empresa, uma vez que consiste numa intervenção abrangente a várias áreas da organização que lhe permitem desenvolver o seu potencial exportador.

No contexto da atuação estratégica da empresa, e de acordo com a sua filosofia inicial, os objetivos específicos traçados são:

- Assegurar intervenções estruturantes que qualifiquem, diferenciem e diversifiquem a atividade, favorecendo a utilização de fatores de natureza dinâmica e imaterial
- Promover uma estratégia sustentada de aproximação aos clientes, atendendo às suas especificidades, apostando numa carteira diversificada (perspetivando-se um crescimento de 5% do n.º de clientes);
- Fortalecer a presença no mercado global, consolidando as vendas para os mercados atuais e conquistando 7 novos mercados: EUA, Moldávia, Hungria, Arménia, Grécia, Ucrânia e China;
- Intensificar a utilização das novas ferramentas de gestão e de tecnologia da informação, apostando no marketing digital como veículo de promoção e vendas;
- Aumentar de forma contínua o VN total e internacional: atingir, em 2021, um VN total de 8.659.061,44€ e VN internacional de 7.996.586,20€, prevendo-se que este represente cerca de 92,35% do VN Total, valores que demonstrem a viabilidade e sustentabilidade financeira da empresa.

A estratégia para o cumprimento destes objetivos passa por adotar as seguintes atividades/ tipologias de investimento:

- Conhecimento de mercados externos (participação em feiras)

- Presença na Web, através da economia digital (Inbound marketing, SEO e SEM; campanhas de e-mail marketing; dinamização de campanhas nas redes sociais e Google adwords; criação e publicação conteúdos e catálogos digitais)
- Desenvolvimento e promoção internacional de marcas (conceção de material promocional)
- Prospecção e presença em mercados internacionais (viagens de prospecção; contratação de agentes externos)
- Marketing internacional (campanhas de marketing nos mercados externos; publicação em revistas da especialidade - vinhos)
- Introdução de novo método de organização nas práticas comerciais ou nas relações externas (Contratação de 1 Técnico de Marketing Digital e Implementação prática novos métodos de gestão encomendas on-line)