



**Designação do projeto** | Criação de um Núcleo de I&D para a geração de novo conhecimento relacionado com a uva de mesa sem grainha Vale da Rosa

**Código do projeto** | ALT20-03-0247-FEDER-024248

**Objetivo principal** | Reforçar a investigação, o desenvolvimento tecnológico e a inovação

**Região de intervenção** | Alentejo

**Entidade beneficiária** | VALE DA ROSA - SOCIEDADE AGRÍCOLA, LDA.

**Data da aprovação** | 2017-07-24

**Data de início** | 2017-09-26

**Data de conclusão** | 2019-09-25

**Custo total elegível** | Euro322.131,10

**Apoio financeiro da União Europeia** | Euro161.065,55 (FEDER)

## Objetivos, atividades e resultados esperados

Com a concretização do presente projeto, a Vale da Rosa pretende constituir um núcleo de I&D tendo em vista a geração de novo conhecimento relacionado com a uva de mesa sem grainha Vale da Rosa.

Pretende-se, assim, dotar a empresa de uma estratégia única de I&D e estruturar e concentrar recursos exclusivamente dedicados ao núcleo, que permitam uma maior eficiência das atividades a desenvolver, bem como uma maior racionalização dos meios disponíveis.

Para o efeito, a Vale da Rosa irá proceder (i) à constituição de um campo experimental de 1 hectare para a realização de testes, ensaios e experiências, (ii) à afetação de 3 técnicos altamente qualificados (incluindo um doutorado), (iii) ao prosseguimento de um plano de atividades e tarefas de I&D perfeitamente delineado e articulado, a concretizar entre janeiro de 2017 e dezembro de 2018, e (iv) à implementação e certificação de um Sistema de Gestão de Investigação, Desenvolvimento e Inovação na empresa, segundo a norma NP4457:2007.

Com esta estrutura, a Vale da Rosa tem como principal objetivo transformar um produto sazonal e de época num produto com um período de comercialização quase constante, a longo prazo, apresentando um plano de atividades com os seguintes principais focos: (i) o desenvolvimento experimental de novas variedades de uva de mesa sem grainha, inovadores no mercado em termos de sabores e formatos, com melhor qualidade e produtividade e que sejam capazes de alargar o período de colheita, (ii) a investigação e desenvolvimento de novas técnicas sustentáveis tendo em vista o aumento de produtividade e qualidade da uva de mesa sem grainha e (iii) a investigação e desenvolvimento de novas tecnologias de conservação pós-colheita de uva de mesa sem grainha através do desenvolvimento de novas técnicas/tecnologias.



**Designação do projeto** | Plano Estratégico de Promoção Internacional da Marca Vale da Rosa 2016-2018: Promover a notoriedade da marca nos mercados externos

**Código do projeto** | ALT20-01-0752-FEDER-021423

**Objetivo principal** | Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas

**Região de intervenção** | Alentejo

**Entidade beneficiária** | VALE DA ROSA - SOCIEDADE AGRÍCOLA, LDA.

**Data da aprovação** | 2016-08-17

**Data de início** | 2016-06-01

**Data de conclusão** | 2018-05-31

**Custo total elegível** | Euro426.802,50

**Apoio financeiro da União Europeia** | Euro192.061,13 (FEDER)

## Objetivos, atividades e resultados esperados

O presente Projeto prevê a concretização de um investimento de aproximadamente Euro 500 mil e apresenta como objetivo (i) aumentar a quota nos mercados internacionais nos quais o preço médio da uva de mesa é superior ou que apresenta maior potencial de crescimento e (ii) promover a entrada em novos mercados. Para o efeito, a Vale da Rosa definiu a realização de um conjunto de investimentos que abrangem as seguintes tipologias:

- Conhecimento de mercados externos (Feiras/Exposições) - Participação em 8 feiras/eventos de âmbito internacional, de elevada importância setorial, as quais servirão, essencialmente, para dar a conhecer a marca Vale da Rosa e os seus produtos, tendo em mente a captação de novos clientes.
- Presença na web, através da economia digital - Aposta na promoção da marca Vale da Rosa e dos seus produtos através da economia digital.
- Desenvolvimento e promoção internacional de marcas (Ações de promoção) - Ações de promoção para divulgação da sua marca e produtos, com o intuito de captar novos clientes no mercado global.
- Prospecção e presença em mercados internacionais (Prospecção e captação de novos clientes) - Ações de prospecção e contacto com potenciais clientes (grossistas, mercados abastecedores e importadores/exportadores do setor frutícola) nos diferentes mercados-alvo externos.
- Introdução de novo método de organização nas práticas comerciais ou nas relações externas - Contratação de 1 novo quadro técnico no âmbito do Projeto em apreço, que assumirá diretamente o apoio a atividades de concretização da estratégia de internacionalização.