



REPÚBLICA
PORTUGUESA



Financiado pela
União Europeia
NextGenerationEU

Designação do Projeto | Internacionalização da Amorim Gerações para o mercado europeu.

Código do Projeto | 19416

Região de Intervenção | Norte

Entidade beneficiária | Amorim Gerações, Lda

Data de aprovação | 24/09/2025

Custo total elegível | 25.184,92 €

Apoio financeiro da União Europeia | 12.500,00 €

Apoio financeiro público nacional/regional | Não Aplicável

Descrição do Projeto:

O projeto de internacionalização da Amorim Gerações visa reforçar a presença da empresa nos mercados europeus, com especial enfoque em Espanha, França e Itália, através da implementação de uma estratégia digital assente no e-commerce e na promoção internacional da sua oferta de vestuário, acessórios de bebé, roupa interior, lingerie e têxteis-lar destinados a revendedores, comerciantes e lojistas.

A iniciativa contempla a renovação da loja online, incluindo a otimização da experiência de utilização (UX), a integração entre a plataforma de comércio eletrónico e o software de faturação, a implementação de ferramentas de automação e interação com clientes, e a aquisição de equipamentos especializados para produção de conteúdos digitais de elevada qualidade. O projeto inclui ainda a afetação de um recurso humano dedicado à gestão da estratégia de internacionalização e das ações de marketing digital, assegurando uma presença online consistente e orientada para os mercados-alvo.

Com este investimento, a Amorim Gerações pretende consolidar a sua presença internacional, aumentar a notoriedade da marca junto de clientes profissionais e

potenciar o crescimento das exportações através dos canais digitais, reforçando simultaneamente a competitividade da empresa no setor do comércio grossista de vestuário e acessórios.

O projeto tem como principais objetivos aumentar a presença internacional da empresa, melhorar a experiência de compra online, otimizar os processos de comercialização digital e expandir a carteira de clientes nos mercados externos, através de uma estratégia integrada de marketing digital e e-commerce.

Ao nível dos resultados, prevê-se a introdução de três novas funcionalidades na loja online, abrangendo a reestruturação da plataforma, a integração com o software de gestão e a otimização da experiência de utilização, bem como a realização de ações de marketing digital direcionadas para três mercados internacionais (Espanha, França e Itália). O projeto prevê ainda atingir 200.000 € de vendas internacionais através dos canais digitais no período pós-projeto, consolidando o crescimento da empresa nos mercados externos.