



UNIÃO EUROPEIA  
Fundo Europeu  
de Desenvolvimento Regional

**Designação do projeto** | PORTUGAL, O NOVO DESTINO DESPORTIVO INTERNACIONAL  
**Código do projeto** | LISBOA-02-0752-FEDER-032924  
**Objetivo principal** | REFORÇAR A COMPETITIVIDADE DAS PME  
**Região de intervenção** | LISBOA  
**Entidade beneficiária** | STREAM PLAN, LDA

**Data de aprovação** | 13-11-2017  
**Data de início** | 01-10-2017  
**Data de conclusão** | 30-09-2019  
**Custo total elegível** | 441.905,00  
**Apoio financeiro da União Europeia** | 176.762,00  
**Apoio financeiro público nacional/regional** | Não aplicável

## OBJETIVOS

A STREAMPLAN, atuando no mercado de incoming, tem por objetivo promover Portugal como um destino de excelência nos principais mercados emissores, valorizando o património material e imaterial de Portugal para a prática desportiva outdoor.

## ATIVIDADES

A atividade da STREAMPLAN consiste na organização de eventos desportivos internacionais, traduzindo as vontades e inspirações dos clientes na produção de eventos de excelência.

## RESULTADOS ESPERADOS/ATINGIDOS

O presente Projeto de Internacionalização tem permitido à STREAMPLAN promover a sua oferta de serviços no mercado externo através da participação em feiras, realização de viagens de promoção/prospecção e implementação de estratégias de marketing.

A promoção da atividade da empresa a nível internacional tem permitido angariar um maior número de clientes ao promover a sua oferta além-fronteiras.

## **DESCRIÇÃO DO PROJETO, COM EVENTUAL MONITORIZAÇÃO DO NÍVEL DE EXECUÇÃO**

O principal objetivo do presente projeto de investimento é dotar a STREAMPLAN de fatores de competitividade, de forma, a que tal permita efetuar uma diferenciação face às demais empresas do setor e paralelamente obter maior notoriedade das provas nos mercados-alvo.

As ações a implementar estão estruturadas no domínio da internacionalização, em que a STREAMPLAN pretende potenciar e explorar novos mercados, sendo que, numa primeira fase, está prevista a liderança pelo mercado do Reino Unido, Alemanha, França e Espanha, e numa segunda fase aumentar quota de mercado no Benelux e Brasil.

De entre os objetivos que a empresa preconizou para a sua estratégia de internacionalização, é de salientar o aproveitamento de novas oportunidades em mercados de elevado potencial nos segmentos identificados: Golfe, Corrida e Cicloturismo.

Por outro lado, pretende-se aproveitar um conjunto de oportunidades beneficiadas pela imagem do país no exterior, principalmente quanto ao setor do turismo, através da oferta de serviços de incoming para eventos desportivos de elevada qualidade.

A seleção dos mercados alvo deste projeto teve em linha de conta a exploração de novas oportunidades de negócio.

Pretende-se estabelecer um conjunto integrado de ações, como seja, feiras sectoriais, ações de prospeção e contacto direto com parceiros e clientes que visem a disseminação dos serviços da empresa.

Pretende-se, desta forma, posicionar a oferta e imagem da empresa no exterior, contribuindo para o aumento da notoriedade da marca, captação de novos clientes e consequente potenciando o volume de negócios.