

## Projeto

**Off-the-Beaten Portugal – Projeto n.º 19.761 –  
Internacionalização via E-commerce**

## Entidade Promotora

**TURIVINHA – TURISMO E LAZER, LDA**

## Descrição

O projeto “Off-the-Beaten Portugal” visa reforçar a estratégia de internacionalização digital da TURIVINHA – TURISMO E LAZER, LDA, através da melhoria da sua presença online e da promoção de experiências turísticas personalizadas, autênticas e sustentáveis em Portugal.

A operação incide na otimização do website, na melhoria da experiência do utilizador, no reforço da visibilidade orgânica e na implementação de ações digitais orientadas para a captação de clientes internacionais, com especial enfoque nos mercados dos Estados Unidos da América e Canadá.

O projeto contempla investimentos em Search Engine Optimization (SEO), melhoria da performance e usabilidade do website, estruturação de conteúdos, reforço da presença digital internacional e introdução de novas funcionalidades orientadas para a conversão de visitantes em leads qualificadas.

Desenvolvido no âmbito do Plano de Recuperação e Resiliência (PRR) e financiado pela União Europeia – NextGenerationEU, o projeto contribui para a transição digital da empresa, reforçando a sua capacidade de internacionalização através de canais digitais e promovendo Portugal como destino turístico autêntico, sustentável e diferenciador.

## **Data de início**

01-10-2025

## **Data de conclusão**

30-06-2026

## **Investimento**

20.800,00 € (vinte mil e oitocentos euros)

## **Financiamento**

Projeto financiado pelo Plano de Recuperação e Resiliência (PRR) e pela União Europeia – NextGenerationEU.

## **Objetivos, atividades e resultados esperados/atingidos**

O projeto “Off-the-Beaten Portugal” tem como objetivo reforçar a presença digital internacional da TURIVINHA – TURISMO E LAZER, LDA, melhorando a sua capacidade de promoção, comunicação e comercialização de experiências turísticas personalizadas junto de clientes internacionais.

Através da execução das atividades previstas, pretende-se melhorar a performance, usabilidade e capacidade de conversão do website, reforçar a visibilidade orgânica da empresa nos mercados externos e estruturar conteúdos digitais adequados aos públicos-alvo internacionais, com foco nos Estados Unidos da América e Canadá.

O projeto inclui ações de otimização SEO, melhoria técnica e funcional do website, desenvolvimento e otimização de conteúdos digitais, criação de novas funcionalidades e apoio à análise e acompanhamento da performance digital, contribuindo para uma

experiência online mais eficaz, acessível e orientada para a geração de leads qualificadas.

Entre os principais resultados esperados destacam-se o aumento da notoriedade internacional da marca, a melhoria da captação de contactos qualificados através dos canais digitais, o reforço da presença nos mercados dos EUA e Canadá e a consolidação da Turivinha enquanto empresa especializada na promoção de experiências turísticas autênticas, sustentáveis e diferenciadoras em Portugal.