

Designação do Projeto: OPR Móveis - Internacionalizar o luxo nacional

Código do projeto: NORTE-02-0752-FEDER-034395

Objetivo Principal: Reforçar a competitividade das Pequenas e Médias Empresas

Região de Intervenção: Norte

Entidade beneficiária: OPR MÓVEIS, SOCIEDADE UNIPessoal LIMITADA

Data de aprovação: 18-04-2018

Data de Início: 15-09-2017

Data de conclusão: 14-06-2020

Custo total elegível: 350 411,25 EUR

Apoio financeiro da União Europeia: FEDER: 157 685,06EUR

A OPR pretende, com este projeto, incrementar o volume das vendas internacionais através do desenvolvimento e aplicação de novos modelos empresariais e de processos de qualificação, valorizando fatores imateriais de competitividade e apostando em produtos mais sofisticados e diversificados.

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

- Promover uma estratégia sustentada de aproximação aos clientes, atendendo às suas especificidades, apostando numa carteira diversificada
- Fortalecer a presença no mercado global, consolidando as vendas para o mercado Francês e conquistando 4 novos mercados: Rússia, Dubai, EUA e Itália
- Melhorar 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, a oferta de novos produtos, satisfazendo e até mesmo antecipando-se às necessidades dos clientes
- Attingir, em 2020, um VN total de 698.483,99€ e VN internacional de 493.979,44€, prevendo-se que este represente cerca de 71% do VN Total

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

1. Conhecimento de mercados externos – participação em feiras/exposições

2. Presença na web, através da economia digital – Atualização website; catálogos digitais; Estudo e ativação de campanhas nas redes sociais; Implementação estratégias marketing digital
3. Desenvolvimento e promoção internacional de marcas - Estudo e desenvolvimento de uma nova linha de mobiliário; vídeo institucional; sessão fotográfica
4. Prospeção e presença em mercados internacionais – viagens de prospeção; ações de contacto direto com a procura
5. Marketing internacional - Conceção e produção material promocional; Trabalho de fotografia, design e produção de catálogos; Plano de marketing de apoio à internacionalização
6. Introdução de novo método de organização nas práticas comerciais ou nas relações externas – ações benchmarking; contratação RH qualificados; Software gestão comercial e computador

Com o desenvolvimento deste projeto, a empresa espera atingir os seguintes resultados:

- Aumentar de forma contínua o VN total e internacional
- Atingir, em 2020, um VN total de 698.483,99€ e VN internacional de 493.979,44€, prevendo-se que este represente cerca de 71% do VN Total
- Aumentar, de forma contínua, o n.º de mercados e clientes, apostando numa carteira diversificada
- Aumentar, de forma contínua, a oferta de novos produtos