



UNIÃO EUROPEIA  
Fundo Europeu  
de Desenvolvimento Regional

**Designação do projeto** | OMC – O E-COMMERCE DE COLCHÕES DE MARCA PRÓPRIA E PARCEIRAS

**Código do projeto** | LISBOA-02-0752-FEDER-038701

**Objetivo principal** | REFORÇAR A COMPETITIVIDADE DAS PME

**Região de intervenção** | LISBOA

**Entidade beneficiária** | ALWAYS ON TIME, LDA

**Data de aprovação** | 07-09-2018

**Data de início** | 01-08-2018

**Data de conclusão** | 31-07-2021

**Custo total elegível** | 555.690,00

**Apoio financeiro da União Europeia** | 222.276,00

**Apoio financeiro público nacional/regional** | Não aplicável

## OBJETIVOS

A OMC teve por objetivo alargar a oferta a novos mercados: Espanha, França, Itália, Reino Unido, Alemanha e China, apostando na promoção da oferta e reforçando a estratégia de comunicação

## ATIVIDADES

A atividade da OMC consiste na comercialização on-line de colchões de forma personalizada, de acordo com as necessidades do cliente, escolhendo as suas dimensões, firmeza, tipo e marca. Os colchões podem ser de marca própria ou marcas parceiras.

## RESULTADOS ESPERADOS/ATINGIDOS

O presente Projeto de Internacionalização permitiu à OMC promover a sua oferta no mercado externo através da participação em feiras, realização de viagens de promoção/prospeção e implementação de estratégias de marketing.

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

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

O presente projeto de investimento teve como principal objetivo o de dotar a OMC de fatores de competitividade, de forma, a que tal permita efetuar uma diferenciação face às demais empresas do setor, salientando-se todas as empresas que atuam na área do comércio online e offline de colchões.

As ações a implementar foram estruturadas no domínio da internacionalização, em que a OMC pretende potenciar e explorar novos mercados que apresentem um menor ciclo de substituição de colchões e maior taxas de crescimento ao nível do e-commerce.

Neste sentido, foram definidos como mercados alvo: Espanha, França, Itália, Reino Unido, Alemanha e China, sendo estes mercados mais evoluídos a nível tecnológico, apresentado maior índice de compras online, no entanto o e-commerce de colchões ainda não se encontra explorado, tido como uma oportunidade para a empresa.

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

Pretendeu-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 da oferta da empresa, permitindo posicionar a oferta e imagem da empresa no exterior, contribuindo para o aumento da notoriedade da marca, captação de novos clientes e conseqüente potenciando o volume de negócios.

O presente projeto encontra-se concluído com uma taxa de execução de 100%

