

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA  
Fundos Europeus  
Estruturais e de Investimento

Designação do projeto	GRESTEL 2020 - Expansão, eficiência operacional, marcas próprias e ecoeficiência
Código do projeto	POCI-02-0853-FEDER-008868 POCI-03-3560-FSE-008868
Objetivo principal	Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas
Região de intervenção	Centro
Entidade beneficiária	Grestel - Produtos Cerâmicos, S.A.

Data de aprovação	05-04-2016
Data de início	12-08-2015
Data de conclusão	11-08-2017
Custo total elegível	7.578.673,90 Euros
Apoio financeiro da União Europeia	4.547.204,34 Euros, dos quais 4.497.401,17 Euros através do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional e 49.803,17 Euros através do Fundo Social Europeu

#### Objetivos, atividades e resultados esperados

O objetivo do projeto de Qualificação compreende o fortalecimento competitivo da Grestel, colocando-a como um *player* de referência a nível mundial e encontra-se sustentado por medidas de investimento adicionais em internacionalização, organização e gestão, qualidade, criação de marcas e *design*, economia digital e tecnologias de informação e comunicação.

Este projeto é complementar à criação de um novo e inovador estabelecimento (eficiência operacional e ecoeficiência - Grestel III) e o aumento da capacidade por via da eficiência operacional do estabelecimento Grestel II, em função da necessidade da Grestel em satisfazer a crescente procura internacional dos seus produtos (eliminando a necessidade recorrente de subcontratação de produção) e suportar a aposta em marcas próprias.

Com esta aposta a empresa pretende promover a sustentabilidade do negócio face às ameaças da envolvente e da atividade comercial excessivamente concentrada em *private label*, aproveitando as oportunidades de mercado que lhe surgem complementadas pelos resultados das atividades recentes de I&D, nomeadamente através dos projetos de I&DT desenvolvidos com sucesso que permitem a inovação ao nível dos processos e produtos (nomeadamente o "Color Grés", "+ECOGrés", "INDUCER" e "Vidrado X").

A Grestel II será vocacionada para pequenas séries, dotada de extrema flexibilidade operacional, e a Grestel III, unidade a criar, pretende ser particularmente vocacionada para produtos de maior volume de vendas materializando a orientação estratégica de alavancar o *private label*. Pretende-se assim aumentar a capacidade e a flexibilidade da produção para responder aos pedidos de clientes com margens mais interessantes (marcas próprias). Usufruindo da familiaridade dos EUA com a cerâmica portuguesa para a aceder a novos clientes de referência, a Grestel planeia consolidar assim este mercado (relevante em termos históricos e onde os nichos de mercado são de dimensão elevada e com margens importantes), bem como apostar em outros países para alcançar novos clientes, igualmente de relevância mundial.

