

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 Inovação compreende a criação de uma nova unidade industrial Grestel III, inovadora e distintiva pela ecoeficiência e eficiência operacional, e o aumento da capacidade por via da eficiência operacional do estabelecimento Grestel II, em função da necessidade da empresa em satisfazer a crescente procura internacional dos seus produtos.

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.

