

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-02-0752-FEDER-009211 POCI-03-3560-FSE-009211
Objetivo principal	Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas
Região de intervenção	Centro
Entidade beneficiária	Grestel - Produtos Cerâmicos, S.A.

Data de aprovação	26-01-2016
Data de início	19-08-2015
Data de conclusão	18-08-2018
Custo total elegível	1.089.542,25 Euros
Apoio financeiro da União Europeia	492.939,99 Euros, dos quais 482.356,09 Euros através do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional e 10.583,90 Euros através do Fundo Social Europeu

Objetivos, atividades e resultados esperados

O objetivo do projeto de Internacionalização passa por fortalecer o posicionamento das Marcas Grestel, através do lançamento de uma nova marca que irá preencher uma lacuna de posicionamento. A nova marca própria será desenvolvida para o segmento de mercado de loiças de mesa, utilitárias e decorativas, com *look* "Casual" & "American Way", com uma *brand promise* de respeito pela "Tradição centenária de fabrico em Portugal".

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").

Com o intuito de consolidar os mercados onde opera, reforçar as vendas e criar visibilidade nos mercados externos, para conquistar novos mercados, é objetivo da Grestel apostar nas vendas das marcas próprias, consolidando a sua estratégia de vendas para os mercados externos, tornando-se essencial a aposta na diversificação dos mercados, com vista à diminuição da dependência claramente demonstrada do mercado *private label* e em um grupo restrito de grandes clientes (clientes de referência).

