

Estratégia de Qualificação da Garcia & Silva, Lda.



Nº Projeto: 25864

Designação do projeto: Projeto de Qualificação da Garcia & Silva

Código do projeto: NORTE-02-0853-FEDER-025864

Objetivo principal: Reforçar a competitividade das PME

Região de Intervenção: Guimarães

Entidade Beneficiária: Garcia & Silva, Lda.

Data da decisão: 03/08/2017

Data de início: 24/08/2017

Data de fim: 31/12/2019

Custo Total Elegível: 54.535,00 €

Apoio financeiro da UE FEDER: 24.540,75 €

A Garcia & Silva é uma empresa constituída em 1969, sediada no concelho de Guimarães, ocupa uma posição de destaque entre as indústrias do setor das meias, peúgas e vestuário interior.

Com o presente projeto a empresa pretende: explorar novos mercados, como o Francês, reforçar a sua competitividade nacional e internacional, estar atualizada face à inovação tecnológica, procurando sempre novas soluções que agradem aos seus clientes, procurar a constante evolução dos níveis de qualidade dos seus produtos, continuar na preferência dos seus clientes, apostar nos seus recursos humanos, ser uma empresa responsável ao nível ambiental.

Síntese do Projeto:

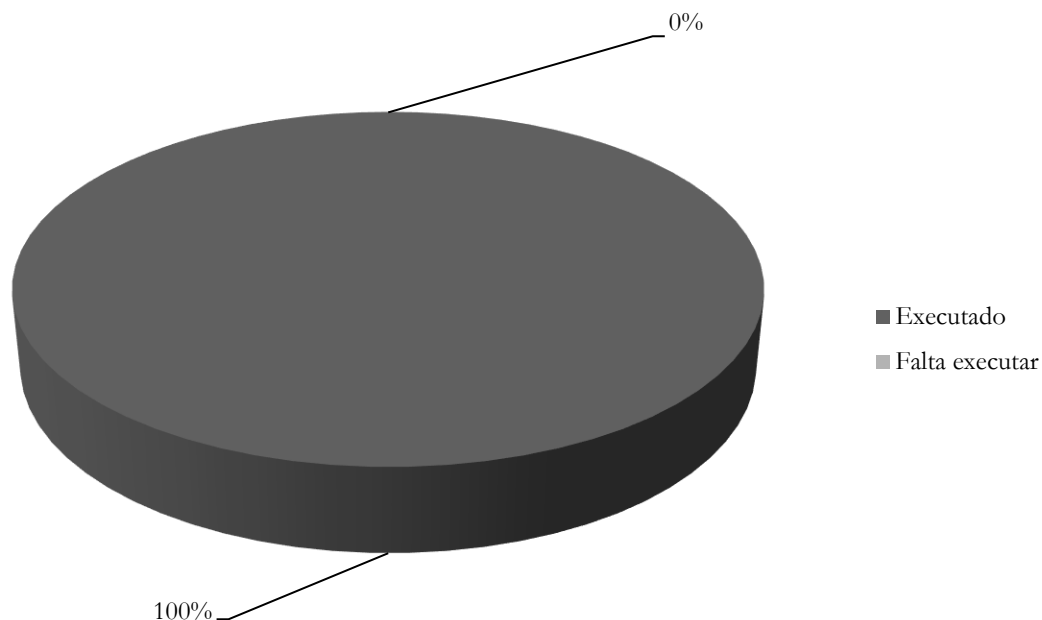
A Garcia & Silva pretende qualificar a empresa para que possa reforçar a sua competitividade no mercado. Assim a empresa entende investir na melhoria dos seus processos internos de forma a conseguir-se adaptar à volatilidade transversal que se vive nos mercados internos e externos, tendo consciência de que a sua melhoria interna irá gerar um produto final de maior valor e mais competitivo. Neste sentido, irá apostar em filosofias como a presente na metodologia Kaizen e em consultoria de apoio à gestão de produção que terão um impacto positivo nos seus processos internos. A consultoria de apoio à gestão irá analisar a gestão e colmatar as lacunas encontradas. A gestão de recursos humanos irá possibilitar a melhoria dos mesmos e a sua qualificação. Por outro lado, a estratégia da empresa segue no caminho da sua atualização através de um rebranding da marca, Sibal para que esta se mantenha competitiva no mercado transmitindo o espírito dinâmico da Garcia & Silva. A marca atua há décadas no

mercado, pelo que se torna necessário atualizá-la de forma a transmitir aos consumidores a evolução e o espírito atual da empresa.

Associado a este investimento estará também o registo da marca na União Europeia de forma a que a marca esteja protegida noutros países gerando um acréscimo de competitividade aos seus produtos e para que a ligação que se pretende criar com os clientes seja mais palpável.

O desenvolvimento da coleção de 2018 constituindo um apoio ao nível do design, permitirá capacitar a Garcia & Silva neste domínio e irá transmitir conhecimentos atuais à empresa, melhorando a relação e a incorporação das tendências e usos atuais de design. Este investimento permitirá um acréscimo de valor e de inerente competitividade aos produtos.

Os serviços na área de contabilidade permitirão uma análise da situação económica da empresa que é vital para o sucesso da análise da sua situação com vista à sua manutenção nos mercados.



Estratégia de Internacionalização da Garcia & Silva, Lda.



Nº Projeto: 25859

Designação do projeto: Estratégia de internacionalização

Código do projeto: NORTE-02-0752-FEDER-025859

Objetivo principal: Reforçar a competitividade das PME

Região de Intervenção: Guimarães

Entidade Beneficiária: Garcia & Silva, Lda.

Data da decisão: 06/07/2017

Data de início: 31/05/2017

Data de fim: 15/05/2020

Custo Total Elegível: 58.212,00 €

Apoio financeiro da UE: 26.195,40 €

Síntese do Projeto:

A entidade pretende reforçar a sua atividade exportadora através da consolidação do mercado onde já atuava, a Espanha, e da abordagem a um novo mercado (França) e definiu, no âmbito do presente projeto de internacionalização, alguns objetivos estratégicos, tais como: explorar um novo mercado, mais precisamente o Francês; reforçar a sua competitividade nacional e internacional; apostar na sua estrutura de RH.

No sentido de atingir as metas definidas, o Promotor irá realizar ações enquadradas nas seguintes tipologias organizacionais e de marketing:

- Marketing internacional: Desenvolvimento de um Plano de Internacionalização para definição da estratégia de atuação e as diferentes valências da nova estratégia;
- Presença na web: Criação de website, para conseguir melhorar a comunicação com os mercados alvo;
- Desenvolvimento e promoção internacional de marcas: criação e registo de uma marca própria por parte da entidade para aumento da sua notoriedade;
- Prospeção e presença em mercados internacionais: realização de visitas a feiras internacionais, missões inversas, consultoria para o mercado francês, bem como realização de estudo.

