

Cofinanciado por:



**Designação do projeto** | INOVAÇÃO PRODUTIVA

**Código do projeto** | CENTRO-02-0853-FEDER-043186

**Objetivo principal** | OT 3 - Reforçar a competitividade das PME

**Região de intervenção** | Centro – ALCOBAÇA

**Entidade beneficiária** | DOCELEIA - DOÇARIA TRADICIONAL LDA

**Data de aprovação** | 2019-08-12

**Data de início** | 2018-11-13

**Data de conclusão** | 2022-04-04

**Custo total elegível** | 437.989,70 €

**Apoio financeiro público da União Europeia** | FEDER - 109.497,43 €

**Objetivos, atividades e resultados:** A Doceleia - Doçaria Tradicional Lda. foi constituída em 2001, e integra o Grupo ATRIAN, dedicando a sua atividade à produção e comercialização de produtos de doçaria tradicional e sobremesas ultracongeladas, nomeadamente: pudins tradicionais (pudim de amêndoa e pudim do Algarve); doçaria ocasional (Natal, dia dos namorados, entre outros); bolos caseiros (brigadeiro, chocolate, bolacha, tiramisú, ...); bolos conventuais; semifrios e sobremesas de colher.

Com o presente projeto, a empresa pretende aumentar a sua capacidade instalada, visando o crescimento do volume de negócios, necessitando, para isso, de se capacitar de meios tecnológicos e humanos. Este facto também possibilitará operar alguma diversificação na produção com a introdução no mercado de produtos como sobremesas destinadas à restauração moderna em doses individuais, e também novas sobremesas individuais destinadas a nichos de mercado como o vegan, os quais possibilitarão o reforço do posicionamento da empresa no mercado nacional e nos mercados externos.

A Doceleia - Doçaria Tradicional Lda. com a realização deste investimento, pretende atingir os seguintes objectivos:

1. Fazer investimentos que possibilitem a sua afirmação e reconhecimento no mercado global resultantes da qualidade dos novos produtos desenvolvidos.

2. Implementar processos produtivos inovadores que garantam elevados níveis de eficiência e eficácia produtiva, capazes de proporcionar uma inovação contínua ao nível dos produtos produzidos.
3. Desenvolver uma abordagem de marketing que permita um crescimento sustentável e orgânico, de uma forma transversal, no mercado global, tendo em vista a captação de novos clientes com enfoque nos mercados nacional, Espanha, França, Alemanha, Reino Unido e Estados Unidos da América.
4. Obter vantagens competitivas pelo reconhecimento no mercado global, aumento da eficiência produtiva e diminuição de custos, através da implementação de novos métodos organizacionais, com a Certificação BRC – Norma Global de Segurança Alimentar.
5. Aumentar o volume de negócios, nomeadamente através do aumento das vendas para mercados externos.