

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

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 | 2019-03-14
Data de início | 2018-11-08
Data de conclusão | 2020-11-07 €
Custo total elegível | 437.989,70 €
Apoio FEDER | 109.497,43 €

Descrição (objetivos, atividades, 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.

Os Grandes objetivos do investimento são:

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.