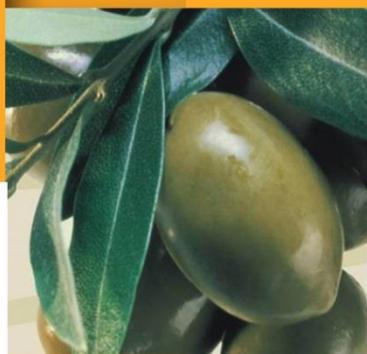


COMPETE 2020 ao lado de quem cria valor



março 2016
Vol. III

Agroalimentar



COMPETE 2020 ao lado de **quem cria** valor | Agroalimentar

Ficha técnica

Título: COMPETE 2020 ao lado de **quem cria** valor | Agroalimentar

Coordenação: Reputação Corporativa & Comunicação

Conteúdos e conceção gráfica | Célia Pinto, Vanda Cardoso Pinheiro

Edição: março 2016 | Volume III

Propriedade: Autoridade de Gestão do COMPETE 2020



COMPETE 2020 ao lado de quem cria valor

Por percursos repletos de desafios, as empresas portuguesas com os produtos "*made in Portugal*" têm alcançado posicionamento na cadeia de valor e contribuído de forma inegável para o equilíbrio da nossa balança comercial.

Conhecer esses percursos é fundamental para a estrutura do COMPETE 2020, sendo este o Programa que tem por objectivo último criar condições de crescimento económico sustentado em Portugal por via da competitividade e das exportações.

Neste contexto, o COMPETE 2020 está a promover um ciclo de visitas de empresas à Autoridade de Gestão, envolvendo alguns dos protagonistas de histórias de sucesso empresarial, para partilharem o seu percurso.

Organizados por setores, terá início a 14 de março, o ciclo dedicado à Agroalimentar.





COMPETE 2020 ao lado de quem cria valor | Agroalimentar



Programa Operacional Competitividade e Internacionalização
Operational Programme for Competitiveness and Internationalisation

março 2016

<u>14</u>	<ul style="list-style-type: none"> — BIVALVIA — Conserveira do Sul — Olivais do Sul — Novadelta 	Olhão Portel e Campo Maior
<u>15</u>	<ul style="list-style-type: none"> — Mendes Gonçalves — SUMOL COMPAL — Queijos Tété — GELPEIXE 	Golegã Almeirim e Carcavelos
<u>16</u>	<ul style="list-style-type: none"> — Ernesto Morgado — NUTRE — NELO KAYAKS 	Vagos Gafanha da Nazaré e Canidelo
<u>17</u>	<ul style="list-style-type: none"> — CEREALIS — SOGRAPE — RAR — Frulact 	Águas Santas Avintes Porto e Gemunde
<u>18</u>	<ul style="list-style-type: none"> — PRIMOR — IMPERIAL — Águas Glaciar 	Vila Nova de Famalicão Azurara e Manteigas

Nota: Os dias de visita têm *link* para a respetiva página separadora.
As empresas a visitar têm *link* para a respetiva página.



BIVALVIA

A Bivalvia pretende ser uma referência nacional na aquacultura (Essencialmente de Ostra).

Em 2010, foi criada a Bivalvia aproveitando as ótimas condições para a produção de bivalves de que Portugal dispõe.

Em março de 2013 iniciou a produção com um inédito berçário (*nursery*) de ostras começando as mesmas a ser vendidas em junho do mesmo ano.

No verão de 2014 entrou em funcionamento a instalação dos viveiros na Ria Formosa e em Aveiro.

Curiosidades

O Berçário

A fase do berçário é muito relevante para a região e para o País pois preenche uma lacuna na fileira produtiva e é um passo para autonomizar Portugal na obtenção de juvenis de qualidade à produção em viveiro tradicional ou em off-shore.



Os Viveiros

O Berçário (*nursery*) com uma área total de 14h, encontra-se implantado no Parque Natural da Ria Formosa, que faz parte da Rede Europeia Natura 2000.

Como o berçário está situado no sul de Portugal, os *juvenis* estão já adaptados às nossas águas, nomeadamente no que respeita à temperatura. Como é sabido a transferência dos juvenis de águas mais quentes para mais

frias não potencia a mortalidade, como acontece no sentido contrário. Assim sendo, temos todas as condições para fornecer ostra para qualquer localização de latitude mais elevada.



Fonte das imagens: [site](#).

Nota: Não tem projetos Cofinanciados (Nem QREN nem Portugal 2020).

Conserveira do Sul

A Conserveira do Sul é uma empresa de cariz familiar que se dedica desde 1954 à produção de patés e conservas de peixe.

Certificada e premiada, a Conserveira do Sul é uma grande referência a nível nacional, mas também internacional.

Audácia, empenho, perseverança e paixão pelo trabalho são os lemas da Conserveira do Sul, que assumiu desde o início da sua existência um compromisso de qualidade para com todos os consumidores que provam cada produto produzido pela empresa.

Produtos

A Conserveira do Sul produz diversas marcas de patés e conservas de peixe com o intuito de satisfazer as necessidades dos diversos “mercados”: mercado gourmet; canal HORECA e consumidor final.



Fonte da imagem: [site](#).

Manná

A gama Manná tem como principais produtos conservas de sardinha, cavala, anchova, atum, as tão apreciadas ovas e outras especialidades, todas elas acompanhadas por diversos molhos (óleo vegetal, tomate, limão, escabeche, entre outros).

Outro dos ex-líbris desta marca são os incontornáveis patés de peixe. O primeiro paté a ser produzido foi o de sardinha (1986), seguido pelo de atum (1987), mais recentemente as apostas recaíram na produção de patés de camarão (1999) e de cavala (2012).

Manná Gourmet

Em 2009, a Conserveira lança uma nova gama, a Manná Gourmet, para alcançar uma fatia de mercado que tem ganho cada vez mais força ao longo dos últimos anos.

Nesta gama, a matéria-prima (sardinha, cavala, atum, ovas, anchova e outras especialidades) é conservada com o tradicional azeite.

Good Boy

Criada em 1950, a Good Boy foi uma aposta de António Jacinto Ferreira para o portefólio de marcas da sua empresa que criou para si e para os seus filhos. 65 anos depois da sua criação, a Good Boy está de volta.

A **cara** da marca continua a ser a mesma, a do menino Jorge Ferreira (filho mais novo de António Jacinto Ferreira).

Há um tema intrínseco a todo o conceito deste novo lançamento, tentamos recuperar as recordações guardadas dentro de cada um de nós dos nossos tempos de infância, de quando todos **fomos um Good Boy**. Quantos de nós não tínhamos como **melhor amigo** um ioiô ou um pião, ou éramos um **ás** do berlinde e do papagaio?

Assim, em cada uma das referências **Good Boy** iremos recordar um brinquedo antigo ou um jogo tradicional.

Peixeira

A Peixeira é das marcas mais recentes no catálogo da Conserveira do Sul. Registada em 2006, é uma marca com projeção mundial, pois pode ser encontrada em pontos de venda em Portugal, Angola e na China.

Da sua gama fazem parte as tradicionais Sardinhas em óleo vegetal e tomate, com as respectivas variantes picantes.

Dada a sua associação intrínseca ao peixe e ao mar, tem despertado uma grande simpatia e apetência pela comercialização dos seus produtos.

Nota: QREN | 1 Projeto de SI Qualif. PME (Individuais e Cooperação) no POAlgarve.

Olivais do Sul

Produz azeite de máxima qualidade, utilizando métodos de produção sustentável que respeitam o meio ambiente, mediante a utilização da tecnologia avançada.

Olivais do sul é uma empresa especializada em olivicultura, produção e embalagem de azeite virgem extra de alta qualidade.

Situada no Alentejo, zona de excelência para a produção de azeite, detém cerca de 600ha de olival - em sistema de cultivo intensivo e super intensivo - e um Lagar com aproximadamente 3.000 m², equipado com a última tecnologia e com uma capacidade de extração de aproximadamente 4.500.000 litros.

Olivais do Sul é uma empresa inovadora, que procura sempre o que é novo e os métodos mais avançados para produzir azeite virgem extra de alta qualidade. Por esse fato, o seu azeite foi já galardoado em diversos concursos nacionais e internacionais.



Fonte da imagem: [site](#).

É uma empresa certificada com a ISO 22.000 (Sistemas de Gestão da Segurança Alimentar), ISO 14.001 (Sistemas de gestão ambiental) e IFS (Requisitos para qualquer organização que opere na cadeia alimentar) reconhecendo o seu investimento na qualidade do serviço prestado que permite oferecer aos seus clientes um serviço de elevada eficiência.

Nota: QREN | 1 Projeto de SI Qualif. PME (Individuais) no POAlentejo.

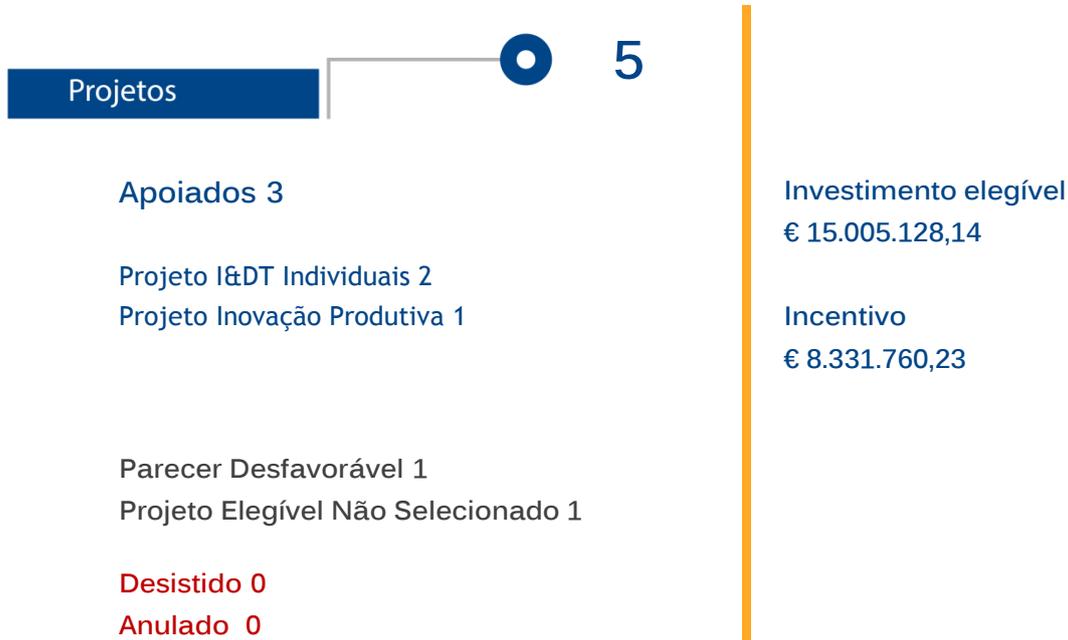
Novadelta

A Delta Cafés, transportou para o modelo de negócio a essência da magia do café.

É na vila Alentejana de Campo Maior que Rui Nabeiro decide, em 1961, criar a sua própria marca de cafés, num pequeno armazém com 50 metros quadrados e sem grandes recursos, e inicia a atividade com apenas duas bolas de torra de 30 Kg de capacidade. Nos seus Primeiros passos a Delta Cafés ganha a confiança de "clientes e amigos" que recomendam a marca, fidelizam-se clientes, possibilitando um crescimento sustentado de negócio.

A partir da segunda metade dos anos 70, a estrutura comercial da Delta Cafés consolidou-se de forma decisiva, encarando de forma serena as novas exigências do mercado: desenvolvimento de novos produtos e serviços de qualidade.

Surge em 1984 a separação da atividade comercial, assegurada pela empresa Manuel Rui Azinhais Nabeiro Lda., da atividade industrial, desenvolvida pela Novadelta S.A., sendo que em 1994, é a primeira empresa certificada no setor.



Projetos ao COMPETE 2020: 2

1Projeto I&DT Empresarial (Projetos Individuais) | Investimento Previsto € 1.818.877,40.

O futuro é a exportação e a consolidação da marca em territórios fora de Portugal.

Em 1998 o Grupo Nabeiro/Delta Cafés deu origem à criação de 23 empresas, organizadas por áreas estratégicas para o reforço da atividade principal do grupo em diversos setores: Indústria, Serviços, Comércio, Agricultura, Imobiliário, Hotelaria e Distribuição.

A inovação é o driver e a inspiração será sempre o consumidor!

Atualmente a Delta-Cafés SGPS apresenta 22 departamentos comerciais em Portugal, 15 em Espanha, 1 em França e Lojas Delta Q em Portugal (Lisboa e Porto) e no Brasil (Vitória, Estado Espírito Santo) e um conjunto de 59 mil clientes, dos quais 84,5% estão no mercado nacional, 15% em Espanha e 0,5% em França. Os clientes dividem-se pelos canais de distribuição: restauração (75%), Institucional (17%), Retalhista (6,5%) e Grossista (1,5%).



Fonte da imagem: [site](#).

Projeto 24 886

Designação do Projeto	CoffeeART - Criação de um novo conceito para o consumo de café em casa
Sistema de Incentivos	SI I&DT (Proj. de Empresas Individuais)
Investimento Elegível	€ 770.084,21
Incentivo	€ 310.614,44
Estado	Em execução
Grau Realização	76,60%

Objetivos Com este projeto a Novadelta pretende criar um novo mercado no consumo de café através do desenvolvimento de um novo conceito suportado por uma investigação fundamental aplicada, design e criação artística.

É claramente nosso intuito dar sentido, ordem, corpo, emoção a um conjunto de pontos de inovação gerados neste projeto para criar o novo conceito de café. Mais relevante do que o carácter inovador de cada ponto de inovação é o carácter inovador da fusão destes pontos, ou seja, do resultado deste projeto.

Para a preconização da missão do projeto são identificadas seis atividades de investigação industrial, divididas por 3 eixos estratégicos que, pelos seus objetivos específicos, se reforçam e complementam, nomeadamente:

- **EIXO 1** *CONSUMER BEHAVIOR* - INVESTIGAÇÃO DO PERFIL EMOCIONAL E COMPORTAMENTAL DO CONSUMIDOR DE CAFÉ.
- **EIXO 2** INVESTIGAÇÃO FUNDAMENTAL SOBRE A CARACTERÍSTICAS DE VALOR ACRESCENTADO DO CICLO DO CAFÉ.
- **EIXO 3** CRIAÇÃO ARTÍSTICA DO NOVO CONCEITO DE CAFÉ.



A equipa é constituída por especialistas do promotor na produção do café, em Design & Criatividade e Desenvolvimento & conceção de produto, I&DT e Inovação, Gestão da propriedade intelectual e por 6 entidades externas, nomeadamente:

ENTIDADES DO SISTEMA CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO (SCT)

- Universidade de Aveiro - Investigadores no âmbito da biotecnologia do café.
- Centro de Investigação CBA da Faculdade de Ciências da Universidade Clássica de Lisboa - Investigadores no âmbito da biotecnologia do café.
- Escola Superior de Artes e Design do Instituto Politécnico de Leiria - Conjunto de especialistas em Design Gráfico, Design Industrial, Branding, Multimédia, Vídeo e Artes Plásticas.

EMPRESAS ESPECIALISTAS

- SINMETRO - Especialistas na conceção e gestão de projetos de I&DT e Inovação, em estudos da viabilidade económico financeiro, otimização de processos industriais, análise estatística de dados e desenvolvimento de software.
- AEXE - Especialista na produção e gestão de propriedade intelectual.
- NETSONDA - Peritos em de comportamento dos consumidores e estudos de mercado. De seguida apresentam-se as diversas entidades que constituem este cluster de inovação, a sua relevância no projeto e a uma biografia de cada um dos seus elementos.

Projeto 22 430

Designação do Projeto	Q Innovation
Sistema de Incentivos	SI Inovação (Geral)
Investimento Elegível	€ 12.316.327,60
Incentivo	€ 6.773.980,18
Estado	Encerramento
Grau Realização	90,95%

Objetivos O presente projeto tem por missão aumentar a competitividade da Novadelta através do incremento da sua capacidade produtiva, da eficiência e eficácia da fábrica, das equipas e dos sistemas de informação, monitorização, controlo e gestão do conhecimento.

Ser líder do mercado nacional do café em cápsulas e alcançar uma intensidade de exportações em 2016, pelo menos, 30%.

EIXO 1 PRODUTIVIDADE: AUMENTO DA CAPACIDADE PRODUTIVA PARA INCREMENTO DA QUOTA NACIONAL E PENETRAÇÃO EM NOVOS MERCADOS:

- Triplicar o número de cápsulas produzidas por minuto;
- Re-engenharia dos pacotes de café em 250 g para se diferenciar das marcas próprias e atingir os mercados gourmet e de comércio justo, através da aquisição de uma nova embaladora e renovação da imagem dos produtos;
- Aquisição de seis silos de armazenagem de café torrado com circuito de azoto de modo a evitar a oxidação do café e garantir a sua qualidade, bem como de uma nova unidade de paletização alocada às novas máquinas de enchimento.

EIXO 2 INOVAÇÃO DE PROCESSO, PRODUTO E CONTROLO DA QUALIDADE:

- Formalizar a criação do centro de investigação e controlo da qualidade da Delta e dotá-lo com os recursos necessários para o desenvolvimento de novos produtos e sua monitorização e controlo;





- Autonomizar a empresa relativamente ao processo de descafeinação (até à data subcontratado) através da instalação da primeira unidade, em Portugal, de extração supercrítica de cafeína. Esta unidade permitirá ao promotor conhecer o processo de descafeinação, de modo a garantir autonomia na produção de descafeinado e novos blends de café com diferentes intensidades de cafeína e outras características;
- Garantir a rastreabilidade das cápsulas através da identificação do lote de produção na cápsula.

EIXO 3 RE-ENGENHARIA DA FÁBRICA E GESTÃO DA INFORMAÇÃO E DO CONHECIMENTO:

- Re-engenharia de processos, produtos, sistemas de informação, gestão de energia e modelos de gestão de equipas, através das metodologias Lean e 6 Sigma.
- Integrar informação que se encontra dispersa e criar um sistema de Business Intelligence que transforme dados em conhecimento de modo intuitivo, de elevado valor acrescentado e facilmente acessível, gerando indicadores de performance e ferramentas de monitorização e controlo.

É ainda objetivo da Novadelta, preconizar, com este projeto, uma cultura organizacional eficaz e eficiente, orientada para a gestão do trabalho em equipas multidisciplinares, autónomas e capazes de decidir com base em dados devidamente fundamentados.

Nota: [Newsletter](#) | [Q Innovation](#) | [A Nova Delta aposta na inovação de produto e processos.](#)



Projeto 5 493

Designação do Projeto	3 R´s Delta - Redução, Reutilização, Reciclagem e Valorização de Resíduos Sólidos resultantes da atividade do café
Sistema de Incentivos	SI I&DT (Proj. de Empresas Individuais)
Investimento Elegível	€ 1.918.716,33
Incentivo	€ 1.247.165,61
Estado	Encerrado
Grau Realização	80,28%

Objetivos O projeto ReThink teve por objetivo a investigação industrial no âmbito da valorização dos resíduos sólidos provenientes da atividade industrial da Delta, com especial ênfase nos resíduos associados aos produtos Delta Q (www.q-delta.net) e Delta Office (café em cápsulas individuais de plástico para as empresas), seguida da redução, reutilização e reciclagem dos mesmos. Os resíduos sólidos âmbito do projeto foram essencialmente: a Borra de café e cápsulas de plástico. A Delta, como marca responsável, tem presente o seu dever de contribuir para que os princípios ligados à sustentabilidade do planeta sejam, cada vez mais, um critério de seleção importante para os consumidores. Tem vindo a ser desenvolvido um esforço de comunicação responsável no mercado, para a sensibilização dos consumidores sobre a problemática do desenvolvimento sustentável e contribuição para a conservação dos ecossistemas e da biodiversidade. A política de comunicação, assente no princípio informativo, de transparência e de qualidade de informação, e de não discriminação, visa promover a emergência do Consumo Responsável. Por se defender que o consumidor deve ser o motor impulsionador de uma mudança de comportamentos, a Delta pretende ser, no mercado nacional de cafés, pioneira na incrementação de um sistema de recolha e valorização dos principais resíduos provocados pela sua atividade industrial e comercial, nascendo desta forma o projeto ReThink.

O objetivo último é o de garantir a sustentabilidade do ciclo do café desde a plantação até à reutilização/reciclagem/valorização dos resíduos decorrentes da atividade do café.

Para desenvolver este projeto de I&DT a Delta Cafés formou um cluster de inovação, com entidades público-privadas, com o intuito de inverter o ciclo de vida dos resíduos produzidos pela atividade da empresa, nomeadamente através da borra de café e das cápsulas, com vista a reduzir o impacto ambiental..

Delta **REthink**
ECO PROJECT

O Processo de valorização das Cápsulas



Fonte da imagem: [site](#).

Notas: Este projeto teve muita aceitação pela comunidade e têm sido inúmeros os convites recebidos para o apresentar em Conferências Técnicas, Road-shows, Workshops, Seminários, entre outros eventos. para além disso, este projeto já foi alvo de reportagens na rádio, na televisão (SIC, TVI e RTP, Quercus) e na imprensa escrita generalista e temática.

[Newsletter NovaDelta | Reforço da Capacidade Produtiva e Investigação e Desenvolvimento - Caminhos de Sucesso.](#)

15

Mendes Gonçalves, S.A

Na Mendes Gonçalves e Filhos, LDA. o percurso fez-se com um produto nada óbvio: vinagre de figo feito a partir do fruto cultivado pelos produtores locais.

A Mendes Gonçalves, S.A. (MG) foi constituída em 1982, tendo por objeto produção e comercialização de vinagres, molhos, condimentos e temperos.

A empresa manteve desde sempre como ponto de honra, o compromisso com a Golegã e com a sua gente, ancorando na região uma das fábricas mais modernas da Europa, uma das mais procuradas pelas principais Marcas de Distribuição, e a selecionada como fornecedora certificada por algumas das maiores marcas do Mundo.



Projetos ao COMPETE 2020: 2

1Projeto QI PME (Projetos Ind. Qualificação) | Investimento Previsto €681.206,25.

1Projeto QI PME (Projetos Ind. Internacionalização) | Investimento Previsto €447.185,00

Marcas



A Mendes Gonçalves produz temperos para as marcas exclusivas dos clientes e são parceiros de todas as empresas da Grande Distribuição em Portugal.

Trata-se, pois, de uma empresa dinâmica que desde a sua criação apostou quer na diversificação da gama de produtos oferecidos (vinagres, azeites, temperos, mercearia fina), quer na estratificação desses mesmos produtos (introduzindo, por exemplo, produtos gourmet em cada uma dessas gamas), quer ainda em marcas próprias, inovando e introduzindo qualidade, o que lhe tem permitido manter e aumentar uma carteira de clientes considerável e diversificada, a nível nacional e internacional.



Fonte da imagem: [site](#).

Projeto 13 371

Designação do Projeto	Adoção de Novo Método Produtivo
Sistema de Incentivos	SI Inovação (Produtiva)
Investimento Elegível	€ 1.755.210,00
Incentivo	€ 1.140.886,50
Estado	Encerramento
Grau Realização	100,00%

Objetivos Investimento a efetuar num conjunto de meios tecnológicos completamente inovadores:

- novo processo produtivo para os molhos alimentares com vantagens significativas ao nível da qualidade do produto final e redução dos custos de produção, principalmente dos custos energéticos;
- produção de novos produtos, relacionados com a indústria alimentar, que até então a empresa não produzia por falta de capacidade técnica.

O investimento principal consistiu na introdução de duas linhas produtivas para a área de molhos alimentares, tecnologicamente avançadas, e que produzem com recurso a um novo e inovador processo de fabrico a frio, ao contrário do anterior que produzia os molhos a quente.

Este novo sistema permite fabricar os produtos com uma maior qualidade final, em menos tempo, e com menores custos de produção, principalmente ao nível dos custos energéticos. A capacidade produtiva duplicou em relação à capacidade instalada, aumentando simultaneamente a qualidade do produto acabado. Este aumento de produção está principalmente relacionado com a redução do tempo exigido pelo processo produtivo, deixando o sistema de funcionar por ciclos, passando a funcionar em contínuo.

Com este método produtivo, é também possível produzir novos produtos que até então a empresa não produzia, como é o caso de molhos de cozinha à base de tomate, bolonhesa, refogado de cebola, etc, e permitirá mesmo produzir novos produtos não



existentes no mercado, como é o caso de reduções de vinagre com frutas, molhos com pedaços de dimensão considerável.

Resultados Este processo já foi totalmente testado, bem como os produtos resultantes deste método de fabrico foram submetidos a rigorosos e exaustivos testes laboratoriais, quer pela empresa, quer por reconhecidos laboratórios independentes, tendo-se obtido as seguintes conclusões:

- O recurso ao novo processo produtivo permitirá produzir emulsões mais estáveis;
- Redução dos tempos de produção;
- Misturas mais homogéneas;
- Maior facilidade de produção;
- Maior facilidade de higienização;
- Maior garantia de qualidade do produto acabado;
- Manutenção das características ao longo da vida útil do produto (dentro da embalagem);
- O produto mantém-se, por mais tempo, estável e com as características de base, após abertura da embalagem;
- Maior versatilidade do processo produtivo, permitindo a produção de novos produtos para a empresa, e mesmo novos produtos para o mercado, com novas características, como por exemplo:
 - Molhos extra-light, com apenas 2-3% de gordura;
 - Molhos completamente naturais;
 - Molhos sem quaisquer aditivos;
 - Molhos para diabéticos, sem colesterol, sem glúten;
 - Vinagretes tipo espuma /mousse com vinagre e fruta;
 - Pastas de maionese com partículas inteiras;
 - Ketchups de alta qualidade sem deterioração da cor e do aroma;
 - Ketchup com partículas inteiras (pedaços);
 - Sopas com partículas inteiras (pedaços);
 - Molhos para massas como bolonhesa, pesto e massas para pizza;



Este processo produtivo dará uma maior flexibilidade, permitindo a produção de novos produtos, com menores custos de produção, logo uma maior rentabilidade, existindo um total controlo do processo que é totalmente automatizado e portanto sem riscos de erros de operação.

Nota: *Newsletter* | [COMPETE foi fator decisivo no crescimento da Mendes Gonçalves.](#)



Projeto 16 181

Designação do Projeto	Temperos do Mundo
Sistema de Incentivos	SI Qualificação de PME (Proj. Individuais)
Investimento Elegível	€ 400.700,00
Incentivo	€ 179.815,00
Estado	Encerramento
Grau Realização	50,63%

Objetivos Aumentar o peso e o volume das vendas internacionais.

Atividades/Resultados Tratou-se de um projeto exclusivamente de internacionalização, que consistiu num conjunto de ações com vista ao aumento do volume e do peso dos negócios internacionais, realizou-se um estudo de mercado, produção de material promocional, material de exposição, vídeo promocionais, realização de ações de contacto com os mercados internacionais, participação em feiras internacionais e inserção de publicidade em jornais e em outdoors em diversos mercados.



Projeto 24 548

Designação do Projeto	Consolidação do Núcleo de I&DT da Mendes Gonçalves
Sistema de Incentivos	SI I&DT (Núcleos)
Investimento Elegível	€ 493.994,76
Incentivo	€ 197.597,90
Estado	Encerramento
Grau Realização	95,51%

Objetivos O projeto tem objetivo a promoção do up-grade da MG para patamares mais elevados de desenvolvimento tecnológico e de inovação, através da consolidação do seu departamento de I&D (neste momento, apenas com 1 colaborador e sem equipamentos laboratoriais internos, tendo recorrido a equipamentos externos) enquanto unidade estruturada com características de permanência e dedicadas exclusivamente a atividades de I&DT, dotando esse departamento de competências humanas e materiais próprias indispensáveis à sua intervenção.

O Núcleo de I&DT teve dois projetos associados ao longo de 3 anos, tendo em conta as duas principais áreas de negócio da Empresa, vinagres e molhos.

Nos vinagres o principal objetivo foi o desenvolvimento de uma gama de vinagres de fruta, que conjugam frutos de determinadas regiões de Portugal. A utilização destas matérias-primas permitiu a obtenção de produtos únicos a nível sensorial, nutricional e funcional que são uma mais-valia para o sector vinagreiro.

O projeto pretende valorizar os frutos tais como a Maçã de Alcobaça, Pêra Rocha do Oeste, Figo de Torres Novas o Tomate do Ribatejo entre outras, como matéria-prima base de produção de vinagre, de modo a tirar partido das propriedades aromáticas de diferentes combinações, assim como valorizar as matérias-primas Portuguesas que têm comprovadas propriedades nutricionais e funcionais.

Atividades/Resultados As atividades do Núcleo de I&DT nos primeiros anos estariam em torno de dois temas principais, que englobam as duas principais áreas de negócio da Mendes Gonçalves, os vinagres e os molhos:



- Comparação das propriedades sensoriais e funcionais de vinagre produzido por métodos tradicionais e pelo método industrial.
- Estabilidade e avaliação sensorial de emulsões, produzidas com vinagres obtidos por métodos tradicionais e pelo método industrial.

A instalação de uma sala de análise sensorial, assim como a formação de um painel interno era outros dos objetivos deste projeto, sendo também necessário mais conhecimento técnico à empresa, dentro da área laboratorial/sensorial. Na área dos molhos com um constante crescimento e crescente expansão pelos mercados externos, existia uma necessidade de aprofundar o conhecimento na área da estabilidade das emulsões e da avaliação sensorial. Os dois temas focados no projeto, têm uma abrangência tal, que implica um desenvolvimento estruturado de diversas áreas inerentes.

Com o desenvolvimento do projeto e consoante se foram implementando e levando a cabo as atividades, houve um crescimento necessário inerente, quer em termos de recursos humanos especializados quer em termos de equipamentos tecnológicos e condições físicas. Toda esta estruturação e gestão também foi auxiliada com a certificação do Sistema de Gestão de IDI, que foi certificado e que também foi um dos objetivos.

Depois de dois anos do projeto, a equipa de I&D passou de 3 quadros técnicos superiores para 8 quadros técnicos superiores, o que demonstra claramente resultados positivos na aposta da consolidação do Núcleo de I&D da Mendes Gonçalves. Para além do reforço dos quadros técnicos, também o investimento em análise sensorial, laboratório de microbiologia e equipamentos, permitiram um maior controlo analítico dos produtos e também uma maior capacidade de investigação e desenvolvimento de novos produtos.



Projeto 27 110

Designação do Projeto	Industrialização de molhos inovadores resultantes da atividade do Núcleo interno de I&DT da Mendes Gonçalves (MG)
Sistema de Incentivos	SI Inovação (Geral)
Investimento Elegível	€ 1.611.293,94
Incentivo	€ 1.047.341,06
Estado	Encerramento
Grau Realização	100,0%

Objetivos Produção de novos bens através da aplicação de conhecimento gerado internamente através do seu Núcleo de I&DT.

O projeto promove a inovação no tecido empresarial pela via da produção de novos bens, permitindo que a empresa reforce o seu posicionamento nos mercados internacionais.

Os produtos, fruto da atividade do Núcleo de I&DT da MG, foram desenvolvidos de forma pioneira.

Atividades/Resultados Compra de equipamento para a produção e comercialização de:

- i) Molhos Picantes Com Frutas;
- ii) Pastas de Azeite e Ervas para temperar;
- iii) Pasta de Azeitonas em Embalagem Top-Down; e
- iv) Hummus.

Produtos gerados internamente através do seu Núcleo de I&DT.

Projeto 30 230

Designação do Projeto	SAUCEALTH - Desenvolvimento de novos e inovadores molhos mais saudáveis e seguros
Sistema de Incentivos	SI I&DT (Proj. de Empresas em Co-Promoção)
Investimento Elegível	€ 283.206,36
Incentivo	€ 198.529,53
Estado	Encerramento
Grau Realização	94,11%

Objetivos O projeto Sauealth teve como principal objetivo o desenvolvimento de molhos, nomeadamente maionese, ketchup e mostarda, mais saudáveis e seguros, através de formulações com reduzidos teores de gordura e sal e sem recurso a antimicrobianos e antioxidantes sintéticos, mantendo os atributos organoléticos dos referidos produtos.

Atividades/Resultados

- Procurar dispersar e alargar o seu leque de produtos;
- Dinamizar o mercado internacional com um novo e inovador produto (molhos mais saudáveis e seguros);
- Induzir e contribuir para a internacionalização da empresa com base num produto exportável;
- Tornar-se menos dependente da grande distribuição alimentar (marca branca), procurando um novo produto MG;
- Diferenciar-se da concorrência nacional e internacional, apostando na consolidação das marcas próprias da MG.

Assim sendo, na base de todo o projecto, está o crescente aumento da procura de produtos que atuem na vertente de "bem-estar" associada a um modo de vida saudável. O objetivo económico do projeto que determinou o interesse da MG foi o crescente aumento da procura de produtos inovadores, com qualidade, segurança e preço.

Concluimos o projeto com sucesso!

Para que possa conhecer os molhos mais saudáveis que conseguimos desenvolver, aqui ficam os resultados finais



Fonte da imagem: [site](#).

Projeto 33 336

Designação do Projeto	Adoção de novos e significativamente melhorados processos e métodos de fabrico e de logística interna e organizacionais para suporte à industrialização do I&DT da Mendes Gonçalves
Sistema de Incentivos	SI Inovação (Geral)
Investimento Elegível	€ 1.709.316,61
Incentivo	€ 940.124,14
Estado	Encerramento
Grau Realização	100,00%

Objetivos Este projeto é um complemento e uma continuidade natural do anterior projeto de investimento SI Inovação, desta forma para dotar a MG de novas capacidades de resposta através de novos métodos de fabrico e organizacionais, que visem a produção dos novos produtos (I&DT) e dar resposta ao mercado internacional.

Projeto focado exclusivamente na melhoria dos processos e métodos de fabrico, no que concerne à:

- Embalagem;
- Logística interna - ao acondicionamento de matérias-primas e produto final pronto para embalamento, processo de limpeza e desinfeção dos produtos;
- Inclusão de novas técnicas de rotulagem;
- Introdução de tecnologias de informação inerente ao processo de fabrico e respetivo controlo.

De salientar que, tal como no referido projeto anterior, todo o investimento da MG está suportado pela estratégia de internacionalização da empresa, fortemente alicerçada na sua capacidade de inovação, tendo-lhe já valido alguns prémios em feiras internacionais, bem como, a integração da rede COTEC das empresas inovadoras.

Projeto 35 477

Designação do Projeto	Internacionalização sustentada com novas marcas e novos produtos e alargamento a novos mercados
Sistema de Incentivos	SI Qualif. PME (Individuais)
Investimento Elegível	€ 622.408,83
Incentivo	€ 261.279,82
Estado	Encerramento
Grau Realização	79,24%

Objetivos Neste âmbito, é de referir que o mercado externo foi responsável, em 2011, por cerca de 15% das vendas da empresa, cerca de 2 milhões de euros, pretendendo a MG alargar a sua intervenção a este nível, quer nos países onde já atua, como Angola, Moçambique, Brasil, Estados Unidos da América e Reino Unido, quer entrando também em países como Marrocos, Argélia, Tunísia, Jordânia, EAU, Líbano, Alemanha, Gana e Venezuela.

Com este objetivo, a empresa tem em curso, desde 2010, investimentos na área da promoção internacional com vista a aumentar as suas vendas internacionais.

Este novo projeto de internacionalização, para o triénio 2013-2015, teve uma nova abordagem ao mercado internacional, em virtude da reestruturação das marcas e imagem utilizadas pela empresa, bem como, a necessidade de introduzir novos produtos no mercado, oriundos das atividades e consequentes resultados de investigação e desenvolvimento, tanto a nível interno, como em parceria com Universidades.

Atividades/Resultados

- Propriedade industrial, visto que compreende a proteção de marcas da Mendes Gonçalves, S.A. (MG) que foram objeto do projeto de investimento ("le diaboledin", "paladin" e "sacana").

De salientar que para os países em que a MG já apresenta vendas em 2011, a nova estratégia de internacionalização está associada às novas marcas - "sacana" e "le diaboledin" -, à nova política de marketing e internacionalização apresentada neste projeto - com o reposicionamento da marca "paladin" - e a



nova abordagem internacionalização permitirá à empresa alargar o número de clientes, passar a comercializar os novos produtos oriundos do I&D interno da empresa sob essas marcas, passar a comercializar novos produtos atrás indicados e alargar o número de clientes fora das regiões em que atualmente já tem clientes;

- Desenvolvimento e engenharia de produtos, serviços e processos, visto que compreende a melhoria das capacidades de desenvolvimento de produtos, processos e serviços, designadamente pelo reforço das capacidades laboratoriais, pelo conjunto de equipamentos a adquirir, bem como, as licenças necessárias e a consultoria;
- Organização e gestão e tecnologias de informação e comunicação (TIC);
- Qualidade, compreendendo a certificação de produtos e serviços;
- Internacionalização - conhecimento de mercados, desenvolvimento e promoção internacional de marcas, prospeção e presença em mercados internacionais e promoção e marketing internacional.



SUMOL COMPAL

A SUMOL+COMPAL Marcas, S.A. surge da fusão da SUMOLIS Gestão de Marcas com a COMPAL, concretizando-se assim um projeto estruturante no sector de bebidas em Portugal, iniciado em finais de 2005.

A SUMOL+COMPAL Marcas desenvolve fundamentalmente a sua atividade na gestão de marcas de bebidas de alta rotação, atuando por isso nos mercados de refrigerantes, bebidas nutricionais, águas e cervejas, mercados estes que em conjunto valeram no ano de 2008 cerca de 2.630 milhões de litros.

A empresa está cotada na Euronext Lisbon e é a única empresa portuguesa de bebidas cotada, bem como a única empresa sob controlo de gestão exclusivamente português que lidera alguns dos segmentos de mercados de bebidas de alta rotação.

As infra-estruturas da empresa repartem-se entre a sede social, 4 unidades fabris distintas, um centro de I&D e Qualidade e vários centros de logística.



Face à diversidade de produtos que engloba no seu volume de negócio, a empresa dispõe de unidades de produção específicas para cada categoria, designadamente:

1. **Fábrica de Vila Flor** - unidade de enchimento de água gasocarbónica natural, de marca FRIZE.

Com o lançamento da gama FRIZE aromas, esta unidade industrial teve de ser melhorada, tendo-se construído uma sala de formulação para a realização da adição de aromas, assim como a instalação de novos equipamentos. A grande aceitação de mercado desta nova aposta levou a empresa em 2004 a aumentar a capacidade de produção desta unidade industrial, passando a dispor de uma capacidade total de enchimento de 65 mil litros de água/hora em garrafas de vidro de 25 e 75 cl. De referir ainda que associado a este aumento de produção, a empresa teve de realizar um novo furo de captação de água para acompanhar a dinâmica da marca FRIZE.

2. **Fábrica de Gouveia** - linha de engarrafamento da água da fonte da Videeira, a Água Serra da Estrela.

3. **Fábrica de Pombal** - unidade responsável pela produção das marcas SUMOL, Seven Up, Tagus, Lipton Ice Tea e Guaraná Antarctica, entre outras, com um volume de produção de refrigerantes e cerveja que ultrapassa os 200 milhões de litros/ano, num total de cerca de 300 referências.

Com uma área total de cerca de 70.000 m² e uma capacidade instalada de 2 milhões de litros/dia, a unidade industrial de Pombal têm atualmente 10 linhas de enchimento operacionais e cerca de 250 colaboradores.

Esta unidade industrial possui Certificação da Qualidade ao abrigo da Norma ISO 9001, Certificação de Sistema de Gestão Ambiental de acordo com as especificações da Norma ISO 14001e o Registo EMAS II para a produção de bebidas, sendo esta certificação um marco importante para a empresa e o seu percurso na gestão ambiental, constituindo-se assim na 1^a empresa do ramo de bebidas em Portugal a conseguir obter o reconhecimento de um Desempenho Ambiental de excelência e transparência. Em Portugal e até à data só existem 82 empresas com o Registo EMAS.

4. **Fábrica de Almeirim** - toda a linha COMPAL, designadamente sumos, néctares, refrigerantes sem gás e produção de vegetais enlatados, derivados de tomate, concentrado de tomate e polpas de fruta.

Esta unidade dispõe de uma área coberta total de 40.000 m² e produz 160.000 toneladas/ano, apesar de estar capacitada para produzir um total de 250.000 toneladas/ano.

Esta unidade industrial conta com 18 linhas de produção, sendo elas: 8 linhas de enchimento de embalagens de cartão asséptico, 2 linhas de enchimento de embalagens de Pet asséptico, 3 linhas de enchimento de embalagens de vidro, 1 linha de enchimento de vegetais em lata, 2 linhas de transformação de fruta, 1 linha de transformação de tomate em concentrado e 1 linha de enchimento de bisnagas de concentrado de tomate.



Fonte da imagem: [site](#).



Projeto 12 007

Designação do Projeto	NATUREXT - Extratos Naturais de Subprodutos Agroalimentares
Sistema de Incentivos	SI I&DT (Proj. de Empresas Individuais)
Investimento Elegível	€ 316.321,69
Incentivo	€ 109.540,84
Estado	Encerramento
Grau Realização	74,67%

Objetivos Como objetivos genéricos do presente projeto de I&D destacam-se:

- Obtenção de extratos naturais a partir de resíduos/subprodutos da indústria agroalimentar, com elevada bioatividade benéfica, para a produção de ingredientes funcionais com aplicação na indústria alimentar.
- Desenvolvimento de bebidas funcionais diferenciadoras, com sustentação adequada da alegação realizada.

Atividades/Resultados

1. O objetivo final do projeto foi o desenvolvimento de bebidas funcionais diferenciadoras, no eixo nutrição e saúde, e teve sempre em conta as preferências e necessidades do mercado.
2. Garantir uma produção decorrente de processos sustentáveis, tecnologicamente eficientes e a partir de matérias-primas sustentáveis: Um dos objetivos intermédios do projeto foi a obtenção de ingredientes bioativos a partir de resíduos/subprodutos da indústria agroalimentar. Foram realizados os ensaios previstos, com otimização e produção industrial dos extratos.

Um dos focos em termos de processo foi a utilização de tecnologias limpas e eficientes. Adicionalmente trabalhou-se sempre com matérias-primas (resíduos de fruta) resultantes de subprodutos de outras indústrias agroalimentares, nacionais, preferencialmente com maior proximidade da zona da fábrica de Almeirim (localizada na região do Ribatejo), contribuindo assim para uma maior sustentabilidade das matérias-primas do projeto.

- Garantir uma maior cooperação dos diversos atores presentes no sector, nomeadamente: i) Entidades de I&D e Universidades/Indústria; ii) Ligações interempresariais verticais (cliente-fornecedor) e horizontais (empresas complementares); iii) Consumidores/Produtores.
- Continuar a forte aposta na I&D do sector, captando novas oportunidades associadas à modernização dos equipamentos, matérias-primas e tendências do consumidor.

Nesse sentido participou, durante a execução deste projeto, de um *workshop* promovido pelo Agrocluster do Ribatejo, em parceria com a NERSANT, denominado por **A conservação e embalagem asséptica de produtos alimentares**. O que se verificou, e é reportado em diversos artigos científicos, é que os extratos naturais de fruta têm ação como conservantes naturais. Nesse sentido reforçam a conservação dos alimentos, mantendo as suas características organoléticas.



Projeto 30 355

Designação do Projeto	FNA - Bebidas Fermentadas
Sistema de Incentivos	SI I&DT (Proj. de Empresas Individuais)
Investimento Elegível	€ 799.968,92
Incentivo	€ 426.741,93
Estado	Encerramento
Grau Realização	96,22%

Objetivos O Projeto FNA visa obter um produto à base de fruta, com todos os benefícios que a fruta possui e proporciona, mas com uma redução significativa do açúcar.

Assim, o projeto pretende gerar conhecimentos técnico-científicos inovadores, fundamentais para a resolução de alguns constrangimentos, a saber:

- Perceção negativa, por parte dos consumidores, do teor de açúcar existente em alimentos e bebidas;
- Não existência de sumos de frutos em que, uma parte significativa do açúcar original / natural do alimento ou bebida tenha sido removido, resultando num produto final com um elevado valor nutricional por caloria;
- Necessidade de redução do teor de açúcar em sumos de frutos por uma via que seja percecionada pelos consumidores como natural, conseguindo igualmente as características sensoriais finais sejam claramente adequadas ao mercado.

Atividades/Resultados

O projeto FNA permitirá contribuir para o desenvolvimento de:

- Soluções de fermentação de sumos de frutos para redução significativa do teor de açúcar, mas com baixa produção de álcool;
- Soluções para remoção de álcool de produtos com polpa de fruta, de forma seletiva (não removendo compostos de valor nutricional e sensorial);
- Soluções para remoção da perceção do sabor ácido de bebidas com polpa de frutos;

- Soluções de estabilização da polpa em bebidas fermentadas;
- Soluções combinadas de processos biológicos e físico-químicos, que viabilizem a produção industrial e capacitem de forma flexível para a produção de bebidas fermentadas inovadoras.



Nota: Newsletter | [A inovação chega às bebidas fermentadas \(fonte da imagem\).](#)

Queijos Tété

A Tété é uma empresa nacional de laticínios com mais de cinquenta anos.

- 1960** | Pela mão da primeira geração, a família Amaro inicia a produção de queijos frescos. Uma produção pequena e tradicional, inicialmente para fazer escoar o leite da sua pequena exploração de vacas leiteiras.
- 1976** | Os conhecimentos até aí adquiridos são passados à segunda geração da família.
- 1985** | A Tété inicia uma produção mais industrializada, diversificando, também por essa via, a oferta de queijos.
- 1998** | Inicia a produção de requeijão e de queijos curados. Com um investimento superior a dois milhões de euros, a Tété inaugura as suas atuais instalações, dotadas de um laboratório, para garantir um acompanhamento contínuo e mais rigoroso ao processo de fabrico; e de uma E.T.A.R., visando a diminuição do impacto ambiental provocado pela produção de laticínios.
- 2002** | Introduz o requeijão com alho e ervas aromáticas; o requeijão com doce de abóbora; e o requeijão de mistura de vaca e ovelha.
- 2008** | Inicia a produção de queijo fresco de cabra.
- 2010** | A empresa passa a ser administrada pela terceira geração da família Amaro.
- 2013** | Inicia a produção de manteigas de cabra, ovelha e vaca, e de queijo fresco de ovelha.



Curiosidades

O concurso Queijos de Portugal, organizado pela ANIL (Associação Nacional dos Industriais de Lacticínios), distinguiu o requeijão de vaca, o requeijão de cabra e o requeijão de mistura da Tété como os melhores de 2015, nas categorias respectivas. A empresa obteve, ainda, uma menção honrosa no queijo fresco de cabra, ficando este entre os três melhores daquele segmento de produto.



Fonte das imagens: [site](#).

Nota: Não tem projetos Cofinanciados (Nem QREN nem Portugal 2020).

GELPEIXE

Empresa familiar, fundada por Francisco Tarré e os seus dois filhos, Manuel e Joaquim Tarré, liderada atualmente por Manuel Tarré e com um futuro assegurado por uma equipa de profissionais de exceção. Esta evolução constitui uma responsabilidade acrescida e um desafio constante.

A relação de confiança que estabelece com os clientes, os rigorosos padrões de qualidade de seleção dos fornecedores e as Certificações de acordo com as normas NP EN ISO 9001:2000 e NP EN ISO 22000:2005, fazem da Gelpeixe uma empresa com grande credibilidade e valor no mercado atual.

No mercado desde 21 de Janeiro de 1977. A atividade baseia-se na transformação e comercialização de alimentos ultracongelados e as instalações situam-se em Loures, Portugal, com uma área de construção de mais de 10.000 m² e uma capacidade de armazenamento de mais de 20.000 m³.



Fonte das imagens: [site](#).

Curiosidades

2014 Lançamento da nova marca Gelpeixe Junior

2013 3º Lugar Melhores Empresas para trabalhar - Setor Indústria (revista Exame)

2013 3º Prémio Melhor Gestor de Pessoas para Emília Aguiar (Diretora de Recursos Humanos) (RH Marca Pessoal)

2013 1º Prémio Masters da Distribuição - Figura do Ano da Produção para Manuel Tarré (CEO) (revista Distribuição Hoje)

2012 1º Prémio Melhor Gestor de Pessoas para Ricardo Figueiredo (Diretor de Produção) (RH Marca Pessoal).

2012 1º Lugar das Médias Empresas no Prémio Excelência no Trabalho (Diário Económico)

2012 Distinção PME Excelência (IAPMEI)

2011 Volume de faturação chega aos 50 milhões de euros

Nota: QREN: Projeto de SI Qualif. PME (Individuais e Cooperação) no POLisboa.

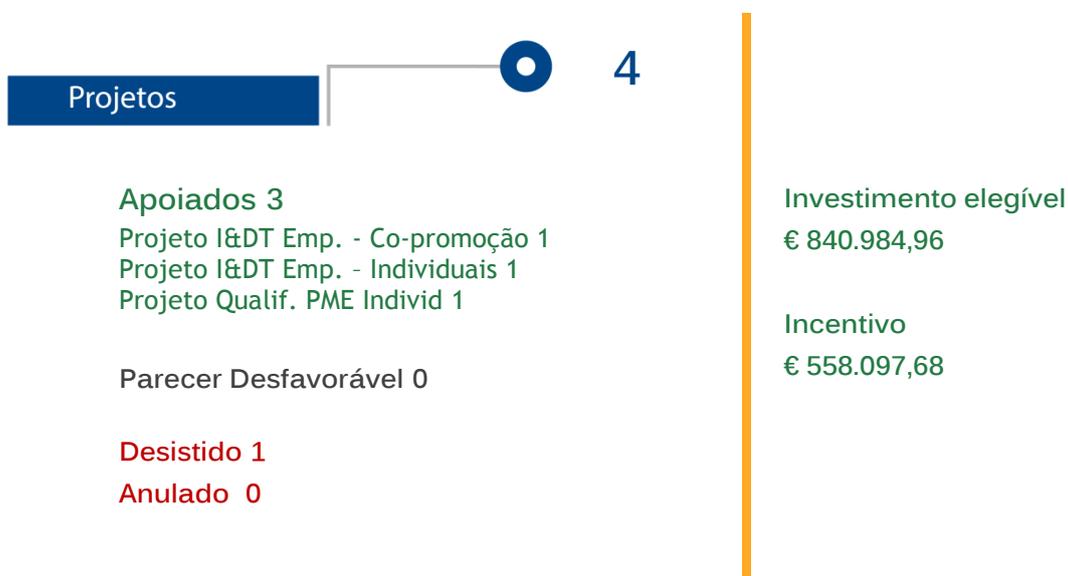
Ernesto Morgado, SA

Fundada em 1920, no Vale do Mondego, a Ernesto Morgado SA. é a mais antiga indústria de arroz em Portugal.

Uma história de tradição familiar mas também de constante modernização que tem levado a Ernesto Morgado em busca de novos desafios para produzir um arroz único: Pato Real.

É a mais antiga indústria e distribuição de arroz em Portugal.

- PME com estrutura familiar
- 3ª geração na Direção e 4ª nos quadros
- Acesso privilegiado à matéria prima proveniente das terras dos agricultores da região e das terras da família fundadora
- Criação de longas e fortes relações com os agricultores da região.





Cultura de Inovação Competitividade e Diferenciação da Marca



Fonte das imagens: [site](#).



Projeto 3 392

Designação do Projeto	RAPIDARROZ - Desenvolvimento de novos processos integrados de secagem de arroz e ingredientes de receitas de arroz tradicionais portuguesas utilizando matérias-primas nacionais
Sistema de Incentivos	SI I&DT (Proj. de Empresas em Co-Promoção)
Investimento Elegível	€ 302.187,07
Incentivo	€ 226.640,31
Estado	Encerrado
Grau Realização	77,45%

Objetivos O projeto desenvolveu novos processos de secagem economicamente viáveis e capazes de obter produtos com a elevada qualidade desejada. Deste modo a empresa pode produzir os ingredientes a partir de matéria-prima nacional, nomeadamente o arroz carolino produzido na região, melhorando as margens e o valor de produção nacional. O projeto estudou ainda as soluções de embalagem e analisou o tempo de vida e as cinéticas de degradação do produto durante armazenamento em diferentes sistemas de embalagem. Desenvolveu e implementou a certificação do sistema de gestão da inovação na empresa.

Os principais objetivos do projeto são os seguintes:

- Análise dos efeitos individuais e sinérgicos de aditivação química e enzimática na qualidade de arroz cozido e seco a ar quente.
- Análise do efeito de pré-tratamentos (demolha, pré-vaporização e pré-cozimento a vapor) e tecnologias de secagem (pré-secagem osmótica com polissacáridos, secagem a vácuo e com micro-ondas) na qualidade de arroz desidratado.
- Análise do efeito de tecnologias de secagem (pré-secagem osmótica com polissacáridos, secagem a vácuo, com micro-ondas e a vapor sobreaquecido) na qualidade de legumes, feijão e tomate desidratado.

- Determinação das cinéticas de rehidratação dos produtos ótimos desenvolvidos nos pontos 1, 2 e 3 e dos fatores de qualidade do produto reconstituído.
- Estabelecimento das melhores soluções de embalagem e determinação do tempo de vida do produto.

Atividades/Resultados O objetivo fundamental do projeto é o desenvolvimento de métodos de processamento de arroz e outros ingredientes por secagem de modo a obter produtos ditos 'arroz instantâneo'. A empresa produziu e vendeu este tipo de produtos utilizando matérias-primas importadas entre 2007 e 2011. O objetivo tem dois fins, um de ordem financeira imediata de diminuir o custo das matérias primas e outro de valor, procurando atingir níveis de qualidade superior para o produto final, de modo a competir melhor no mercado nas duas vertentes.

O projeto foi dividido em 4 grandes áreas

- (1) estudo do efeito de aditivização química e enzimática para melhoria do comportamento do arroz;
- (2) estudo de diferentes processamentos e pré-processamentos (subdividido em a-arroz, b-legumes);
- (3) cinéticas de reidratação e qualidade dos novos produtos;
- (4) embalagem e tempo de vida dos novos produtos.

O objetivo de produzir arroz desidratado, solto, com boa qualidade sensorial e que rehidrate dentro de 10 minutos, conforme o arroz importado, foi conseguido.

O objetivo de produzir alguns legumes desidratados com boa qualidade foi igualmente atingido. Os produtos obtidos foram francamente melhores que os comprados atualmente (pimento verde, pimento vermelho, cenoura e ervilhas).

A utilização de micro-ondas foi estudada em maior detalhe, o consumidor associa o micro-ondas a maior comodidade. As ações de promoção do produto que a empresa vende (com ingredientes importados) e as respostas dos consumidores mostraram que a vantagem de não precisar de panela e não ir ao forno necessitando de atenção (versus micro-ondas em que se carrega num botão "e pronto") são um aspeto com uma perceção muito positiva. A pré-secagem osmótica oferece vantagens em termos de qualidade para os legumes rehidratados em micro-ondas.

Adicionalmente foi feita uma caracterização dos sistemas de embalagem usados no mercado Português para refeições prontas à base de arroz.

Os ensaios de textura de arroz após rehidratação foram realizados para o arroz e para a mistura de condimentos. As propriedades barreira da embalagem foram estudadas em detalhe, no que diz respeito à permeabilidade ao vapor de água, ao oxigénio e a influência das soldas na barreira global do sistema. Foram também estudados aspetos da segurança da embalagem.

Consórcio O projeto inclui cooperação com uma instituição do SCT português (Universidade Católica Portuguesa, Escola Superior de Biotecnologia) que é autorizada a publicar livremente os resultados da sua parte do trabalho.

O projeto incluiu a cooperação internacional com a instituição University College Cork, Department of Process & Chemical Engineering, na República da Irlanda, onde decorreram parte dos trabalhos, no âmbito de um protocolo de cooperação bilateral.



Projeto 24 809

Designação do Projeto	InovArroz - Desenvolvimento de sobremesas fermentadas e não fermentadas com base em arroz com propriedades funcionais e inovadoras
Sistema de Incentivos	SI I&DT (Proj. de Empresas Individuais)
Investimento Elegível	€ 300.594,86
Incentivo	€ 194.887,82
Estado	Encerrado
Grau Realização	84,98%

Objetivos O projeto consiste no desenvolvimento de uma gama de sobremesas com base em arroz com longo tempo de vida, sem necessidade de rede de frio, incluindo produtos com características dietéticas e funcionais inovadoras, permitindo maximizar o potencial de exportação.

O principal objetivo do projeto é o desenvolvimento de novos tipos de sobremesas de arroz, explorando diversas opções, desde sobremesas mais tradicionais tipo arroz doce, a produtos inovadores com base em arroz, fermentados, e com composição nutricional adequada a diversos objetivos dietéticos e funcionais, produtos tipo - iogurte/snacks/sobremesas

O projeto atingiu os objetivos propostos, com bons resultados, tendo sido desenvolvidos produtos com base em arroz, fermentados e não-fermentados, com bom potencial comercial.

Atividades/Resultados O projeto atingiu os objetivos propostos, com bons resultados, tendo sido desenvolvidos produtos com base em arroz, fermentados e não-fermentados, com bom potencial comercial.

Nota: [Newsletter | InovArroz Sobremesas à base arroz com propriedades funcionais e inovadoras](#)

Projeto 26 006

Designação do Projeto	Ernesto Morgado Internacional - Rumo aos mercados externos
Sistema de Incentivos	SI Qualif. PME (Individuais)
Investimento Elegível	€ 238.203,03
Incentivo	€ 136.569,55
Estado	Encerrado
Grau Realização	32,46%

Objetivos Apostar na internacionalização através de um plano integrado de presença em certames internacionais de relevo para o sector em que a Ernesto Morgado se insere e em ações de prospeção em mercados internacionais com resposta evidente às ameaças crescentes em termos concorrenciais mas fundamentalmente pelo aproveitamento das oportunidades de mercado, que permitirão à Ernesto Morgado o alargamento dos mesmos e a aquisição de maior escala e globalização da empresa.

Atividades/Resultados Foram realizados investimentos direcionados para o público-alvo que se pretende alcançar com ações de prospeção e presença em certames, nomeadamente com a apresentação da empresa e dos seus produtos no sentido de proporcionar ao público-alvo/potenciais clientes a possibilidade de aferir a capacidade da empresa de fornecer um produtos de qualidade e diferenciadores aos demais players que se apresentam no mercado, a um preço competitivo para os mesmos, nomeadamente ao nível dos Mass Market através das marcas brancas e do mercado da saúde das refeições.

Com a prossecução dos investimentos preconizados nesta tipologia, procura-se objetivar a consolidação dos mercados atuais (França e Suíça), através da procura de mais distribuidores e pretende-se uma forte intervenção em mercados onde a empresa não atua, nomeadamente, Espanha, Luxemburgo, Reino Unido, Alemanha, Brasil, Moçambique e Angola, uma vez que são mercados com potencial através de ações de prospeção e participação em certames internacionais.

Para além desses novos mercados existirá uma aposta nos mercados (Holanda, Bélgica, Suécia, Dinamarca, Áustria e Africa do Sul), que atualmente a empresa não está presente e pretende entrar através do desenvolvimento de novos produtos,



nomeadamente, na linha das sobremesas com base em arroz, sobremesas de produtos de valor dietético, sobremesas fermentadas com micro organismos pro-bióticos e aplicação de nanotecnologias a pro-bióticos para obtenção de novos ingredientes.

No sentido de facilitar a divulgação da empresa e principalmente dos produtos de uma forma rápida e eficaz a Ernesto Morgado pretende ainda desenvolver um site institucional em trilingue, que permitirá divulgar a empresa e os seus produtos, bem como uma zona com receitas, nutrição e bem-estar e uma área pessoal 'AS SUAS RECEITAS' com possibilidade de criar, personalizar e editar livro receitas (área reservada e tornar público). Existirão também, aplicações mobile com catálogo dos produtos e informação, criação de lista de compras e inclusão de receitas. Para além disso, tem previsto, tradução, adaptação e produção de Kit de apresentação gama de produtos em várias línguas (incluindo folheto explicativo em Francês, Inglês e Alemão) e conceção de um filme institucional (Português, Inglês e Francês)..



NUTRE - INDÚSTRIAS ALIMENTARES, SA

A Nutre - Indústrias Alimentares, S.A., pertence ao Grupo Prio que iniciou a sua atividade em 2006 com o intuito de satisfazer o Mercado dos Biocombustíveis (indústria própria em Portugal e na Roménia) através da compra de oleaginosas. Com o desenvolvimento da atividade vê a oportunidade de entrar num novo mercado, o alimentar. Atualmente a empresa, dedica-se à compra de oleaginosas através da angariação de produção e à comercialização de óleos alimentares para marcas de grande distribuição.

A Nutre, S.A. dedica-se ao fabrico de uma linha de determinados alimentos todos produzidos tendo como base e ingrediente principal a soja.

O objeto social é :Indústria alimentar, incluindo a transformação de cereais e leguminosas, moagem de cereais, panificação, pastelaria, fabricação de bolachas, biscoitos, tostas e pastelaria de conservação, fabricação de refeições e pratos pré-cozinhados, de sumos de frutos e de produtos hortícolas e de outros produtos alimentares diversos, não especificados e ainda a indústria de bebidas, compreendendo a fabricação de refrigerantes e de outras bebidas não alcoólicas.



A Nutre tem produtos de marca própria:

- - barras de cereais de mirtilo e de coco;
- - batatas fritas;
- - bolinhos de soja;
- - e tem óleos vegetais vendidos para outras marcas.

Vai produzir produtos à base do subproduto Okara, a partir do momento que desenvolver o protótipo visado neste projeto.



BARRAS DE CEREAIS



A Nutre é a única fabricante portuguesa de barras de cereais. Possui a capacidade de desenvolver uma grande variedade de sabores, desde as barras standard, à gama fitness, à de criança e até aos snacks de chocolate. A preocupação nutricional é uma constante, levando a uma procura incessante de produtos mais saudáveis e ajustados às necessidades nutricionais de cada indivíduo.

As barras de cereais aumentam a sensação de saciedade, posicionando-se como um alimento saudável com o benefício acrescido das fibras presentes nos cereais integrais, que contribuem para a regulação do trânsito intestinal. São indicadas para consumo nos intervalos entre refeições



Fonte das imagens: [site](#).

Projetos ao COMPETE 2020: 3

1 Projeto QI PME Submetido (Projetos Individuais - Internacionalização) | Investimento Previsto € 1.099.050,00.

2 Projetos Não elegíveis: 1 QPME (Internacionalização) + 1 QPME (Vale Inovação).

Projeto 30 165

Designação do Projeto	OKARA- Conservação ou Valorização
Sistema de Incentivos	SI I&DT (Proj. de Empresas Individuais)
Investimento Elegível	€ 931.314,60
Incentivo	€ 445.327,82
Estado	Encerrado
Grau Realização	82,16%

Objetivos Com este projeto pretende desenvolver-se um protótipo que possibilite um processo de tratamento e conservação da OKARA e que permita a sua utilização como matéria-prima no sector alimentar. Pretende-se para isso estudar diversas formas de utilização/ conservação e comercialização da OKARA, bem como, desenvolver um protótipo de equipamento para o processo de tratamento e conservação da OKARA economicamente viável, e, que permita assim acrescentar valor a um subproduto resultante da extração de bebida de soja.

Atividades/Resultados

- Levantamento bibliográfico para recolha e estudo da bibliografia existente sobre a Okara;
- Caracterização físico-química e microbiológica da Okara - essencial para conseguir determinar a composição relativa a quantidade de proteína, fibras, açúcares, hidratos de carbono, gorduras, cinzas, humidades e microbiologias como microrganismos mesófilos, bolores e leveduras;
- Estudo e desenvolvimento da Conservação, os investigadores sujeitaram a Okara a diferentes métodos de conservação, avaliaram as alterações sensoriais provocadas pelos diferentes métodos de conservação, avaliaram as alterações físico-químicas ao nível nutricional provocadas pelos diferentes métodos de conservação, estudaram o Shelf-Life para os diferentes métodos de conservação aplicados e avaliaram e selecionaram o material e tipo de embalagem;
- Processamento e Conservação - necessário para selecionar um processo de conservação da Okara e realizar a avaliação físico-química da Okara após a submissão da mesma ao processo de conservação escolhido;



- Avaliação do potencial tecnológico - procurou-se elencar diferentes matérias-primas utilizadas com características tecnológicas semelhantes à Okara:
- Ensaio Laboratorial com a Okara, essencial para formular e ensaiar a Okara em várias famílias de produtos, procedeu-se à avaliação sensorial dos produtos testados e introduziram-se melhorias e adaptações no processo;
- Caracterização final dos produtos obtidos, em que os investigadores realizaram ensaios finais com os produtos obtidos, nomeadamente físico-químicos e microbiológicos e realizaram estudos de Shelf-Life dos produtos testados;
- Desenvolvimento do desenho e arquitetura funcional do protótipo;
- Construção do protótipo. Realizaram-se testes e ensaios ao protótipo, procedeu-se ao patenteamento do equipamento e do processo de tratamento da Okara e deu-se início à divulgação ampla de resultados.



Projeto 17 359

Designação do Projeto	Prio - cluster agro-alimentar à base de soja
Sistema de Incentivos	SI Inovação (Geral)
Investimento Elegível	€ 12.999.210,53
Incentivo	€ 7.151.878,12
Estado	Encerrado
Grau Realização	88,87%

Objetivos A Nutre Industrias alimentares tem como desígnio a integração de toda a cadeia de produção de produtos de soja, desde o grão até ao produto final.

Este projeto consiste na construção de uma unidade produtiva global inovadora de uma gama de produtos completa desde leite e derivados de soja, padaria, pastelaria e refeições, tudo confeccionado com a base em soja. Portanto a empresa irá produzir toda uma nova gama de produtos alimentares para consumo humano à base de soja, única e diferenciadora, de produtos que se enquadram perfeitamente numa das principais tendências privilegiadas pelos consumidores a nível mundial, alimentos seguros e saudáveis, para quem sem preocupa com a saúde e o bem-estar do corpo e mente. Em Portugal será o primeiro produtor global e a empresa pretende ser uma player à escala global, nesta área de negócio.

Atividades/Resultados

O projeto é diferenciador porque utiliza a produção de soja do grupo Prio (com capacidade de produção 10 vezes superior às necessidades de matéria prima desta unidade produtiva), transformando-a em produtos alimentares das mais variadas tipologias: leite de soja, derivados de leite (iogurtes, queijo tofu, sumos, leite aromatizado), padaria e pastelaria (fresca e congelada), criando de uma só vez todo um cluster agroalimentar à base de soja.

A unidade produtiva proporciona a conquista dos mercados internacionais, sendo expectável que a empresa exporte 75% da sua gama de produtos, no início de 2013 para os seguintes países: Espanha, França, Alemanha, Angola, Suécia, Reino Unido.



COMPETE 2020 ao lado de quem cria valor | Agroalimentar



Programa Operacional Competitividade e Internacionalização
Operational Programme for Competitiveness and Internationalisation

NELO KAYAKS

A marca Nelo foi criada em 1978.

Depois de anos de experiência e conhecimento, Nelo começou a aventura internacional. A Inglaterra foi o início de um desenvolvimento exponencial, com base na recolha de informações e experiências.

Nelo é hoje o maior fabricante de canoas do mundo, e sem dúvida um dos melhores. A fábrica tem mais de 7000m² e 100 empregados.

Ao longo dos anos tem vindo a adquirir o conhecimento, tecnologia e know-how para ser capaz de produzir diferentes tipos de barcos e outras peças de compósitos com a mesma habilidade.

Barcos

Desde o início em 1978 Nelo já produziu mais de 30.000 barcos, com uma grande variedade de modelos, construções e tecnologia.

Os primeiros barcos de design próprio remontam ao final dos anos 80 e eram modelos que foram melhorados com base nos desenhos originais, o primeiro projeto totalmente original apareceu a meados dos anos 90.

Hoje todos os modelos são desenhados e concebidos pela empresa com a colaboração do pessoal afeto à empresa com base em 3 fatores principais: desempenho, estabilidade e conforto.



Fonte das imagens: [site](#).

Nota: Não tem projetos Cofinanciados (Nem QREN nem Portugal 2020).



COMPETE 2020 ao lado de quem cria valor | Agroalimentar



Programa Operacional Competitividade e Internacionalização
Operational Programme for Competitiveness and Internationalisation



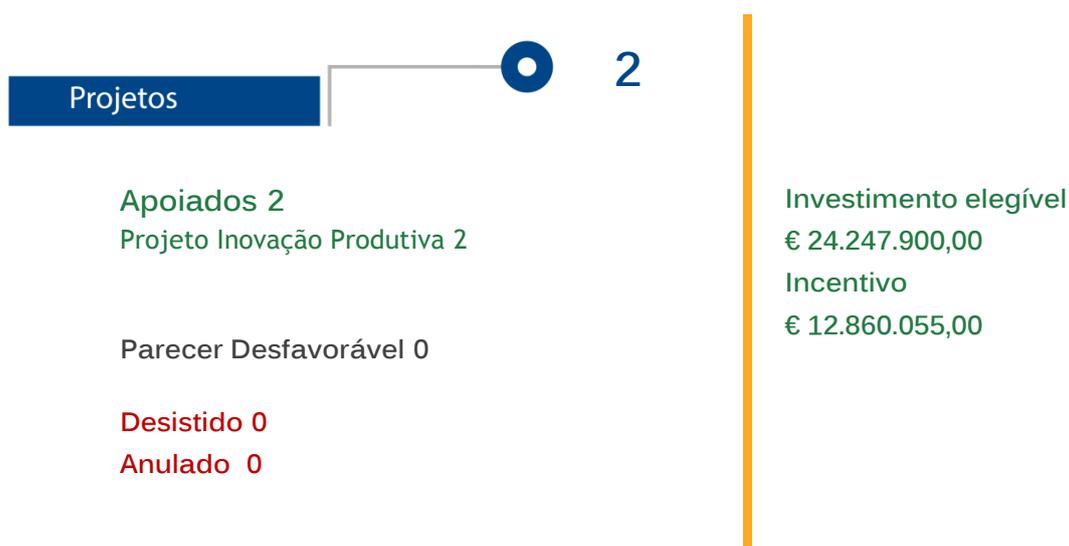
COMPETE 2020 ao lado de quem cria valor | Agroalimentar



Programa Operacional Competitividade e Internacionalização
Operational Programme for Competitiveness and Internationalisation

Cerealis Produtos Alimentares

A Cerealis Produtos Alimentares - CPA - faz parte do Grupo Cerealis, que é uma das maiores unidades nacionais do sector agro-industrial nacional e o líder de mercado português nos sectores de massas alimentícias e de moagens.



CEREALIS - PRODUTOS ALIMENTARES, S.A. empresa vocacionada para a produção e comercialização de produtos destinados ao consumidor final, nomeadamente massas alimentícias, bolachas, cereais de pequeno-almoço, farinhas de usos culinários e produtos refrigerados.

CEREALIS - MOAGENS, S.A. empresa vocacionada para a produção e comercialização de farinhas de trigo e centeio.

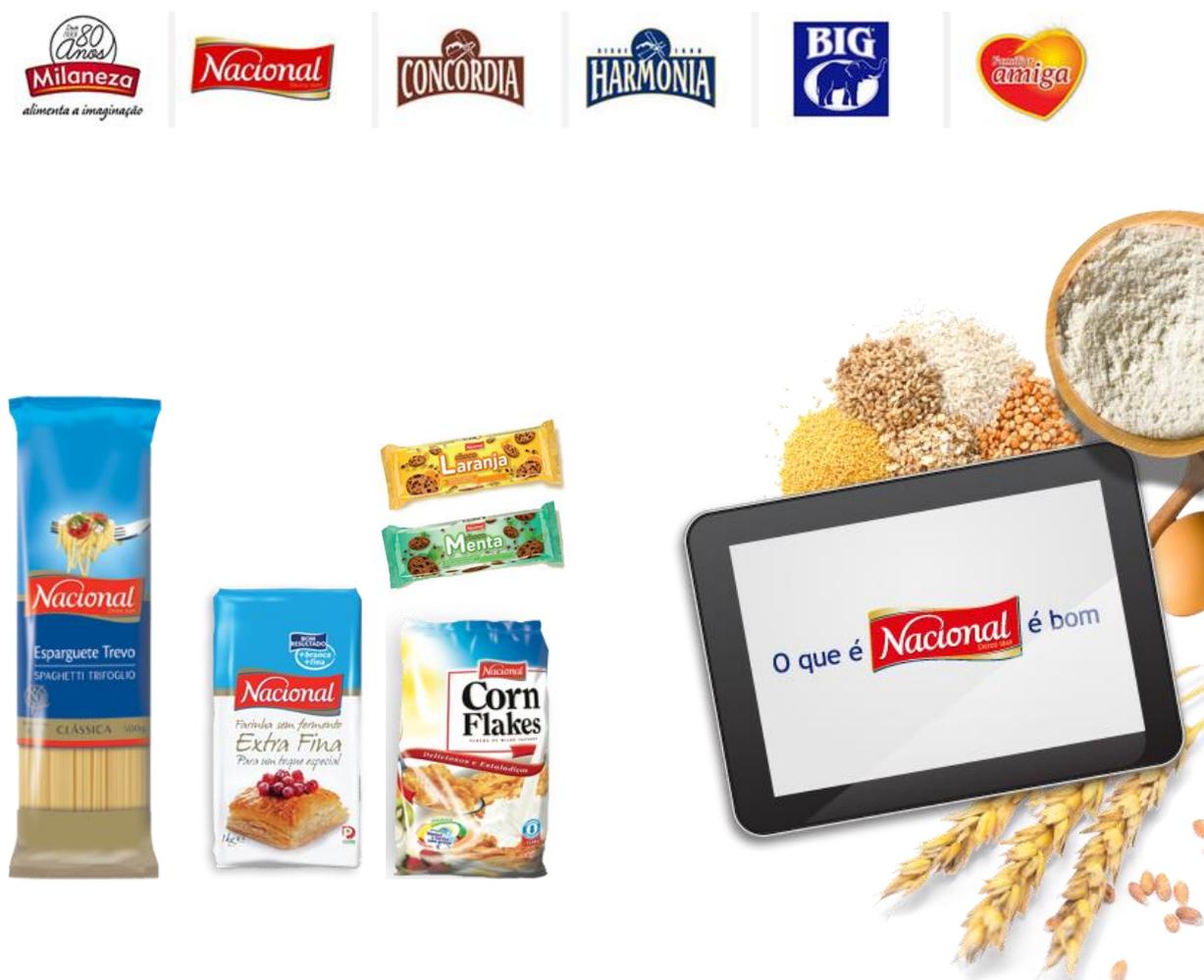
CEREALIS INTERNACIONAL Comércio de Cereais e Derivados, S.A. é a trading que assegura a compra de cereais para a sua transformação nas empresas do Grupo e a exportação dos seus produtos.

Atenta às necessidades e expectativas dos consumidores, a Cerealis aposta no desenvolvimento de produtos, que derivam da transformação de cereais, especialmente de trigo e centeio. A experiência, o saber e a tradição concedem à

Cerealis as qualidades e características necessárias, que a tornam líder do sector agroalimentar em Portugal.

A empresa procura por isso, responder às exigências de qualidade do consumidor, através das suas marcas, disponibilizando produtos de qualidade e ótimo sabor: massas alimentícias, pizzas, refeições preparadas, cereais de pequeno-almoço, bolachas e farinhas para uso culinário e industrial.

Marcas e produtos inovadores, presentes em praticamente todo o mundo, que proporcionam uma alimentação saudável e equilibrada e que poderá ficar a conhecer neste site.



Fonte das imagens: [site](#).

Projeto 4 976

Designação do Projeto	Desenvolvimento e lançamento de novos produtos
Sistema de Incentivos	SI Inovação (Geral)
Investimento Elegível	€ 4.752.900,00
Incentivo	€ 2.137.805,00
Estado	Encerrado
Grau Realização	94,17%

Objetivos Remodelação e modernização tecnológica do silo de trigo de que o Grupo dispõe na unidade de produção de Lisboa, a construção de uma nova moagem de trigo mole na mesma unidade, com capacidade de 700 toneladas/dia, que permitirá encerrar a unidade de Coimbra, concentrando a produção em Lisboa e um conjunto de investimentos na fábrica de cereais de pequeno-almoço do Grupo na Trofa, a desenvolver pela CPA, que envolvem a instalação de uma nova linha de produção, para produtos novos, bem como a construção de um armazém automático (que se integra no domínio da inovação incremental), a remodelação das instalações fabris e a criação de um centro específico para o desenvolvimento de projetos de criação e de lançamento de novos produtos.

Para além dos seus produtos terem por destino os mercados externos, o projeto de investimento da CPA promoverá também a inovação no tecido empresarial. Sobretudo, este investimento numa nova linha de extrusão permitirá um melhor rastreio dos seus produtos de cereais de pequeno-almoço e o alargamento da gama de produtos, nomeadamente ao nível dos extrudidos, cujo mercado apresenta um grande potencial de crescimento.

Esses produtos destinam-se a mercados globais, nomeadamente, Espanha e PALOP's. Estas ações serão naturalmente acompanhadas por esforços ao nível do desenvolvimento de produtos, inovação e lançamento de novos produtos a criar na CPA para esse efeito.



Atividades/Resultados

- O aumento da capacidade de produção de cereais de pequeno-almoço para 11.000 ton e o alargamento do seu portfólio de produtos acabados;
- Melhoria das condições de armazenamento de matérias-primas;
- Melhoria das condições de movimentação de cargas e descargas, do controlo de acessos de mercadorias e pessoas e de produção;
- Melhoria das condições de higiene, segurança e ambientais;
- Obtenção de acréscimos de vendas e uma melhoria da eficiência produtiva.
- Especialização cada vez maior no desenvolvimento e lançamento de novos produtos.



Projeto 13 328

Designação do Projeto	Aumento de escala e criação novos produtos
Sistema de Incentivos	SI Inovação (Geral)
Investimento Elegível	€ 19.495.000,00
Incentivo	€ 10.722.250,00
Estado	Encerrado
Grau Realização	93,45%

Objetivos

- A introdução de novos produtos no mercado, ao nível dos segmentos de cereais para adultos, de massas alimentícias e bolachas;
- O reforço da vertente exportadora da Empresa, para Espanha e para o novo mercado prioritário de Angola, tendo o projeto particular incidência na balança comercial do país pelo aumento de exportação e substituição de importações;
- A obtenção de uma escala mínima de produção que permita uma adequada rentabilização da sua capacidade de produção, para além de permitir a intensificação da estratégia de concentração da sua produção de cereais de pequeno-almoço nas marcas e gamas de distribuidores, satisfazendo um mercado que não é abordado pelas multinacionais que estão instaladas em Portugal;
- O desenvolvimento de novos conceitos de embalamento adaptados às solicitações dos distribuidores;
- A dotação da CPA de novos equipamentos, que permitirão uma significativa poupança energética e ambiental.





Atividades/Resultados

- **Ao nível das massas compridas**

(i) seja possível produzir mais 6.000 toneladas, sobretudo pela resposta à procura que a CPA sente nos mercados doméstico e externos; (ii) seja alargada a gama de produtos, designadamente em termos de massas com novos sabores (com maior valor acrescentado) e em todos os formatos de compridas, (iii) venham a ser integrados mais colaboradores, qualificados, e (iv) os indicadores de exploração possam beneficiar de sinergias que deverão ser originadas pelas alterações a efetuar no equipamento de embalamento (melhorando-se o fim de linha).

- **Ao nível das massas cortadas seja possível aumentar as exportações e capturar maior valor acrescentado pela**

(i) substituição de importações, (ii) introdução de novos produtos pela adição de sabores e introdução de novos formatos, direcionando-os para os mercados de Espanha e França, e (iii) introdução de valências inovadoras na embalagem (que até aqui se caracterizava por ser apenas de transporte, mas que é cada vez mais uma caixa de venda, em expositores), procurando que desempenhe novas funções, sendo mais apelativa para os consumidores, facilitando a sua reposição nas lojas e reduzindo os respetivos custos.

- **Em termos dos cereais de pequeno-almoço**

seja possível potenciar a base atual de clientes, alargando a oferta para um portfolio de produtos que os clientes não tinham até agora.

- **No segmento de bolachas**

os investimentos possam permitir a fabricação de novos produtos que correspondam às mais recentes tendências reveladas pelos consumidores e a adaptação do embalamento às necessidades de novos canais de venda, como sejam o vending e o catering.

Nota: *Newsletters* | [Cerealis é tudo isto: massas alimentícias, bolachas, cereais de pequeno-almoço, farinhas para usos culinários e produtos refrigerados](#)

| [Cerealis aposta na modernização e internacionalização](#)



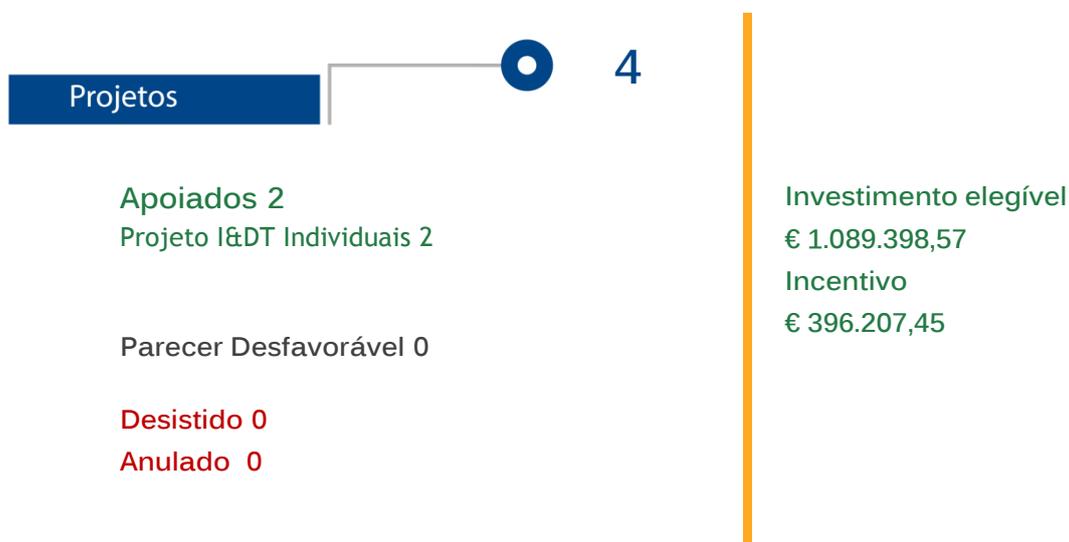
Sogrape Vinhos, SA

A Sogrape foi fundada no ano de 1942, sob a designação de SOGRAPE - Sociedade dos Grandes Vinhos de Mesa de Portugal, Lda, dedicando-se desde logo à produção, vinificação, engarrafamento, armazenagem e distribuição de diversos tipos e qualidades de Vinhos.

A atual sociedade denominada como Sogrape Vinhos, SA tem sede em Avintes-Vila Nova de Gaia.

A Sogrape detém um portfólio variado de marcas próprias de vinhos nomeadamente, Mateus, Gazela, Grão Vasco, Reserva Ferreirinha, Barca Velha, Callabriga, Pena de Pato, Vinha Grande, Esteva, Quinta dos Carvalhais, Vinha do Monte, Herdade do Peso, Sandeman, Ferreira, Offley, entre outras.

A Sogrape Vinhos encontra-se presente nas principais regiões vitivinícolas nacionais (D.O.C. - Vinho Verde, Douro, Porto, Dão, Bairrada e Alentejo) , através de explorações agrícolas que totalizam cerca de 630 ha de vinhas.



A empresa possui 10 centros de vinificação, localizados em diversas regiões nacionais (Mangualde, Barcelos, Vidigueira, Vila Real, Anadia, Mogadouro, Tabuaço, Sabrosa, Vila Nova de Foz Côa, Cambres) e 7 linhas de engarrafamento (3 em Sta. Marinha, 3 em Avintes e 1 na Qta. de Carvalhais - Mangualde). Em termos de Grupo Empresarial,

importa salientar as estruturas implantadas na Argentina (Mendoza), em Espanha (Jerez de la Frontera), Chile (Requínoa) e Nova Zelândia (Marlborough).

Em termos de capacidades, a Sogrape dispõe de uma capacidade de vinificação de 22,9 milhões de litros, uma capacidade de armazenagem de 134,6 milhões de litros e uma capacidade de engarrafamento de 58 mil garrafas/hora.



Fonte das imagens: [site](#).

Projeto 4 586

Designação do Projeto	ICONE - Integração Coerente e Otimização de Núcleos de Excelência
Sistema de Incentivos	SI I&DT (Proj. de Empresas Individuais)
Investimento Elegível	€ 573.090,85
Incentivo	€ 143.272,71
Estado	Encerrado
Grau Realização	76,50%

Objetivos A Sogrape Vinhos S.A. produz vinho em várias regiões vinícolas de Portugal, sendo proprietária de mais de 800 hectares de vinha com o objetivo de suprir as suas necessidades de produção nas gamas média-alta e alta. De cada uma dessas regiões, produz uma gama de vinhos que procura abarcar diferentes segmentos de mercado, de forma a satisfazer a procura dos consumidores. A evolução do mercado nos últimos 30 anos, tanto a nível nacional como internacional, trouxe um aumento da sua exigência, tanto por via de uma diminuição do consumo total acompanhada por um aumento do valor despendido, como pela aparição de novos países produtores que aumentaram a oferta em quantidade e variedade.

Portugal, por sua vez, enquanto país vinícola possui diversidade para a produção de vinhos originais, com carácter e dificilmente repetíveis noutros pontos do globo. Os pilares dessa diversidade são a extraordinária riqueza genética (a maior do mundo) materializada em mais de 250 castas de videira europeia autóctones, uma multiplicidade de condições geológicas e climáticas e uma grande antiguidade da produção de vinho que apurou uma perícia na combinação dessa grande riqueza natural em lotes de vinhos de castas diversas e proveniências variadas dentro de cada denominação de origem.

Todavia, esse grande potencial produtivo e criativo padece ainda de um grande desconhecimento sobre as reais possibilidades adaptativas de cada casta de videira a cada local e sobre a sua reação em termos da sensorialidade dos vinhos que permite produzir.

A adaptabilidade às tecnologias de produção enológica e às tendências de consumo nos vários mercados mundiais em permanente mutação necessita igualmente de ser determinada e monitorizada em contínuo para aumentar a sua competitividade comercial e, transformar o potencial produtivo em retorno económico para a empresa.

É assim absolutamente essencial investir na investigação do potencial produtivo existente nas vinhas da empresa e desenvolver novas tecnologias, métodos e processos suscetíveis de alinhar e dotar de coerência todo o processo empresarial, desde a terra até ao mercado, integrando a matéria-prima, os processos transformadores, a oferta comercial e a comunicação ao mercado em função da avaliação da perceção do consumidor, do casual ao conhecedor, num processo contínuo em permanente autoavaliação e renovação. Esta é uma abordagem radicalmente diferente da que é atualmente empregue nas empresas do continente europeu (ao contrário das do «Novo Mundo») com forte foco no produto e não no mercado.

Desta forma, o projecto ICONE - Integração Coerente e Otimização de Núcleos de Excelência - visa segmentar as práticas vitícolas, enológicas e comerciais da empresa, integrando-as verticalmente, com coerência, em função do segmento de mercado a que se destinam os vinhos finais delas resultantes. O objetivo principal é o de identificar e otimizar núcleos de excelência, alinhando aquelas práticas, de forma a potenciar a competitividade comercial e a oferta no mercado da Sogrape Vinhos S.A..

Pretende-se assim aumentar a rentabilidade do negócio, conjugando, de forma inédita e inovadora, o potencial de originalidade conferido pela especificidade das características dos terroirs portugueses com uma filosofia de gestão produtiva focada no mercado.

Atividades/Resultados Os vinhos «ícone» são vinhos de elevada perceção de valor junto do mercado. São normalmente vinhos que aliam uma perceção sensorial de alta qualidade a uma originalidade específica. São vinhos que se produzem em quantidades reduzidas, possuindo uma ligação íntima ao local originário das suas uvas, exprimindo o potencial máximo desse local.

Os vinhos «ícone» são normalmente o porta-estandarte de uma empresa que credibiliza a originalidade e qualidade do total da sua produção. São, por isso, frequentemente, um resultado de um perfeito alinhamento entre as tendências do mercado, a correta interpretação tecnológica do potencial de qualidade das uvas e a existência de potencial qualitativo vitícola de um determinado local. Exemplos disto

são vinhos como o Barca Velha para a Sogrape Vinhos SA, os diversos Portos Vintage para as empresas de Vinho do Porto, o Chateau Mouton Rotschild para a marca Mouton Cadet (França) ou Grange Hermitage para a empresa Penfolds (Austrália). (Thatch, Matz, 2005)

A necessidade de identificação dos locais onde esse alinhamento existe (núcleos de excelência) é um dos principais motivos deste projeto, sem o qual seria impossível, de forma controlada e conseqüente encontrá-los na extensa área de vinhas detida pela Sogrape Vinhos SA em Portugal, sem ser por mero acaso fortuito.

Segmentar e dotar de coerência A Sogrape Vinhos SA é uma empresa que opera em ambas as franjas do mercado, desde produtos de grande volume como Mateus Rosé, Gazela ou Porto Tawny até produtos de grande valor e relevante perfil como Barca Velha, Porto Vintage ou Quinta dos Carvalhais. Para atingir os seus objetivos de competitividade e inovação, a empresa necessita de segmentar e alinhar as suas estruturas produtivas entre si e com as estruturas comerciais.

Através da criação de processos e metodologias que permitam alinhar a produção vitícola com os objetivos enológicos, espera-se segmentar as parcelas de vinha existentes de acordo com o seu potencial qualitativo de aptidão enológica. Essa segmentação permitirá adequar os itinerários produtivos, agrícola e enológico, de forma a utilizar a matéria-prima, com maior potencial para a produção de um vinho com determinado perfil sensorial requerido pelo mercado, com a tecnologia mais apropriada à revelação desse mesmo potencial. Pretende-se assim obter racionalizações de meios e potenciação qualitativa para os vários segmentos de mercado em que a empresa opera.



Projeto 24 614

Designação do Projeto	OXIPORTO - Processo inovador de produção oxidativa para a criação de novos Vinhos do PORTO
Sistema de Incentivos	SI I&DT (Proj. de Empresas Individuais)
Investimento Elegível	€ 516.307,72
Incentivo	€ 252.934,74
Estado	Encerrado
Grau Realização	100,00%

Objetivos O projeto “OXIPORTO - Processo inovador de produção oxidativa para a criação de novos Vinhos do Porto” destina-se ao desenvolvimento de um novo processo de produção de Vinhos do Porto Tawny com perfis qualitativos pré-determinados, através do desenvolvimento de metodologias LC/MS (cromatografia líquida) para a análise rápida dos compostos de referência, assim como da pesquisa e quantificação de um conjunto de espécies químicas a identificar por Ressonância Magnética Nuclear (RMN) como características de estilos comerciais bem definidos.

Assim, o presente projeto reúne os seguintes objetivos:

- A utilização de LC/MS para o controlo de processos de produção oxidativa de Vinho do Porto Tawny (sem indicação de idade) através da pesquisa e quantificação de um conjunto de espécies químicas a identificar por RMN como características de estilos comerciais bem definidos;
- A predefinição de estilos de vinhos comerciais mediante a aplicação da tecnologia de oxigenação controlada desenvolvida na SOGRAPE VINHOS com monitorização dos estados metabólicos por LC/MS, durante o processo de produção;
- A criação de um novo processo de produção e conseqüentemente novos Vinhos do Porto Tawny com estilos até agora inexistentes no mercado, capitalizando no conhecimento a obter sobre a relação entre a composição dos estados

metabólicos e a sua expressão sensorial na construção do estilo de um vinho comercial..

Atividades/Resultados

- Obter uma série temporal de amostras de Vinhos do Porto Tawny, produzidos em escala industrial sob diferentes regimes de oxigenação controlada;
- Criar uma base de dados de espectros de análise por Ressonância Magnética Nuclear (RMN) de diferentes perfis de Vinhos do Porto Tawny;
- Identificar sinais nos espectros de RMN, correspondentes a compostos conhecidos do Vinho do Porto Tawny (por exemplo, as diversas fracções antociânicas);
- Identificar compostos-referência associados a perfis de Vinhos do Porto Tawny e à tecnologia da sua produção;
- Criar um novo processo, por controlo metabólico, da produção de Vinhos do Porto Tawny
- Criar novos Vinhos do Porto Tawny.

Espera-se que o novo processo permita melhorar significativamente a qualidade dos Vinhos do Porto Tawny e criar novos produtos comerciais.



RAR Açúcar

A RAR Açúcar dedica-se à refinação e comercialização de açúcar e foi fundada em 1962, no Porto, a partir da concentração de nove pequenas unidades de refinação de açúcar da região norte. Em 1973, com a aquisição de outra grande unidade de refinação - a Refinaria Angola - torna-se um operador de referência nacional. A concentração da atividade numa única unidade produtiva e os sucessivos investimentos em tecnologia permitiram à empresa um grande aumento da capacidade produtiva e assinaláveis ganhos de eficiência.

Sempre focada na qualidade e segurança alimentar dos seus produtos e na eficiência do seu desempenho ambiental, a RAR Açúcar tem os seus Sistemas de Gestão da Qualidade, Segurança Alimentar e Ambiental certificados e foi a primeira empresa ibérica do seu setor de atividade a obter a Certificação International Food Standard (IFS).

Com uma capacidade produtiva instalada de 160 000 toneladas/ano, a RAR Açúcar comercializa diversos tipos de açúcar produzido a partir da rama de cana-de-açúcar, com diferentes utilizações e finalidades e para diversos segmentos de mercado, designadamente, indústria e distribuição.

Presente em todos os momentos doces da vida, a RAR Açúcar valoriza a diferença de necessidades, sensibilidades e expectativas dos seus consumidores, detendo um portefólio de produtos diferenciados, com certificação Kosher (alimentos preparados segundo as leis judaicas de alimentação) e Halal (produtos e seus respetivos processos de produção seguem as condições exigidas pela lei islâmica).



Fonte das imagens: [site](#).

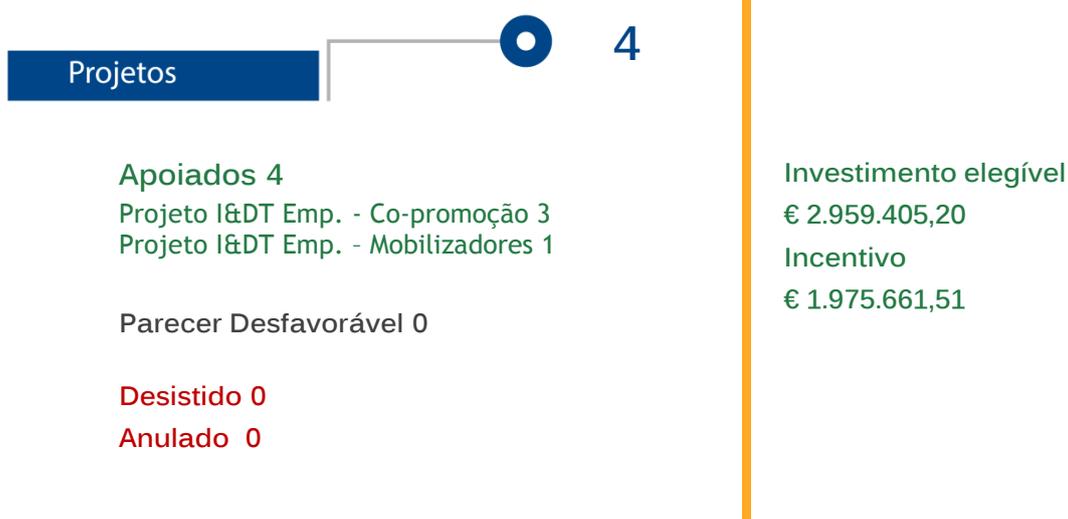
Nota: Não tem projetos Cofinanciados (Nem QREN nem Portugal 2020).

FRULACT - INDÚSTRIA AGRO-ALIMENTAR, S.A.

A FRULACT é a única empresa do país e encontra-se no top 5 europeu na sua área de negócios. Para merecer a confiança dos seus clientes, entre os quais estão as principais multinacionais do sector agro-alimentar - Nestlé, Danone, Lactalis, Yoplait, Emmy, Leche Pascual, Andros, Unilever - para além de muitas outras empresas de relevo nacional e internacional, a FRULACT necessita de inovar de uma forma permanente.

Com um volume de negócios de 29 milhões de euros a empresa exporta 95% da sua produção. O conjunto do grupo FRULACT tem um volume de produção de 38 000 t e gere unidades industriais em quatro países, Portugal, França, Marrocos e Argélia.

Considerando as três trajetórias tecnológicas tipificadas para o sector dos produtos hortofrutícolas transformados (produção em massa, inovação tecnológica e oferta especializada), a Frulact enquadra-se no contexto da oferta especializada. Enquadram-se nesta categoria os produtores de ingredientes especializados que serão utilizados pelas grandes etiquetas agroalimentares. Empresas nesta trajetória possuem normalmente uma intensa inovação de produto interna, recorrem ao exterior para a inovação de processo e assumem-se como importantes fontes de inovação para as grandes marcas agroalimentares. A inovação de produto neste segmento exige um forte conhecimento sobre os aromas, texturas, sabores, cores e formas de os manipular tecnologicamente e de incorporar novos ingredientes para obter produtos de valor acrescentado.



A FRULACT possui uma atividade de Investigação, Desenvolvimento e Inovação (IDI) intensa e única no panorama agroalimentar nacional. A atividade de IDI envolve 26 colaboradores altamente qualificados e treinados para desenvolver novos produtos. Para além do centro de IDI na Maia, a FRULACT mantém duas pequenas equipas de desenvolvimento no estrangeiro, uma em França e outra em Marrocos. A atividade de IDI da empresa resulta no desenvolvimento de cerca de 1800 produtos por ano. Destes, cerca de 15% são produtos inovadores. A Frulact detém ainda uma patente registada em 2006 que está agora a iniciar a exploração comercial.

A FRULACT mantém um estreito contacto com a envolvente científica e tecnológica em busca de fontes de conhecimento, de inovação e de capacidade de resolução de problemas. A relação entre a FRULACT e o Sistema Científico e Tecnológico Nacional (SCTN) traduziu-se por projetos em parceria com diversas universidades.

1987 | A Frulact nasceu no norte do país, na Maia, em 1987.

1998 | A Frulact expande-se na Covilhã, no Ferro, com uma nova unidade fabril, localizada nas proximidades das grandes zonas de cultivo de fruta.

1999 | Internacionalização - A Frulact chega a Marrocos para servir uma fileira de indústrias do sector alimentar e o mercado de grande consumo.

2000 | Expansão - A Frulact continua o seu processo de expansão e chega à Tunísia em 2000 com uma nova fábrica, que serve de plataforma de aprovisionamento dos mercados do Norte de África e Médio Oriente.

2006 | Desenvolvimento - Este é o ano que prova a aposta no desenvolvimento do grupo Frulact com o início da laboração da nova fábrica em Tortosendo, na Covilhã. Uma unidade estrategicamente localizada próximo de zonas de elevada produção frutícola.

Ainda em 2006, a Frulact dá mais um passo na conquista da Europa com a aquisição de uma empresa francesa do sector - a GBP (Granger Bouguet Pau). A nova Frulact França reforça a estratégia de proximidade aos clientes, no segundo maior mercado europeu do seu core-business.

2007-08 | Extensão - A Frulact aumenta a sua penetração no Norte de África e no Médio Oriente com a instalação de uma unidade fabril na Argélia e outra em Marrocos.

2009-10 | Sustentabilidade - Em 2009/10 a Frulact continuará a apostar a sua presença nos mercados Francês e Europeu, aproveitando as oportunidades.

2011/12 | Frutech e Consolidação da presença internacional - O ano de 2012 marca a concretização do Frutech - Centro de Inovação e Tecnologia AgroAlimentar, que serve de alavanca à aposta e otimização dos investimentos realizados ao longo de vários anos em termos de Inovação e Tecnologia para a prossecução dos objetivos que a Frulact acarinha particularmente: A sustentabilidade e a melhoria contínua do serviço ao cliente.

Perseguindo o ambicioso objetivo de globalizar os seus negócios, a Frulact concretizou igualmente, em meados de 2012, o início das operações de duas novas unidades industriais: A Innovafruits em Marrocos e a Frulact South Africa em Pretória na África do Sul.

Este período marca igualmente a celebração do 25º aniversário do Grupo Frulact.

Projetos ao COMPETE 2020: 2

1 Projeto I&DT Empresarial (Projetos Individuais) | Investimento Previsto €367.206,50.

1 Projeto I&DT Empresarial (Copromoção) | Investimento Previsto € 227.212,43.



Prémios

O sucesso da FRULACT assenta precisamente na capacidade de inovar, reconhecida por prémios do Ministério da Agricultura e da COTEC, aliada à capacidade de gestão, também ela reconhecida por entidades externas como a Ernst & Young e o INSEAD. Outros reconhecimentos externos, PME Excelência 1998, 1999, 2000 e 2001, pelo IAPMEI e o Óscar Exportação 2005 e o Troféu Investimento 2007 pela Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa, são testemunho do desempenho continuado da FRULACT.



Fonte das imagens: [site](#).

Projeto 3 436

Designação do Projeto	FRUTAMAIS - Preservação de características funcionais, nutricionais e organolépticas de frutas e alimentos derivados
Sistema de Incentivos	SI I&DT (Proj. de Empresas em Co-Promoção)
Investimento Elegível	€ 367.243,36
Incentivo	€ 268.468,23
Estado	Encerrado
Grau Realização	86,72%

Objetivos O FRUTAMAIS é um projeto que visa incrementar a capacidade de inovação da FRULACT na área dos alimentos funcionais que tirem partido das propriedades benéficas da fruta para a saúde.

O objetivo do projeto Frutamais foi a caracterização das propriedades nutritivas e funcionais e a avaliação das potenciais alterações provocadas por fatores associados ao processamento da fruta que incluem:

- Receção da fruta fresca;
- Armazenamento e lavagem;
- Homogeneização;
- Incorporação de aditivos e ingredientes de formulação, pasteurização e conservação pelo frio.

Teve ainda como objetivo a seleção de metodologias para avaliação da atividade antioxidante, compostos fenólicos totais, antocianinas e carotenoides totais.

Atividades/Resultados

No âmbito deste projeto estudou-se os efeitos das tecnologias de produção na evolução dos compostos da fruta com propriedades funcionais e, com base nesta informação, Foram ainda produzidos e testadas matrizes à base de fruta destinadas a serem incorporadas em alimentos funcionais destinados a diferentes segmentos de consumidores, nomeadamente destinados a promover a saúde e bem-estar de consumidores de diferentes faixas etárias e pacientes com doenças metabólicas e degenerativas específicas.



O aspeto inovador do desenvolvimento tecnológico consiste na incorporação da vertente funcional na avaliação das propriedades dos alimentos desenvolvidos na FRULACT e a conseqüente valorização dos produtos existentes e criação de novos produtos destinados a segmentos específicos.

Assim, este projeto permitiu introduzir na empresa uma nova ferramenta de gestão da inovação que permite acelerar etapas no desenvolvimento de novos produtos funcionais, aumentando desta forma a competitividade da FRULACT num mercado onde a velocidade de inovação é uma fator de competitividade essencial.

Consórcio Escola Superior de Biotecnologia da Universidade Católica Portuguesa.



Projeto 11 493

Designação do Projeto	PROBIOFRU - Novas formulações e otimização tecnológica para o desenvolvimento e caracterização de matrizes de fruta com propriedades probióticas e/ou simbióticas
Sistema de Incentivos	SI I&DT (Proj. de Empresas em Co-Promoção)
Investimento Elegível	€ 206.499,44
Incentivo	€ 149.509,30
Estado	Encerrado
Grau Realização	89,61%

Objetivos De acordo com a OMS, um probiótico é definido como um organismo que confere benefícios à saúde do hospedeiro. Os prébióticos são considerados nutrientes das bactérias boas do sistema digestivo e que podem estar naturalmente presentes nos alimentos.

A incorporação de culturas probióticas como adjuvantes em diversos produtos lácteos fermentados é comum. Não obstante, probióticos também têm sido incluídos em sumos de frutos, o que tem conduzido ao registo e comercialização de diversas patentes. No entanto a incorporação de probióticos em purés de frutos únicos (ou de combinações de várias frutos com potencial prébiótico) é inovador. Pretende-se desenvolver matrizes de fruta probióticas e/ou simbióticas inovadoras de elevado valor acrescentado. Por outro lado, a formulação de um sumo de fruta, 100% natural, com a adição de estirpes probióticas é de interesse elevado para os consumidores e para indústria. O desafio deste projeto é chegar às condições de secagem otimizadas de sumos de frutos em pó com qualidade nutricional/organoléptica, prazo de validade alargado e prontos a consumir.

O objetivo principal do projeto PROBIOFRU foi validar uma nova geração de formulações probióticas ou simbióticas de produtos de fruta para utilização numa vasta gama de produtos alimentares.



Atividades/Resultados

O projeto contemplou quatro tarefas:

- caracterização de organismos probióticos e compostos prebióticos naturalmente presentes em frutos,
- estudo da interação entre bactérias probióticas e frutos selecionados com vista ao potencial desenvolvimento de produtos bioactivos,
- otimização/adequação da tecnologia de secagem por atomização de sumos de frutos e
- desenvolvimento de formulações probióticas/simbióticas de produtos de fruta.

A comercialização de produtos funcionais/nutracêuticos, num mercado cada vez mais sensível às questões de alimentação saudável, segura e de qualidade, sublinha o elevado potencial desta proposta com benefícios financeiros diretos associados.

Divulgação de Resultados:

Comunicações em painel em congressos científicos.

Nota: *Newsletters* | [O COMPETE - PROGRAMA OPERACIONAL FACTORES DE COMPETITIVIDADE apoia a Investigação e Desenvolvimento no sector alimentar | A rentabilização dos produtos alimentares em prol de mais bem-estar](#)



Projeto 13 846

Designação do Projeto	NOVELTEC - Desenvolvimento de Novas Tecnologias de Suporte à Criação de Produtos Inovadores
Sistema de Incentivos	SI I&DT (Proj. de Empresas Mobilizadores)
Investimento Elegível	€ 2.111.815,21
Incentivo	€ 1.385.463,21
Estado	Encerrado
Grau Realização	85,51%

Objetivos O projeto NOVELTEC pretende dotar as empresas de novas tecnologias para o desenvolvimento de produtos alimentares novos e inovadores nas vertentes de Alimentos, Saúde e Sustentabilidade, visando:

- Desenvolver novos produtos com base em novas tecnologias de processamento de alimentos, designadamente “Processamento de Alta Pressão”, “Processamento Óhmico” e “Revestimentos Comestíveis”;
- Estudar e avaliar as atitudes do consumidor e a qualidade percecionada dos novos produtos, tendo em conta o impacte das novas tecnologias, bem como dar suporte às empresas no que toca à criação de painéis de consumidores e provadores capazes de providenciar orientações em termos organolépticos sobre os produtos desenvolvidos.

Este projeto envolve um conjunto de empresas representativas do sector agroalimentar, designadamente ao nível dos produtos processados e dos mercados-alvo do sector (alimentos à base de fruta para produtos lácteos, à base de pescado e à base de arroz; à base de ovos líquidos; produtos lácteos de cabra e de vaca; e sobremesas lácteas), uma empresa com experiência ao nível da análise sensorial no sector agroalimentar e três entidades do SCT com competências nas tecnologias de processamento e em estudos de consumidores, além do PCT onde se insere com o propósito da dinamização do sector agroalimentar em Portugal.





Atividades/Resultados

- Processamento de Alta Pressão
- Processamento Óhmico
- Revestimentos Comestíveis
- Avaliação dos Novos Produtos
- Promoção, Divulgação e Coordenação de Resultados

Promotores

- FRULACT - Indústria Agro-Alimentar, S.A.
- ASSOCIAÇÃO INTEGRALAR - Intervenção de Excelência no Sector Agro-Alimentar
- DECORGEL - Produtos Alimentares, S.A.
- DEROVO - Derivados de Ovos, S.A.
- ERNESTO MORGADO, S.A.
- Faculdade de Ciências da Nutrição e Alimentação da
- Universidade do Porto
- Faculdade de Ciências da Universidade do Porto
- PASCOAL & FILHOS, S.A.
- Quinta dos Ingleses Agro Indústria, S.A.
- Quinta dos Moinhos Novos - Lacticínios, Lda.
- SENSE TEST - Sociedade de Estudos de Análise Sensorial a Produtos Alimentares, Lda.
- Universidade de Aveiro
- Universidade do Minho



Projeto 23 209

Designação do Projeto	FruitVinegarDRINK - Novas bebidas de vinagre de fruta e seus concentrados, com diferentes tipos de fruta e processo de fermentação otimizado
Sistema de Incentivos	SI I&DT (Co-Promoção)
Investimento Elegível	€ 273.847,19
Incentivo	€ 72.220,77
Estado	Concluído
Grau Realização	89,84%

Objetivos Vinagre é um produto milenar, natural, e com um potencial infinito de exploração no que respeita à criação de produtos diferenciadores.

Visto como um produto com benefícios para a saúde, o vinagre está associado à promoção do bem-estar. O obstáculo para que o vinagre seja consumido a uma larga escala pelos consumidores, é a sua acidez e também uma questão cultural. O vinagre é visto principalmente como um tempero e não como uma bebida.

Os consumidores não consomem vinagre como forma de promoção do seu bem-estar pelo facto de o vinagre ter um sabor extremamente ácido, em Portugal e outros Países Ocidentais, por não estar enraizado na cultura, ao contrário do que se passa em Países como o Japão e Malásia.

Para solucionar este ‘entrave’, foi desenvolvido um projeto de investigação conjunto entre a Mendes Gonçalves (enquanto produtores de vinagres desde 1982), a Universidade do Minho com vasta experiência em processos fermentativos e a empresa especialista em fruta a Frulact. Uma parceria de três entidades que se dedicou ao desenvolvimento de uma bebida de vinagre e cujo conceito pudesse vir a revolucionar o segmento das bebidas em Portugal e em alguns mercados internacionais.



Nesse sentido, os objetivos económicos a alcançar no Projeto são, para cada um dos promotores:

FRULACT

- Procurar dar resposta a uma procura emergente de produtos associados às vertentes de saúde, bem-estar e nutrição, incluindo um ingrediente diferenciador como o vinagre;
- Procurar cada vez mais oportunidades de aplicação do seu produto base - frutas;
- Permitir que a empresa alargue o seu leque de produtos oferecidos ao mercado;
- Atacar nichos de mercado de procura de produtos alimentares.



Fonte das imagens: [site](#).

MENDES GONÇALVES

- Procurar dispersar e alargar o seu leque de produtos;

- Dinamizar o mercado internacional com um novo e inovador produto (bebida de vinagre de fruta);
- Induzir e contribuir para a internacionalização da empresa com base num produto exportável;
- Tornar-se menos dependente da grande distribuição alimentar (marca branca), procurando um novo produto MG;
- Diferenciar-se da concorrência nacional e internacional, apostando na consolidação das marcas próprias da MG;
- Aposta na promoção, demonstração da versatilidade de aplicações e benefícios para a saúde do seu principal produto, o vinagre.

Com o objetivo de desenvolver uma gama de bebidas de vinagres com fruta, que conjugam diferentes vinagres de fruta com frutos, que será apresentado ao cliente final sob a forma pronta a consumir e na forma concentrada, bastando reconstituir com água para consumir, foram também desenvolvidos novos vinagres de fruta.

Atividades/Resultados

Com este Projeto obteve-se uma gama de produtos inovadores e de grande riqueza nutricional e aromática, que vão aumentar os campos de aplicação de dois importantes sectores, como são a Indústria da Fruta e do Vinagre, contribuindo para a notoriedade e desenvolvimento económico das empresas do consórcio: Frulact SA e Mendes Gonçalves SA. A Universidade do Minho - Departamento de Engenharia Biológica, entidade do Sistema Científico e Tecnológico Nacional, com vasta experiência em processos fermentativos e alimentares e foi responsável pela otimização dos processos de fermentação alcoólica e acética do vinagre e caracterização das matérias-primas e dos produtos finais (propriedades funcionais, identificação e caracterização de compostos bioativos e propriedades aromáticas (compostos voláteis).

Para isso, foi definido um plano de atividades que compreendeu 6 atividades, sendo 3 de investigação industrial, 2 de desenvolvimento experimental e uma última de divulgação dos resultados do Projeto, ao longo de 36 meses.



Esse plano assumiu a seguinte constituição:

Atividade 1- Estudos Preliminares, compreendendo: - o levantamento das matérias-primas (frutas) passíveis de utilização em vinagres; - a caracterização físico-química das matérias-primas; - as limitações atuais do processo produtivo do vinagre; e - o levantamento do normativo e legislação existente sobre os produtos alimentares em questão.

Atividade 2- Especificações Técnicas, compreendendo: - as especificações técnicas do vinagre à base de fruta; - as especificações técnicas da bebida de vinagre de fruta; - as especificações técnicas do concentrado da bebida de vinagre de fruta; e - as especificações técnicas do processo de fermentação alcoólica e acética.

Atividade 3- Desenvolvimento do Conceito, compreendendo: - a seleção de novas matérias-primas (frutas) e sua combinação; - o desenvolvimento do vinagre à base de fruta; - a otimização do processo produtivo do vinagre - fermentação alcoólica; - a otimização do processo produtivo do vinagre - fermentação acética; - o desenvolvimento da bebida de vinagre de fruta; e - o desenvolvimento do concentrado da bebida de vinagre de fruta.

Atividade 4- Construção de Protótipos, compreendendo: - a adaptação do processo industrial da Mendes Gonçalves para fabrico de vinagre; - a produção de novos vinagres à base de fruta; - a preparação da bebida de vinagre à base de fruta (MG); e - a preparação de concentrado da bebida de fruta e vinagre (FRULACT).

Atividade 5- Testes e Ensaios, compreendendo: - a caracterização físico-química do vinagre; e - a análise sensorial da bebida e do produto à base de concentrado.

Atividade 6- Promoção e Divulgação dos Resultados do Projeto, compreendendo: - a construção e manutenção do website de divulgação dos resultados do Projeto; - a publicação de Artigos Científicos; - a participação em Congressos Científicos; - a criação

de catálogos técnicos para divulgação dos resultados do Projeto nas ações previstas; e - a dinamização de workshop junto do Pólo Agroalimentar.

O Projeto conseguiu atingir os objetivos propostos de desenvolvimento e produção industrial de bebidas de fruta com vinagre de fruta e de obtenção de novos vinagres de fruta, ficando disponível para o mercado uma gama de produtos novos e inovadores com propriedades nutricionais e funcionais.

Este projeto permitiu selecionar inúmeras frutas que poderão sofrer uma fermentação alcoólica, seguida de uma fermentação acética, com processos otimizados, e de onde resultaram vinagres de fruta diferenciados. Após a obtenção desses vinagres de fruta foram desenvolvidas bebidas prontas a consumir de manga, cereja, maçã, framboesa e mirtilo, com perfis de aroma e cor bem distintos entre si, e avançou-se para teste industrial da bebida de cereja. Posteriormente efetuou-se a concentração de apenas duas dessas bebidas: bebida de maçã com vinagre de sidra e de bebida de cereja com vinagre de cereja, com um fator de concentração de quatro vezes. No decorrer do projeto efetuaram-se degustações com potenciais clientes em feiras e em reuniões privadas e provas sensoriais com um leque alargado de provadores em sala (treinados e não treinado) para se poder inferir sobre a aceitabilidade da bebida, que se correlacionaram com a caracterização dos compostos voláteis de todas das matérias-primas, assim como do produto acabado.

A realização deste projeto permitiu obter uma gama de bebidas de vinagre de fruta ready-to-drink, e outra em versão concentrada. A expectativa inicial era de 4 bebidas, no entanto devido a dificuldades nas fermentações só conseguimos, ter 2 versões. Tanto os vinagres de fruta, como as bebidas de vinagre se encontram caracterizadas físico-química e sensorialmente, com as especificações técnicas definidas e ajustadas às necessidades.

Consórcio

Mendes Gonçalves, S.A. | Universidade do Minho.





COMPETE 2020 ao lado de quem cria valor | Agroalimentar



Programa Operacional Competitividade e Internacionalização
Operational Programme for Competitiveness and Internationalisation



COMPETE 2020 ao lado de quem cria valor | Agroalimentar



Programa Operacional Competitividade e Internacionalização
Operational Programme for Competitiveness and Internationalisation

PRIMOR CHARCUTARIA - PRIMA, S.A.

A PRIMOR (PRIMOR CHARCUTARIA - PRIMA, S.A.) foi constituída em 1960 na forma de empresário em nome individual, dedicando-se, desde essa altura, ao abate, transformação e comercialização de carne suína. Em 1962, a empresa assumiu a forma de sociedade por quotas e posteriormente, em 2010, foi transformada em sociedade anónima.

Situada no Norte de Portugal, a empresa emprega cerca de 300 pessoas e ocupa um lugar cimeiro entre as maiores empresas do sector a nível nacional, sendo líder deste ramo alimentar na zona Norte do país, incluindo uma presença ativa em todos os sectores da distribuição a nível nacional e uma crescente atividade nos mercados internacionais.

Desde a sua fundação, como pequena empresa local, fez um percurso ao longo de três gerações, criando as condições que garantem a sua preparação para os desafios futuros.

Desde a sua fundação que a PRIMOR elegeu, como objetivo estratégico, a criação de condições efetivas para a melhoria contínua da qualidade dos seus produtos. Para cumprimento de tal premissa, apostou no desenvolvimento de um processo produtivo integrado que permitisse um controlo efetivo da qualidade das matérias-primas, condição primeira para a garantia da excelência dos seus produtos. Hoje, a PRIMOR enquadra-se num grupo de empresas 'Grupo Joaquim Moreira Pinto' onde se encontram empresas em sectores-chave da cadeia de valor: alimentação e produção animal, matadouro, frescos, congelados e industrializados, com unidades de produção em Portugal e em Espanha.



O Grupo Joaquim Moreira Pinto é, assim, constituído por várias empresas de renome no setor alimentar, nomeadamente:

- PRIMOR Charcutaria - Prima, S.A.: produtos de charcutaria;
- Cevargado: alimentação animal;
- Sapecal - Sociedade Agro-Pecuária do Cávado: produção animal;
- Sociedade Agro-Pecuária Gradim: produção animal;
- General Ganadera Gallega, S.A.: produção animal (localizada em Espanha);
- Indústria de Carnes do Minho, S.A.: carne fresca.



Em 1986, com apenas 25 anos de atividade, a PRIMOR atinge uma dimensão que a coloca no ranking das 1.000 maiores empresas portuguesas.

A PRIMOR tem vindo a realizar, durante os últimos anos, um forte investimento na ampliação e modernização das suas instalações, renovação de maquinaria industrial e reforço da rede comercial, de modo a não só acompanhar o crescimento da sua posição no mercado e o reconhecimento crescente da marca PRIMOR, mas também com o intuito de se encontrar cada vez mais preparada para enfrentar o poder concorrencial dos grandes atores que dividem com a empresa a liderança do mercado.

Em 1999, a PRIMOR dispunha já de uma área operacional coberta de 12.000 m² e capacidade de frio e conservação de 11.000 m³, bem como, uma frota de mais de 30 viaturas, que lhe permitem cobrir comercialmente todo o país.

Nesse ano, a empresa atinge um volume de negócios de 27,5 milhões de euros e empregava já cerca de 300 trabalhadores. Mais importante, este crescimento sustentado é fruto de um investimento constante em inovação e modernização.



Fonte das imagens: [site](#).

Projetos ao COMPETE 2020: 1

1 Projeto I&DT Empresarial (Copromoção) | Investimento Previsto € 772.789,04.

Projeto 23 130

Designação do Projeto	PRIMOR_AP - Novos produtos de charcutaria com prazo de validade alargado e mais saudáveis, recorrendo à tecnologia de Altas Pressões (AP)
Sistema de Incentivos	SI I&DT (Co-Promoção)
Investimento Elegível	€ 646.486,77
Incentivo	€ 409.675,94
Estado	Concluído
Grau Realização	86,18%

Objetivos O projeto visa desenvolver produtos de charcutaria de tempo de prateleira (validade comercial) microbiológico e sensorial/organolético/nutritivo alargado, face aos produtos atualmente disponíveis, por aplicação de tratamentos de alta pressão para destruição microbiana.

Atividades/Resultados

As atividades a desenvolver envolvem a identificação das condições de processamento por alta pressão (nível de pressão e tempo de processamento) dos produtos a desenvolver, um por cada tipo das 3 fileiras de interesse (i- cozidos, ii-cozidos enchidos e iii-cozidos fumados), visando a maximização do aumento do prazo de validade, com minimização dos efeitos nos produtos (cor, textura, valor nutritivo, etc).

Pretende-se aumentar para entre o dobro e o triplo o prazo de validade, comparado com os produtos atualmente produzidos sem recurso a alta pressão. Isto permitirá aumentar a venda destes produtos, nomeadamente para exportação, particularmente para mercados mais longínquos e redução de custos por retorno de produtos fora de prazo, bem como o aumento da segurança microbiológica dos produtos.

Consórcio: Universidade de Aveiro.

Projeto 38 869

Designação do Projeto	EXTRASLICED45 - Aumento do tempo de vida útil de produtos de charcutaria fatiados por incorporação de nano partículas na embalagem
Sistema de Incentivos	SI I&DT (Co-Promoção)
Investimento Elegível	€ 850.968,34
Incentivo	€ 548.911,28
Estado	Encerrado
Grau Realização	84,94%

Objetivos O EXTRASLICED45 é um projeto que visa incrementar a capacidade de inovação da PRIMOR na gama dos produtos fatiados extra finos (EXTRASLICED) à base de carne de porco e aves, tirando partido do desenvolvimento de uma embalagem ativa que permita alargar o tempo de vida útil destes produtos para 45 dias.

Assim, a aplicação deste tipo de embalagem, através da incorporação de nano partículas no filme multicamada que permitirá o aumento do teor de absorção de humidade e o aumento das propriedades barreira do filme multicamada em complemento com a otimização da atmosfera ótima no interior da embalagem, é o principal objetivo do presente projeto.

Atividades/Resultados

Este projeto contemplar:

- o desenvolvimento, caracterização e avaliação de materiais através da incorporação de nanopartículas em matrizes poliméricas;
- a produção e avaliação dos filmes multicamada;
- a otimização da atmosfera no interior da embalagem;
- a aplicação e validação do produto final (sistema produto alimentar-embalagem) através da avaliação do aumento tempo de vida do produto alimentar.





Serão ainda disseminados os resultados do projeto através de comunicações em conferências internacionais e nacionais, publicações de artigos científicos, apresentações em feiras do setor e divulgação através da PortugalFoods.

A comercialização de produtos já fatiados, prontos a serem consumidos aliados a produtos de elevada qualidade e segurança, num mercado cada vez mais sensível às questões de alimentação saudável e sustentabilidade sublinha o elevado potencial deste projeto com benefícios financeiros diretos no desenvolvimento de novos produtos e a sua conseqüente valorização e competitividade em novos mercados.

O projeto permitirá ainda o alinhamento com a estratégia de internacionalização das empresas, permitindo à PRIMOR entrar em outros mercados mais distantes e à VIZELPAS surgir no mercado internacional com uma nova oferta de produtos para a indústria alimentar. Consórcio: Universidade de Aveiro.

Consórcio:

VIZELPAS - Comércio de Artigos Plásticos, Lda;

PIEP ASSOCIAÇÃO - Pólo de Inovação em Engenharia de Polímeros;

IPVC - Instituto Politécnico de Viana do Castelo.



IMPERIAL PRODUTOS ALIMENTARES, S.A.

A Imperial posiciona-se como o maior fabricante nacional de chocolates e detentor das principais marcas portuguesas do setor como Jubileu, Regina, Pintarolas, Pantagrueu, Fantasias e Allegro.

O bom desempenho das marcas da Imperial no mercado de chocolates nacional é bem visível através dos resultados alcançados, destacando-se a liderança da marca Regina no segmento dos Frutos Secos Cobertos com Chocolate, detendo a Jubileu uma posição de destaque. A marca Regina detém ainda a segunda posição no segmento de figuras de chocolate e na categoria de barras de chocolate no canal impulso, fruto da excelente performance das sombrinhas de chocolate e das barras de aromas de frutas. A marca Allegro continua a ser uma referência no segmento de Toffees cobertos com chocolate. No segmento de culinária, a marca Pantagrueu lidera o mercado e Pintarolas tem registado um crescimento assinalável, sendo líder a nível nacional, na categoria de drageias de chocolate, no formato de tubo.

A empresa tem vindo a desenvolver e a consolidar a sua posição internacional, pela introdução e comercialização das suas marcas em diferentes mercados, estando presente em mais de 45 países, distribuídos pelos continentes Europeu, Africano, Americano e Asiático. Através da área de negócio de Contract Manufacturing, a Imperial possibilita aos seus clientes a subcontratação do desenvolvimento e da produção dos seus produtos. A adaptação de produtos a requisitos muito específicos permite a sua intervenção em segmentos especiais do mercado - Chocolates sem açúcar, Kosher, Halal.





O prazer é todo seu
JUBILEU



Desde 1928 a fazer o mundo mais doce
REGINA



Chocolate com muita pinta
PINTAROLAS



Doces de lamber a colher
PANTAGRUEL



Para amantes de toffees
ALLEGRO



A vida é Doce com Canderel
CANDEREL

Fonte das imagens: [site](#).



Projeto 2 699

Designação do Projeto	Reforço da Competitividade da Empresa por Diferenciação de Produtos e Diversificação de Mercados
Sistema de Incentivos	SI Inovação (Geral)
Investimento Elegível	€ 2.111.237,00
Incentivo	€ 738.932,95
Estado	Encerrado
Grau Realização	67,70%

Objetivos O projeto tem como objetivos primordiais o aumento de capacidade de produção de massas de chocolate e, por conseguinte, o aumento da capacidade de produção de chocolate. Com o aumento da capacidade de produção, o projeto contribuirá para o aumento da competitividade da Empresa e para o reforço da sua posição no mercado nacional e no mercado internacional.

Para além desta tipologia, o projeto prevê ainda investimentos que incidem na adoção de significativamente melhorados processos de produção, associados à automação de tarefas e à aquisição de equipamentos tecnologicamente mais evoluídos. O aumento da capacidade de produção associado aos investimentos previstos para a área de moldação e embalagem permitirão à Empresa a produção de novos produtos tais como, chocolate com wafer, chocolate aerificado, tabletes embaladas em rótulo e chocolate com recheio praliné.

Atividades/Resultados

- Expansão de capacidade de produção através do aumento da capacidade de produção de massas de chocolates, incluindo a aquisição de equipamentos associados à operação de mistura, refinação, conchagem e armazenamento de massas de chocolate.
- Adoção de novos processos e métodos como forma de aumentar a flexibilização das linhas de produção e a produtividade, de minimizar os riscos associados à ocorrência de um problema numa das linhas e de aumentar as condições ao nível da qualidade e segurança dos produtos/processos. Nesta área, o projeto prevê

ainda investimentos que incidem na adoção de processos de produção significativamente melhorados associados à automação de tarefas e à aquisição de equipamento do mais avançado tecnologicamente que existe no presente.

- Produção de novos produtos (chocolate com wafer, chocolate aerificado, tabletes embaladas em rótulo, chocolate com recheio de creme de leite e recheio praliné) por via do aumento da capacidade de produção de massas de chocolate.

Projeto 13 061

Designação do Projeto	Produção de novos produtos e aumento da eficiência produtiva
Sistema de Incentivos	SI Inovação (Geral)
Investimento Elegível	€ 2.464.607,86
Incentivo	€ 1.109.073,54
Estado	Encerrado
Grau Realização	87,28%

Objetivos O Projeto visa promover a inovação na Imperial e no tecido empresarial, pela via:

- da produção de novos produtos, que suportam a aposta da Empresa em segmentos específicos de consumidores por via da oferta de produtos de elevado valor acrescentado;
- da adoção de novos ou significativamente melhorados processos e métodos de fabrico ao longo de várias fases do processo produtivo, que potenciam a flexibilidade e eficiência produtiva e a competitividade dos seus produtos, contribuindo para a manutenção dos reconhecidos e elevados padrões de qualidade e de excelência dos chocolates da Empresa.

Paralelamente, ambas as vias impulsionarão o reforço da orientação da Empresa para os mercados internacionais, permitindo o desenvolvimento com sucesso da sua estratégia de internacionalização.

Atividades/Resultados

Assim, no pós-projeto, a Empresa produzirá em Portugal novos produtos de elevado valor acrescentado, o que lhe permitirá ampliar e diversificar o seu portfólio de produtos, com destino ao mercado português e a diferentes mercados de exportação:

- drageados com novos centros;
- novos produtos para o segmento saúde;



- tabletes de chocolate com novos recheios e aromas e/ou diferentes formatos e (iv) chocolate Coma com pão, com perfil organolético e/ou formato distintos, bem como o incremento dos níveis de eficiência e eficácia produtiva e o assegurar elevados padrões de segurança alimentar e industrial, cumprindo as melhores práticas a este nível.

Simultaneamente, na prossecução da sua estratégia, a Imperial propôs-se a introduzir melhorias tecnológicas em alguns dos seus processos, os quais verificarão um impacto relevante ao nível da segurança industrial e da eficiência energética.



Projeto 33 374

Designação do Projeto	Imperial Exportadora 13-14
Sistema de Incentivos	SI Inovação (Geral)
Investimento Elegível	€ 1.627.008,00
Incentivo	€ 732.153,60
Estado	Encerrado
Grau Realização	87,35%

Objetivos O Projeto visa criar as condições técnicas e tecnológicas para a Imperial desenvolver e produzir um conjunto de novos e inovadores produtos, com os quais pretende reforçar a sua presença nos mercados internacionais, designadamente novos produtos "Pintarolas", novas tabletes com e sem adição de açúcar, novos drageados, novas tabletes com recheios e sabores/aromas diferenciados e ainda um "snack" aerificado sem adição de açúcar. Com efeito, o Projeto em apreço visou alavancar a atuação da Empresa no mercado global, respondendo aos desafios de diferenciação de produtos e de capacidade, celeridade e flexibilidade produtiva indispensáveis ao seu crescimento.

Atividades/Resultados Em termos de realização física, foram cumpridos os objetivos propostos para a execução do Projeto, estando atualmente a Imperial dotada das condições tecnológicas que lhe permitem assegurar, conforme previsto, o desenvolvimento e o fabrico de novos produtos necessários à expansão da atividade da Empresa, nomeadamente (i) novos produtos 'Pintarolas', (ii) novas tabletes com e sem adição de açúcar, (iii) novos drageados, (iv) novas tabletes com recheios e sabores/aromas diferenciados e (v) snack aerificado sem adição de açúcar, bem como o incremento dos níveis de eficiência e eficácia produtiva e organizacional ao assegurar elevados padrões de segurança alimentar e industrial, cumprindo as melhores práticas a este nível. O Projeto visou alavancar a atuação da Empresa no mercado global, respondendo aos desafios de diferenciação de produtos e de capacidade, celeridade e flexibilidade produtiva indispensáveis ao seu crescimento.

Nota: [Newsletter](#) | [Imperial](#) | [80 anos de chocolate](#)



COMPETE 2020 ao lado de quem cria valor | Agroalimentar



Programa Operacional Competitividade e Internacionalização
Operational Programme for Competitiveness and Internationalisation

Água Glaciar

Foi em 1975 que deu início à atividade, hoje com 40 anos a Glaciar é um empresa moderna e eficiente, certificada pela SGS nas regras Europeias de Qualidade Alimentar ISO 22.000 e nas regras de serviços ISO 9.001, é também certificada pelo FDA nos Estados Unidos. Os produtos Glaciar são engarrafados num ambiente de excelência onde são aplicadas as melhores práticas da atualidade.

É em pleno Parque Natural da Serra da Estrela num ambiente de excelência que a água Glaciar é engarrafada, mundialmente conhecida pelas suas características únicas e por uma pureza impar, a água Glaciar já foi galardoada internacionalmente diversas vezes estes prémios reconhecem a qualidade superior dos produtos Glaciar.



Fonte das imagens: [site](#).

Nota: Não tem projetos Cofinanciados (Nem QREN nem Portugal 2020).



COMPETE 2020 ao lado de quem cria valor | Agroalimentar



Programa Operacional Competitividade e Internacionalização
Operational Programme for Competitiveness and Internationalisation

Lista das empresas / projetos a visitar

Dia visita (março 2016)	Nº Proj.	Promotor	Medida	Data Dec.	Par.	Investimento	Elegível	Incentivo
15	013371	Mendes Gonçalves, S.A.	Inovação Produtiva	2010-06-04	E	1.761.160,00	1.755.210,00	1.140.886,50
15	016181	Mendes Gonçalves, S.A.	Qualif. PME Individ./Coop.	2010-09-27	E	405.700,00	400.700,00	179.815,00
15	024548	Mendes Gonçalves, S.A.	I&DT Núcleos	2012-05-24	E	493.994,76	493.994,76	197.597,90
15	027110	Mendes Gonçalves, S.A.	Inovação Produtiva	2012-10-15	E	1.622.293,94	1.611.293,94	1.047.341,06
15	030230	Mendes Gonçalves, S.A.	I&DT Emp. - Co-promoção	2013-05-16	E	286.564,26	283.206,36	198.529,53
15	033336	Mendes Gonçalves, S.A.	Inovação Produtiva	2013-06-06	E	1.709.316,61	1.709.316,61	940.124,14
15	035477	Mendes Gonçalves, S.A.	Qualif. PME Individ./Coop.	2013-08-21	E	789.408,83	622.408,83	261.279,82
15	012007	SUMOL+COMPAL MARCAS, SA	I&DT Emp. - Individuais	2010-04-16	E	352.299,15	316.321,69	109.540,84
15	030355	SUMOL+COMPAL MARCAS, SA	I&DT Emp. - Individuais	2013-04-23	E	922.937,03	799.968,92	426.741,93
16	003392	Ernesto Morgado & Cª, SA	I&DT Emp. - Co-promoção	2008-11-04	E	382.669,95	302.187,07	226.640,31
16	024809	Ernesto Morgado & Cª, SA	I&DT Emp. - Individuais	2013-04-30	E	346.030,61	300.594,86	194.887,82
16	026006	Ernesto Morgado & Cª, SA	Qualif. PME Individ./Coop.	2012-10-15	E	238.592,46	238.203,03	136.569,55
16	017359	NUTRE - Industrias Alimentares, SA	Inovação Produtiva	2011-05-19	E	13.053.746,02	12.999.210,53	7.151.878,12
16	030165	NUTRE - Industrias Alimentares, SA	I&DT Emp. - Individuais	2013-09-06	E	1.101.277,72	931.314,60	445.327,82
17	004976	Cerealis Produtos Alimentares, SA	Inovação Produtiva	2009-05-18	E	7.499.600,00	4.752.900,00	2.137.805,00
17	013328	Cerealis Produtos Alimentares, SA	Inovação Produtiva	2010-06-04	E	19.495.000,00	19.495.000,00	10.722.250,00
17	013846	FRULACT - INDÚSTRIA AGRO-ALIMENTAR, SA	I&DT Emp. - Mobilizadores	2014-02-20	E	2.114.357,46	2.111.815,21	1.385.463,21
17	011493	FRULACT - Ingredientes para a Industria de Lactcinios, SA	I&DT Emp. - Co-promoção	2010-03-05	E	223.535,16	206.499,44	149.509,30
17	003436	FRULACT - Ingredientes para a Industria de Lactcinios, SA	I&DT Emp. - Co-promoção	2009-03-09	E	367.243,36	367.243,36	268.468,23
17	023209	FRULACT - Ingredientes para a Industria de Lactcinios, SA	I&DT Emp. - Co-promoção	2012-04-04	E	273.847,19	273.847,19	172.220,77
17	024614	Sogrape Vinhos, S.A.	I&DT Emp. - Individuais	2012-07-11	E	909.193,30	516.307,72	252.934,74
17	004586	Sogrape Vinhos, SA	I&DT Emp. - Individuais	2010-06-28	E	627.371,63	573.090,85	143.272,71
18	002699	IMPERIAL - Produtos Alimentares, S.A.	Inovação Produtiva	2008-09-02	E	2.265.186,00	2.111.237,00	738.932,95
18	013061	IMPERIAL - Produtos Alimentares, S.A.	Inovação Produtiva	2010-06-04	E	2.505.595,86	2.464.607,86	1.109.073,54
18	033374	IMPERIAL - Produtos Alimentares, S.A.	Inovação Produtiva	2013-08-06	E	1.684.508,00	1.627.008,00	732.153,60
18	023130	PRIMOR CHARCUTARIA - PRIMA, SA	I&DT Emp. - Co-promoção	2012-04-04	E	656.927,44	646.486,77	409.675,94
18	038869	PRIMOR CHARCUTARIA - PRIMA, SA	I&DT Emp. - Co-promoção	2014-01-22	E	935.373,26	850.968,34	548.911,28
	30					€ 78.924.970,39	73.766.071,08	39.759.591,84



COMPETE 2020 ao lado de quem cria valor | Agroalimentar



Programa Operacional Competitividade e Internacionalização
Operational Programme for Competitiveness and Internationalisation

Cofinanciado por:

COMPETE
2020

 **PORTUGAL**
2020



UNIÃO EUROPEIA

Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional