

# economia

## Docile realiza investimento recorde na sua marca

Fabricante gaúcha de doces está entre as principais patrocinadoras do Time Brasil nos Jogos Olímpicos de Paris 2024

### /INDÚSTRIA

Eduardo Torres, de Lajeado  
eduardo.torres@jcrs.com.br

Uma das imagens mais marcantes nos Jogos Olímpicos de Tóquio, no Japão, em 2021, encantou o público brasileiro pela simplicidade. Darlan Romani, quarto lugar na disputa do arremesso de peso, emocionado pelo resultado histórico, não esqueceu do gesto que havia combinado com a filha pequena em casa. Com os dedos indicador e polegar, fez o coraçãozinho e despertou na torcida brasileira o afeto que a Olimpíada provoca em cada um. Em 2024, nos Jogos Olímpicos de Paris, o gesto de gentileza do atleta brasileiro será símbolo da campanha que coloca a Docile entre as principais patrocinadoras do Time Brasil em terras francesas. As informações constam no Anuário de Investimentos 2024 do Jornal do Comércio.

Durante os Jogos, as balas produzidas aqui estarão em Paris, com os atletas brasileiros, e a imagem da empresa também estará “circulando” pelas ruas da capital francesa com ações que vão promover justamente a gentileza durante o período de competições. Darlan será um dos atletas da chamada “seleção de gentilezas” da Docile. Mas, com uma dieta tão rigorosa como é exigida a um atleta olímpico, tem lugar para alguns docinhos?

“Sempre tem. Tem que aproveitar o doce em algum momento”, garante o atleta.

Ele esteve em Lajeado e

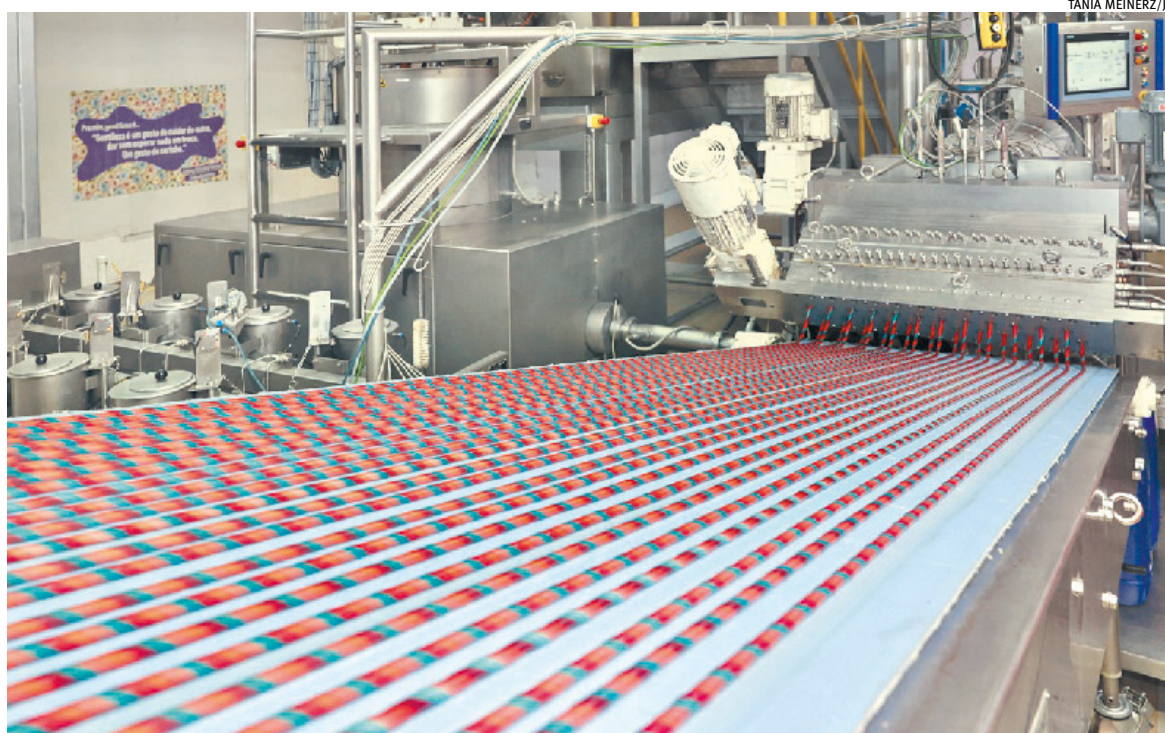
acompanhou de perto todo o processo de produção de 210 toneladas diárias de balas, marshmallows, chicletes, canudinhos e pastilhas.

“Foi uma parceria que fechamos no início deste ano, com a marca que comunica muito do que queremos para transmitir cada vez mais às crianças e jovens os valores olímpicos. A gentileza, ou as doces gentilezas, como a Docile propõe, traduzem tudo o que faz parte do imaginário de qualquer atleta que sonha estar na Olimpíada”, valoriza a head de licenciamentos e novos negócios do Comitê Olímpico Brasileiro (COB), Vanessa Spiess.

O avanço da marca

A Docile é uma das 12 marcas licenciadas para a promoção de produtos licenciados do Time Brasil - entre elas, a também gaúcha, Mormaii. Nesta semana, a fabricante de balas e doces de Lajeado, no Vale do Taquari, apresentou o seu projeto olímpico e abriu a sua fábrica para atletas, jornalistas e influenciadores, naquele que é apontado pela empresa como o maior investimento em ações de marketing já realizado na sua história.

São desembolsados neste ano R\$ 12 milhões nas ações que, ao ampliarem o alcance da marca gaúcha, consolidam o movimento de crescimento da empresa. Neste ano, são previstos ainda R\$ 40 milhões em investimentos na qualificação e ampliação da produção em Lajeado, fechando um ciclo de dois anos, iniciado em 2023, que totaliza R\$ 100 milhões em aportes.



Empresa de Lajeado produz 210 toneladas diárias de balas, marshmallows, chicletes, entre outros itens

“Sempre fomos uma empresa muito voltada da porta para dentro, preocupada com a qualificação das linhas de produção e da qualidade do produto. Quando definimos que estava na hora de levarmos para fora os valores que sempre cultivamos aqui dentro, o COB, e os Jogos Olímpicos, pareceram a oportunidade ideal para essa visibilidade. E o que queremos transmitir é a nossa cultura de muito respeito às pessoas, de defender o jogo limpo e a gentileza. Quando investimos na valorização da marca, geramos uma expectativa no consumidor, e ela é confirmada pela qualidade do produto, que sempre foi uma prioridade na Docile”, diz um dos sócios-proprietários, Ri-

cardo Heineck.

Ele comanda, ao lado dos irmãos Alexandre e Fernando - e também do pai, Nestor, que aos 87 anos já não atua diretamente na direção da empresa, mas é como um símbolo na empresa familiar - a atual líder brasileira em exportação de candies e que fechou 2023 com faturamento de R\$ 750 milhões, 20% a mais do que em 2022, e projeta, talvez já para 2025, chegar à marca de R\$ 1 bilhão de faturamento. Resultado de uma transformação acelerada nos últimos cinco anos e, nos últimos dois anos, foi a marca, deste setor, que mais cresceu em termos de conhecimento do consumidor.

“Hoje os nossos produtos che-

### Ficha Técnica

- ▶ **Investimento:** R\$ 52 milhões
- ▶ **Estágio:** Em execução
- ▶ **Empresa:** Docile
- ▶ **Cidade:** Lajeado
- ▶ **Área:** Indústria
- ▶ **Investimentos em 2023:** R\$ 60 milhões

gam a mais de 60 países. Na Olimpíada, os atletas receberão kits da Docile e estaremos na Casa Brasil, tanto em Paris quanto em São Paulo. E, claro, a nossa imagem e os produtos estarão circulando em Paris. Será, sem dúvida, uma oportunidade de ampliar essa visibilidade da nossa marca”, valoriza Alexandre Heineck.

## Estados Unidos são principal destino das exportações da companhia



Aproximadamente 35% da produção são destinados ao exterior

O principal mercado fora do Brasil está nos Estados Unidos, especialmente com a produção dos marshmallows, que caíram no gosto do consumidor norte-americano. Em torno de 35% da produção são destinados à exportação, e em crescimento. Para que se tenha uma ideia, em março, a Docile exportou seu primeiro contêiner para a China, depois de dois anos de longas negociações. Atualmente, porém, somente na América do Sul os produtos exportados pela Docile mantêm a marca da empresa. No mercado norte-americano, por exemplo, recebem os rótulos das empresas parceiras da fabricante gaúcha.

De acordo com Fernando Heineck, a partir dos investimentos iniciados no ano passado na fábrica, que ocupa 40 mil metros quadrados, uma nova linha de produção de canudinhos está em implantação e deve entrar em operação em junho, além da nova caldeira, que garantirá maior capacidade para abastecer toda a produção. E há ainda a compra de uma nova linha para produção de balas, com capacidade para outras 120 toneladas por dia, com um avanço na robotização da produção. Esta linha deverá estar instalada e iniciando a operação no final do primeiro trimestre de 2025.

“Nossa meta é ampliarmos em pelo menos 50% a produção a partir das novas linhas. Chegaremos, seguramente a 300 toneladas por dia”, aponta Fernando.

Além dos aportes na produção, o plano de investimentos da Docile incluiu ainda a ampliação do espaço para estoque e armazenamento. Parte do novo prédio, onde será instalada a nova linha de fabricação de balas, é ocupada com os produtos especificamente direcionados ao mercado externo. E há o espaço, com armazenagem capaz de abastecer dois meses de consumo, para os doces destinados ao mercado brasileiro.