

	CLIPPING
	O.C.S.: Rádio Brigantia Data 01 de agosto de 2019 Secção: Notícias Página: ----- Link: http://bit.ly/2GKewrR



Estratégia de internacionalização dos produtos de Terras de Trás-os-Montes aponta necessidade de criação de clusters

Qui, 01/08/2019 - 11:28

A necessidade de promoção e venda de produtos em conjunto, bem como de reforço da aposta na certificação são as principais conclusões do estudo que levou à criação de uma estratégia de internacionalização para as Terras de Trás-os-Montes.

As linhas directrizes da estratégia foram apresentadas ontem em Vimioso e segundo João Medina, da Sociedade Portuguesa de Inovação, responsável pelo estudo, é essencial que se fomente a cooperação entre as empresas da região. “Há uma recomendação mais forte que as outras que é a necessidade de haver uma entidade, eventualmente a CIM, mas o estudo não é definitivo, que tenha a responsabilidade de articular todas as pontas, fazendo despontar lógicas de clusters, fazendo a promoção dos produtos e fazendo com que eles se integrem numa lógica de promoção territorial, gostávamos que essa a entidade tivesse essas três áreas de actuação: sector produto e promoção”, explicou.

O trabalho, realizado ao longo de um ano, criou guias práticos de capacitação para a internacionalização de empresas de seis fileiras consideradas estratégicas na região: o azeite, carnes e enchidos, frutos de casca rija, mel, queijos e vinhos.

Estes sectores estão em diferentes fases de internacionalização, destacou ainda João Medina.

Segundo o presidente da Comunidade Intermunicipal Terras de Trás-os-Montes, Artur Nunes, foi importante diagnosticar o estado actual das empresas das fileiras estratégicas e considera que é preciso que mais produtos sejam certificados. "Havia uma necessidade de conhecer os nossos produtos IGP, para em segundo lhe dar mais valor a nível interno para poder exportar e depois encontrar estes mercados efectivos que têm grande procura que nos vêm ser identificados", afirmou

Para alguns dos produtores que estiveram ligados ao projecto e puderam participar em reuniões e feiras internacionais, esta estratégia de internacionalização pode vir ajudar a criar uma via de escoamento dos produtos.

A estratégia de internacionalização de produtos das Terras de Trás-os-Montes e aponta ainda as potencialidades do turismo da região e identifica os mercados com mais potencial, como o da saúde, nomeadamente o francês, a consolidar como o alemão e o brasileiro, e a explorar como a China. Escrito por Brigantia.

Jornalista: Olga Telo Cordeiro

