

 <b>MACEDO DE CAVALEIROS</b> Município	<b>CLIPPING</b>
	<b>O.C.S.:</b> Rádio Onda Livre
	<b>Data</b> 01 de agosto de 2019
	<b>Secção:</b> Informação <b>Página:</b> ----- <b>Link:</b> <a href="http://bit.ly/2Yzq1fX">http://bit.ly/2Yzq1fX</a>

		<b>EMIÇÃO ONLINE</b>						
<b>INÍCIO</b>	<b>EMIÇÃO ONLINE</b>	<b>INFORMAÇÃO</b>	<b>DESPORTO</b>	<b>AUDIO</b>	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ONDA LIVRE TV</b>	<b>CONTACTOS</b>	+ FOLLOW

Home / Informação

# Terras de Trás-os-Montes criam estratégia de internacionalização para promoção e venda de produtos

AGOSTO 1ST, 2019

ONDA LIVRE

49



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: setor produto e promoção.”*



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.

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.”*



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.

**Foto: Rádio Brigantia**

**INFORMAÇÃO CIR (Rádio Brigantia)**