



Seminário PROMERCADO: Desenvolver e valorizar os produtos endógenos

No âmbito do projeto POCTEP “PROMERCADO”, realizou-se a 25 de Novembro de 2014 na UTAD o Seminário do projeto PROMERCADO – Desenvolver e valorizar produtos endógenos: do produtor ao mercado, que contou com a excelência de vários oradores convidados.

Assistiram ao evento cerca de 60 pessoas, entre os quais os parceiros do projeto (portugueses e espanhóis: UTAD, ADRAT, INORDE e CERT Barbadas) alunos, professores, investigadores, técnicos de ADL e técnicos municipais.”

Neste evento foram apresentadas várias perspetivas no âmbito do tema tratado. O Diretor Regional e Diretora de Serviços de Controlo e Estatística da DRAPN apresentaram as principais linhas do PDR – Programa de Desenvolvimento Rural 2014-2020; A Presidente do Conselho Regulador da IGP “Mel de Galícia” abordou a temática da produção, valorização e desenvolvimento do mel da Galiza;

O Diretor Técnico do Centro de Desenvolvimento Agropecuário (INORDE) falou sobre apoios a agricultores, por aquela instituição na região, e a melhoria do rendimento agrícola;

A Associação de Desenvolvimento Regional do Alto Tâmega apresentou casos de valorização de produtos locais na região, tendo destacado o projeto “Rede das Tabernas”;

O sócio gerente da empresa AGRIREAL abordou a faceta da comercialização dos produtos típicos;

Um investigador da Universidade de Vigo que, na sua intervenção, explorou o potencial exportador dos produtos endógenos e as exigências do mercado.

O projeto POCTEP "PROMERCADO", procura(ou) promover e incentivar a criação de riqueza na economia e nas áreas de intervenção, através do desenvolvimento e valorização de produtos economicamente rentáveis, com base em recursos endógenos, para que os agricultores se possam adaptar, inovar e responder à forte pressão, exercida tanto pelos mercados como pelos cidadãos que enfrentam mudanças de políticas e contexto.

Constituindo-se como uma mais-valia do projeto, o trabalho de campo e os outputs finais do projeto permitiram: a) diagnosticar e avaliar a importância socioeconómica, ao nível da região Norte de Portugal, de alguns produtos endógenos; b) promover contactos exploratórios no terreno com informantes-chave locais; c) identificar canais de comercialização mais utilizados; elaborar diagnóstico e selecionar sectores, produtos ou grupos de produtos com potencial económico e de negócio; d) conhecer envolventes internas e externas dos produtos selecionados; e) definir estratégias de desenvolvimento empresarial adaptadas, marketing-mix / plano de negócio adaptado aos diferentes produtos; f) acumular, disseminar e partilhar conhecimento.