

Produzir em Portugal para o mundo

Principais Conclusões/Mensagens Chave Mesa redonda 1

II Fórum PORTUGAL SOU EU - 23 de novembro de 2017

As empresas presentes na mesa sob o tema **Produzir em Portugal para o mundo** apresentaram os seus testemunhos acerca das mais-valias da adesão ao Portugal Sou Eu, retratando a sua experiência nos mercados externos e a importância da menção da origem dos seus produtos.

Da tertúlia, chegaram-se a três mensagens chave que ilustram as necessidades sentidas pelo meio empresarial na conquista de mercados externos.

- Urgência em que o nosso país crie uma identidade forte lá fora assente numa imagem ou símbolo que não temos, em oposição à grande maioria dos países que concorrem com Portugal nos mercados externos.
Apesar de Portugal ser um país com história e património imensurável, falta ter um símbolo que permita ser reconhecidos no Mundo através dele. A criação dessa imagem forte e identitária é urgente para colocar Portugal no mapa Mundo.
- Necessidade de continuar a apoiar financeiramente as nossas empresas na conquista do Mercado Externo. Urgente articular as políticas públicas dos diversos ministérios quanto aos programas de financiamento para combater as duplicações de dotação, presença, símbolos, etc. que só enfraquecem a imagem de Portugal lá fora pela dispersão que criam.
As marcas Wines Of Portugal / Made In Portugal/ Portugal Foods / Portugal Fresh / Bandeira / Símbolo PtSouEu Internacional são todas marcas que querem comunicar o melhor de Portugal, algumas de uma forma setorial, que gera uma dispersão de símbolos identitários que confunde o consumidor final.
- Na sequência da 2ª mensagem, boa nota à utilização do símbolo internacional do PtSouEu como marca chapéu, mas é preciso que seja a linguagem de um país e não apenas de um programa.
A aposta do(s) governo(s) nessa matéria traria a FORÇA que esta marca precisa para se tornar global dessa forma transversal, largando a limitação de ser um programa ministerial para estímulo do mercado interno e lançando-se definitivamente como um DESÍGNIO NACIONAL para promoção cá dentro e lá fora. As entidades envolvidas e a sociedade civil *per se* não têm esse poder de mobilização.



Resultados do estudo de impacto da adesão ao programa Portugal Sou Eu realizado pelo ISEG em setembro 2017, indicam em termos de motivos de adesão, 75% das empresas indicaram o fator de “facilitar a entrada de novos produtos no mercado”, sendo que a maior parte das empresas aderentes tem uma atividade exportadora, significando cerca de 60% das empresas exportam menos de 20% do VN, e 20% das empresas exportam mais de 40% do VN.

Quanto aos benefícios da adesão, verifica-se que mais de 82% das empresas beneficiam as suas vendas com a adesão ao programa e beneficiam da vantagem concorrencial nos mercados onde operam.