



Ministério da Economia admite alargar critérios para adesão ao selo "Portugal Sou Eu"

Produção
Ana Rute Silva

Campanha sobre produtos nacionais arranca amanhã e prolonga-se até Outubro. No total, há 1379 produtos com esta certificação

O secretário de Estado da Economia, Leonardo Mathias, vai propor ao órgão gestor do programa "Portugal Sou Eu" uma alteração à fórmula de cálculo de incorporação nacional. O selo, que veio substituir o "Compre o que é Nosso", só é concedido a produtos que tenham uma incorporação nacional nos seus custos de produção de peso igual ou superior a 50%, o que coloca dúvidas em casos como os do café -- em que 100% da matéria-prima é importada -- ou da água, em que a indústria tem dificuldade em aferir o "valor objectivo" deste bem.

Ao PÚBLICO, Leonardo Mathias avançou que haverá uma reunião do conselho estratégico deste projecto -- composto pela Associação Empresarial de Portugal (AEP), Associação da Indústria Portuguesa, Confederação dos Agricultores de Portugal e liderado pelo IAPMEI, o Instituto de Apoio às Pequenas e Média Empresas e à Inovação -- no dia 18 de Fevereiro onde o assunto será discutido. "A minha interpretação é que há valores intangíveis que identificam Portugal além-fronteiras. Tem de haver um denominador comum, mas a proposta é que haja também uma visão do que são os valores intangíveis das marcas portuguesas, sedeadas em Portugal, com o centro de decisão em Portugal", disse.

A primeira grande campanha de divulgação do "Portugal Sou Eu" arranca hoje e decorre até Outubro, com a ajuda das verbas do Programa Compete, que financia 85% de um total de 3,9 milhões de euros. O programa foi aprovado em Conselho de Ministros em 2011, mas só em Dezembro de 2012 foi formalmente apresentado às empresas. No último ano, 1379 produtos de cerca de 200 organizações conquistaram o selo. Está em curso a certificação de mais 290 produtos. De acordo com os dados da secretaria de Estado da Economia, as empresas aderentes representam um volume de negócios agregado de 800 milhões de euros, e empregam cerca de seis mil trabalhadores. Cerca de

76% são do sector agro-alimentar.

"O que queremos também é que os consumidores façam uma escolha informada, que possam valorizar a oferta nacional. Há a equação matemática, mas há valores intangíveis de marcas tradicionalmente portuguesas", sublinha Leonardo Mathias.

Apesar dos números, o "Portugal Sou Eu" ainda não está disseminado nas prateleiras e empresas como a Delta, uma das primeiras a aderir ao "Compro o que é Nosso" (criado pela AEP em 2006) ainda não decidiram se vão, ou não, adoptar o selo. Os critérios de selecção são mais exigentes, já que é obrigatório candidatar individualmente cada produto e calcular a percentagem de incorporação nacional, com base na matriz definida pelo Instituto Português da Qualidade. Ainda assim, a Imperial (chocolates Regina) ou a Valente Marques (dona do arroz Caçarola) já ostentam a imagem nos seus produtos. Também a McDonald's conseguiu obter o selo com a Mc Bifana.



Ministro da Economia liberta mais 2000 milhões para as empresas de menor dimensão

O secretário de Estado da Economia adianta que, além da campanha mediática, que tem como slogan "Faço do meu país o melhor para mim", haverá eventos em escolas, passatempos e embaixadores escolhidos para divulgarem a marca. Carlos Coelho, presidente da agência Ivity Brand Corp e o mentor do programa será um deles.

Mais apoio para PME

A par da valorização dos produtos nacionais, o Governo anunciou ontem uma nova linha de financiamento às Pequenas e Médias Empresas (PME) no valor de dois mil milhões de euros. A nova PME Crescimento 2014 passa a ter um prazo de 10 anos (em vez dos nove anos da versão anterior) e destina 500 milhões de euros para as micro-empresas, 500 milhões para o fundo de maneo e 500 milhões para as exportações. Os projectos de investimento têm uma dotação de 500 milhões.

Esta linha de financiamento do Ministério da Economia será mais focada no apoio ao investimento produtivo e nas exportações.