

Designação do projeto	Seculo de Génios Vale Internacionalização
Código do projeto	ALT20-01-0752-FEDER-018443
Objetivo principal	OT 3 - Reforçar a competitividade das PME (internacionalização)
Região de intervenção	Alentejo
Entidade beneficiária	SÉCULO DE GÉNIOS LDA
Data da aprovação	31-05-2016
Data de início	08-06-2016
Data de conclusão	07-06-2017
Custo total elegível	20 000.00€
Apoio financeiro da União Europeia / Público nacional/regional	15 000.00€

Objetivos, atividades e resultados esperados *(Versão revista: 02 de Setembro de 2017)*

O objetivo é o de avaliar a potencial internacionalização do negócio e encontrar o modelo e os destinos que possam ser mais adequado para essa internacionalização.

O projeto Século de Génios, que usa agora a marca PTPT, nasce da constatação de que os Produtos Tradicionais Portugueses alimentares nos proporcionam toda uma paleta de possibilidades de comer melhor, com segurança alimentar e equilíbrio nutricional pois têm um longuíssimo historial de segurança alimentar, completada por outros elementos que são de grande importância: proporcionam o prazer da boa mesa, são elemento agregador de famílias e amizades e permitem desfrutar de um património cultural arreigado às nossas melhores gastronomias locais e conviviais. São inúmeros os produtos que têm um nome próprio que os qualifica e comprova a sua origem, reputação, genuinidade, tradicionalidade ou modo de produção particular, ancestrais, respeitadores de ambientes, terras e homens...

Mas um dos factores determinantes para alguma perda de quota de mercado dos tradicionais é a dificuldade sentida pelos produtores na qualificação com uma melhor definição e caracterização dos seus produtos e sua colocação no mercado de uma forma atraente. O mesmo se passa ao nível de produtos tradicionais não alimentares.

A Século de Génios pretende dar resposta a estas carências. Em Portugal e na esfera internacional onde há também muitos países, associações e produtores à procura de serviços que permitam iniciar ou reforçar a proteção e qualificação destes saberes-fazer. O objetivo deste Vale é avaliar se isso significa potencial de internacionalização para a empresa e quais os mercados mais apetecíveis.

Atividades

As atividades a desenvolver são as adequadas a avaliar mercados e compreender se há condições para a internacionalização do projeto, de acordo com uma metodologia:

- Atratividade: avaliar o potencial e atratividade do(s) mercado(s), em si
- Receptividade: análise da receptividade concreta aos produtos da empresa
- Capacidade: definir se a internacionalização e os mercados são adequados face às capacidades reais de produção e de projeção das suas equipas e inovação das suas soluções do ponto de vista de adequação ao mercado concreto.

Resultados

Como dito na candidatura, a consultoria é uma primeira fase de internacionalização:

1. estudar, pensar e planear (estudo e prospecção)
2. (após o serviço contratado no Vale) agir de acordo com resultados.

Os objectivos foram cumpridos e os resultados obtidos em linha com os esperados. O trabalho com a empresa e a equipa prestadora de serviços foi bastante boa e positiva, mas há alertas importantes. Pontos mais relevantes das conclusões:

- Atractividade - muito alta: o sector dos produtos tradicionais vale 54 Bi € a nível global e tem vindo a crescer de modo directo e em ligação com o turismo e há procura de muitos países e associações de produtores a nível internacional para apoio a montar sistemas de proteção, qualificação e promoção destes produtos;
- Receptividade - alta: há carência de empresas e entes capazes de dar esse apoio, pela especificidade dos saberes envolvidos, em que a PTPT é forte. Há, pois, possibilidades de sucesso real do negócio;
- Capacidade - média (questão é “quando”, não “se”): a PTPT tem o saber (recurso mais crítico) e a internacionalização pode acontecer a qualquer instante (a Eng.ª Ana Soeiro é prestigiada e procurada internacionalmente); a internacionalização deve ser aproveitada sempre que surgir mas, dada a limitação financeira, a

dimensão da equipa e a concentração do saber em poucas pessoas (limitada capacidade de projecção da equipa para trabalhos longos no exterior, por exemplo), as conclusões desta consultoria indicam que é adequado primeiro concentrar em consolidar o mercado nacional e, já com a aprendizagem e a capacidade financeira conseguida com essa consolidação, partir então para uma promoção internacional mais intensiva. Por ora alguns conselhos:

- a internacionalização pode e deve ser promovida desde sempre, nas inúmeras deslocações que a equipa faz e através do seu extenso *networking* nacional e internacional, mas tal não deve implicar elevados investimentos financeiros nem desfoque da equipa e das prioridades, até um novo patamar de desenvolvimento da empresa e do portal e aplicativo PTPT (www.ptpt.pt);
- participar em concursos de fornecimento (tenders) ou de desenvolvimento (I&D) nacionais e internacionais, na maior parte dos casos através de parcerias com outras empresas ou entidades são uma boa forma de ganhar dimensão, músculo, capacidade financeira e um essencial *track record* para mais projectos futuros;
- importa começar a preparar uma equipa mais numerosa, vendendo formações nesta área complexa das identidades geográficas e da proteção e qualificação de saberes, que não existe no mercado nem empresarial nem universitário, o que significa que é ao mesmo tempo uma potencial fonte de receitas e uma forma de assegurar uma bolsa de consultores e potenciais colaboradores futuros, para o tal necessário crescimento da equipa necessário para projectos internacionais;
- quando se avançar, aposta nos PALOP e Brasil, pela língua e porque muitos dos saberes-fazer e tradições se cruzaram ao longo de séculos e por isso há muitos aspectos comuns, para além de serem países a começar a tratar mais a sério esta área, até para trabalhar identidades nacionais, e têm forte carência de apoio;
- a nível Europeu e OCDE: através do *networking* internacional existente, tentar integrar a PTPT em consultorias internacionais e projectos H2020 e de &D, com universidades, centros de I&D, produtores, associações e outras empresas;
- ter o portal www.ptpt.pt no ar com tanta informação é a prova de capacidade da Século de Génios mas a sua internacionalização implicará, sem dúvida, iniciar o trabalho de tradução e futuro lançamento em línguas como o inglês e espanhol, para permitir enfrentar a internacionalização nos países OCDE com optimismo.