

## Concurso FoodValorization

### :: REGULAMENTO ::

#### INTRODUÇÃO

A Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD) é a entidade que promove o Concurso FoodValorization, que tem como objetivo geral dinamizar a inovação e a economia no setor alimentar, através da transferência de conhecimento e de tecnologia e da sua valorização económica. Para isso pretende-se incentivar o desenvolvimento de projetos orientados para a inovação e competitividade dos “Produtos Alimentares Tradicionais”, baseado na diferenciação dos recursos endógenos do território, e na valorização ao longo da cadeia de valor (produção primária, transformação, ingredientes, indústria, embalagem, distribuição e food service).

Este concurso é desenvolvido no âmbito do projeto NEWFOOD que junta a ambição de acelerar os processos de expansão e valorização económica dos “produtos tradicionais”, através da sua identificação e da evolução e adaptação destes produtos a novos mercados mais competitivos, estratégia prioritária para o desenvolvimento da economia na Região Norte. O projeto NEWFOOD – Food Technologies Valorization operação NORTE-01-0246-FEDER-000043 é cofinanciado pelo FEDER através do NORTE 2020 (Programa Operacional Regional do Norte 2014/2020).

#### ARTIGO 1º - OBJETIVO

O concurso FoodValorization (Concurso), insere-se no Projeto NEWFOOD – Food Technologies Valorization e tem como objetivo geral dinamizar a inovação e a economia no setor alimentar, das fileiras dos “produtos tradicionais”, apoiando propostas de projetos inovadores, envolvendo Provas de Conceito e Projetos de Negócio para Empreendedorismo - orientados para novas iniciativas de negócio na cadeia de valor.

O Concurso apresenta os seguintes objetivos específicos:

- i. Fomentar as atividades de inovação na produção alimentar;
- ii. Apoiar a criação de novos produtos alimentares;
- iii. Incentivar a inovação nos produtos agroalimentares tradicionais
- iv. Dinamizar a utilização dos recursos endógenos;

- v. Promover e dar visibilidade a ideias-conceito, projetos, produtos com potencial valor acrescentado para o setor agroalimentar em particular para produtos transformados (exclui produção primária);
- vi. Distinguir produtos, ideias, projetos de produtos transformados;
- vii. Distinguir produtos transformados com características diferenciadas.

#### **ARTIGO 2º – ORGANIZAÇÃO**

A Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD), enquanto promotor do projeto NEWFOOD - Food Technologies Valorization, assume-se como entidade organizadora e promotora deste concurso.

Para tal a UTAD irá constituir um Órgão Técnico (OT), que fará a gestão administrativa e processual deste Concurso, assumindo as responsabilidades de organização, implementação e BackOffice.

As informações sobre este Concurso poderão ser consultadas em:

[https://www.utad.pt/gap/foodvalorization/.](https://www.utad.pt/gap/foodvalorization/)

#### **ARTIGO 3º - CONCORRENTES**

1. Podem ser participantes neste concurso: Empresas ou empresários em nome individual, legalmente constituídos na forma de pessoas singulares ou coletivas, bem como Pessoas individuais com idade superior a 18 anos.
2. Serão valorizados os projetos cujas ideias de valor resultem da investigação dos centros de I&D.
3. Não é permitida a participação de elementos da organização nem do júri.

#### **ARTIGO 4º – REQUISITOS DO PRODUTO**

1. Entende-se como produto a concurso, a “ideia de produto” (imaterial) ou o “produto existente” (material) que se enquadre nos requisitos deste regulamento.
2. Os produtos a submeter a concurso nas diferentes Etapas deverão enquadrar-se na fileira dos produtos agroalimentares tradicionais ou incorporarem maioritariamente produtos base de origem regional, bem como resultarem e/ou promoverem a investigação e desenvolvimento com os Centros de I&D da Região Norte.
3. Além do referido no ponto anterior, o novo produto submetido a concurso (e atendendo à especificidade de cada uma das Etapas) deve cumprir todas as especificações mencionadas abaixo:
  - i. próprio para consumo humano e destinado aos consumidores;

- ii. comercializável na distribuição/retalho ou no canal HORECA/foodservice (Hotéis, restaurantes e catering);
- iii. inovador em um ou vários aspetos em relação aos produtos alimentares já existentes no mercado. Esta inovação pode centrar-se no conceito, e/ou tecnologia, e/ou receita, e/ou embalagem, e/ou consumo, entre outros;
- iv. envolver no processo de inovação os ingredientes básicos (origem – biológica, DOP) e/ou a embalagem (reciclável, inteligente) e/ou o processo de fabrico (novos processos e tecnologias) e/ou a distribuição logística (novos canais de venda ou venda direta ao consumidor);
- v. destacar-se pelas suas propriedades organoléticas, nutricionais ou outras;
- vi. ser reproduzível para fabrico numa unidade de produção com base em especificações técnicas (ingredientes, processo de fabrico, preço de custo, investimento empresarial, ...);
- vii. estar de acordo com os regulamentos relevantes (processamento, aditivos e ingredientes, embalagem, rotulagem, normas de publicidade, segurança alimentar, ...);
- viii. ser relevante a nível comercial (adequado para um mercado local e/ou nacional e/ou Europeu; corresponde à procura dos consumidores, plano de marketing, embalagem, logística...);
- ix. mostrar uma coerência global face aos critérios acima referidos;
- x. os produtos a concurso têm que ser inovadores, pelo que não podem ter sido já apresentados noutros concursos, quer organizados pela UTAD, quer organizados por outras entidades.

## ARTIGO 5º - ORGANIZAÇÃO GERAL DO CONCURSO

O Concurso FoodValorization divide-se em 3 Etapas:

### 1. Etapa 1 – Propostas de valorização:

- Esta etapa corresponde à fase inicial do Concurso, em que os Concorrentes descrevem a sua proposta de valorização para um produto alimentar (em formulário apropriado).
- As 16 melhores propostas resultarão do processo de votação e seleção pelo júri de seleção para integrarem a Etapa seguinte.

### 2. Etapa 2 – Protótipos:

- Os 16 concorrentes/produtos selecionados na etapa anterior irão beneficiar de apoio em:
  - Elaboração do Modelo de Negócios;
  - Apoio na elaboração de protótipo/prova de conceito;

- No final desta Etapa os finalistas submetem os seus protótipos e Modelo de Negócios para apreciação do júri de seleção;
- Após votação, os 8 concorrentes mais votados passarão automaticamente à Etapa 3.

### 3. Etapa 3 – Produtos alimentares Inovadores.

- Os 8 finalistas terão um período para melhorar as suas propostas (ao nível do modelo de negócios, prova de conceito e imagem) e preparar um pitch de 10 minutos, a realizar perante o júri de premiação
- De entre os concorrentes à Etapa 3, o júri de premiação vota e escolhe as 4 melhores propostas que serão os vencedores do Concurso.

## ARTIGO 6º - REGRAS DE CANDIDATURA

1. A candidatura para ser considerada tem de cumprir dois momentos previstos, isto é, envio de candidatura através de preenchimento do formulário que deverá ser solicitado para o email [concurso@utad.pt](mailto:concurso@utad.pt), etapa 1, e entrega dos Protótipos e Modelo de negócios para a Etapa 2.

2. A candidatura à Etapa 3 é automática para os vencedores da Etapa 2.

3. Os Concorrentes ao submeterem a sua candidatura, deverão ter em consideração:

- Podem candidatar qualquer produto e/ou ideia conceito transformado, de qualquer fileira agroalimentar na fileira dos “produtos tradicionais” ou que incorporem produtos locais;
- É da total responsabilidade do candidato garantir todas as questões relacionadas com a segurança alimentar e saúde do consumidor para a disponibilização do produto a concurso.
- É da total responsabilidade do candidato garantir a legitimidade para apresentar a candidatura.
- Deverão enquadrar o produto em todos os critérios de avaliação, e a Candidatura será realizada de acordo com esse enquadramento.

4. Cada participante só pode apresentar 1 candidatura.

5. O formulário de concurso à Etapa 1 e o regulamento poderão ser solicitados através do email [concurso@utad.pt](mailto:concurso@utad.pt) ou consultando a página: <https://www.utad.pt/gap/foodvalorization/>

## ARTIGO 7º - CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO E PONDERAÇÕES

1. Atendendo às diferentes Etapas que corporizam este Concurso, os procedimentos e critérios de avaliação específicos a ser utilizados para cada uma das Etapas são:

2. Critérios de avaliação na Etapa 1 - Propostas de valorização:

- i. O júri avaliará cada candidatura (ficha de candidatura) tendo em conta os critérios de avaliação descritos abaixo, numa escala de 1 a 10 valores, onde 1 é a valorização mais baixa e 10 a valorização máxima:
  - a. Inovação do produto;
  - b. Inovação de produto alimentar tradicional;
  - c. Grau de incorporação de produtos locais;
  - d. Credibilidade do mercado;
  - e. Viabilidade Produtiva;
- ii. Os critérios de avaliação terão peso igual no processo de seleção, contando para a pontuação final o somatório da votação nos 5 critérios.
- iii. Serão selecionadas para a Etapa 2 as 16 Candidaturas mais votadas.

### 3. Critérios de avaliação na Etapa 2 - Protótipos:

- i. Os 16 selecionados deverão entregar junto da OT um documento com o seu Modelo de Negócios (com base na metodologia do Business Model Canvas) e um protótipo do seu produto alimentar inovador.
- ii. O júri avaliará cada candidatura tendo em conta os critérios de avaliação descritos abaixo, numa escala de 1 a 10 valores, onde 1 é a valorização mais baixa e 10 a valorização máxima:
  - a. Inovação de produto alimentar tradicional;
  - b. Grau de incorporação de produtos locais;
  - c. Propriedades Organoléticas;
  - d. Propriedades nutricionais;
  - e. Viabilidade do Modelo de Negócios.
- iii. Os critérios de avaliação terão peso igual no processo de seleção, contando para a pontuação final o somatório da votação nos 5 critérios.
- iv. Serão selecionadas para a Etapa 3 as 8 Candidaturas mais votadas (finalistas).

### 4. Critérios de avaliação na Etapa 3 – Produtos alimentares Inovadores:

- i. Os 8 finalistas da Etapa 2, estão automaticamente elegíveis para a Etapa 3, devendo, no entanto, preparar uma apresentação de 10 minutos e submeterem-se a várias perguntas do júri.
- ii. Após a audição de cada candidato, o júri avaliará cada candidatura tendo em conta os critérios de avaliação descritos abaixo, numa escala de 1 a 10 valores, onde 1 é a valorização mais baixa e 10 a valorização máxima:
  - a. Inovação de produto alimentar tradicional;
  - b. Segurança alimentar;
  - c. Propriedades organoléticas;
  - d. Proposta de valor;
  - e. Apresentação Geral.

- iii. Os critérios de avaliação terão peso igual no processo de seleção, contando para a pontuação final o somatório da votação nos 5 critérios.
- iv. Sairão vencedoras as 4 candidaturas mais votadas.

#### ARTIGO 8º - JÚRI

1. Atendendo à organização geral do Concurso, o júri será organizado em “júri de seleção” e “júri de premiação”.
2. O júri de seleção será composto de 5 elementos, sendo o presidente do Júri o representante da UTAD.
3. Previsionalmente, o Júri de Seleção será composto por um representante das seguintes instituições:
  - Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro;
  - Escola de Hotelaria de Lamego;
  - Fundação Casa de Mateus;
  - Portugal Foods;
  - Federação das Indústrias Portuguesas Agroalimentares.
4. O Júri de seleção apreciará, votará e selecionará os candidatos às Etapas 1 e 2.
5. O Júri de seleção encontra-se reunido sempre que se verifique haver quórum (isto é mais de 50% dos elementos do júri de seleção).
6. O Júri de premiação será composto de 7 elementos, sendo o presidente do Júri um representante da UTAD.
7. O Júri de premiação será composto por um representante das seguintes instituições:
  - Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro;
  - Escola de Hotelaria de Lamego;
  - Fundação Casa de Mateus;
  - Portugal Foods;
  - Federação das Indústrias Portuguesas Agroalimentares;
  - Sonae (ligado ao retalho alimentar);
  - Direção Regional da Agricultura e Pescas do Norte.
8. O Júri de premiação reunirá ordinariamente 1 vez para ouvir, apreciar, votar e selecionar os candidatos à Etapa 3 e escolher os vencedores do concurso.
9. O Júri de premiação encontra-se reunido sempre que se verifique haver quórum (isto é mais de 50% dos elementos do júri de premiação).
10. O Júri é soberano e solidário, e das suas decisões não poderá haver recurso.

11. Das reuniões do Júri será lavrada a respetiva ata.
12. Por questões não imputáveis ao promotor, este pode altear a composição do júri, devendo para tal dar conhecimento aos concorrentes desse facto.

#### **ARTIGO 9º - ISENÇÃO E TRANSPARÊNCIA**

A UTAD delegará no Órgão Técnico (OT) criado para efeitos deste Concurso, as competências necessárias à condução deste processo, funcionando de forma autónoma, pelo que o OT fará o acompanhamento de toda a competição garantindo a isenção e transparência do Concurso FoodValorization.

#### **ARTIGO 10º - PRÉMIOS**

1. Atendendo aos pressupostos de cada uma das três Etapas que corporizam este Concurso os prémios a atribuir são os seguintes:

- i. Etapa 1 – Propostas de valor:
  - a. Consultadoria aos 16 projetos selecionados na elaboração do Modelo de Negócios (com base na metodologia do Business Model Canvas), com duração de 8 horas
  - b. Voucher de conceção e desenvolvimento de produto no valor de 2.000€ cada (com IVA Incluído)
- ii. Etapa 2 – Protótipos:
  - a. Consultadoria na preparação do pitch de apresentação final (12 horas)
  - b. Consultadoria na área de Design de produto (imagem do produto)
- iii. Etapa 3 - Produtos alimentares Inovadores:
  - a. Prémio monetário de 4.000,00€ ao primeiro classificado
  - b. Prémio monetário de 2.000,00€ ao segundo classificado
  - c. Prémio monetário de 1.000,00€ ao terceiro classificado
  - d. Prémio monetário de 500,00€ ao quarto classificado

2. Os selecionados em cada uma das Etapas e os Vencedores receberão um diploma a atestar a sua participação e nível de superação.

#### **ARTIGO 11º – CALENDARIZAÇÃO & COMUNICAÇÃO**

1. Atendendo a cada uma das 3 Etapas deste Concurso, o Calendário para a sua execução é o seguinte:

- i. Concurso à Etapa 1: 17:00h do dia 14 de dezembro de 2018
- ii. Anúncio dos 16 Selecionados: até dia 4 de janeiro de 2019
- iii. Concurso à Etapa 2: 15:00h do dia 1 de março de 2019, junto da OT

- iv. Anúncio dos 8 Finalistas: até dia 8 de março de 2019
  - v. Pitch de Apresentação e Premiação: até dia 1 de abril de 2019
2. Por questões operacionais, o promotor poderá alterar os prazos acima referidos, devendo para tal comunicar esta situação por email aos candidatos ainda em Concurso.
  3. Toda a informação referente a este Concurso será publicada on-line na página do projeto NEWFOOD em <https://www.utad.pt/gap/foodvalorization/>.
  4. Os selecionados de cada uma das Etapas serão avisados por correio eletrónico e as listas dos selecionados serão colocadas on-line na página do Projeto.
  5. Os vencedores são anunciados no dia dos Pitches dos 8 finalistas e após deliberação do Júri de Premiação, nos termos deste Regulamento.

#### **ARTIGO 12º – DIVULGAÇÃO**

1. Qualquer divulgação, publicidade ou outra forma de referência a este concurso pelas equipas deve especificar o título do concurso e a data exata, assim como o nome do produto alimentar que recebeu o prémio e sua natureza.
2. Os participantes que não tenham recebido um dos 4 prémios finais não podem utilizar o concurso para divulgação com fins comerciais ou publicitários. O logótipo do NEWFOOD é propriedade da organização, sendo a sua utilização limitada aos fins especificados neste regulamento.

#### **ARTIGO 13º – OUTRAS DISPOSIÇÕES**

1. O Júri reserva-se o direito de não atribuir prémios se nenhuma candidatura tiver a qualidade mínima dos requisitos deste regulamento.
2. Qualquer informação confidencial submetida pelas equipas e identificada pelas equipas como “Confidencial” não será divulgada ou publicada sem a sua expressa permissão.
3. O Promotor deste Concurso reserva-se no direito de modificar, adiar ou cancelar a competição ou alterar as datas ou as condições, se forem obrigados a tal por motivos independentes à sua vontade.
4. A participação na competição implica a completa aceitação do presente regulamento pelos participantes.
5. Os vencedores aceitam previamente que os prémios atribuídos nas diferentes Etapas não poderão ser alvo de troca.
6. O presente regulamento está sujeito à Legislação Portuguesa em vigor.



7. Qualquer dificuldade na interpretação ou aplicação do presente regulamento será decidida pela organização.
8. Os casos omissões serão resolvidos pelo promotor, devendo a mesma ser retificada pelo Júri na Etapa subsequente à sua resolução.

## ANEXO – Definições

1. Para efeitos dos Critérios de Avaliação deste Concurso entende-se por:
  - a. “Inovação do Produto” – inclui criatividade ou originalidade, inovação do processo/metodologia ou inovação na tradição, inovação disruptiva ou incremental no produto, que na Etapa 1 poderá ser uma proposta (ideia) ou produto já obtido;
  - b. “Inovação de produto alimentar tradicional” – quando a proposta de inovação do produto tem por base os produtos tradicionais (segundo a lista de Produtos Tradicionais divulgada pela DGADR no portal <https://tradicional.dgadr.gov.pt/pt/>);
  - c. “Grau de Incorporação de produtos locais” – quando a proposta de valorização, que não se enquadra na tipologia anterior, mas inclui na sua confeção produtos alimentares base de origem local (comumente aceites como tal);
  - d. “Credibilidade do mercado” – Demonstração clara, evidente e fundamentada de que existe um potencial de mercado para a nova proposta alimentar;
  - e. “Viabilidade Produtiva” – Fundamentação quanto à capacidade de converter a nova proposta em processos produtivos (grau de industrialização);
  - f. “Propriedades Organoléticas” – Análise sensorial das várias dimensões físicas das novas propostas alimentares ao nível de: cor, sabor, textura e odor;
  - g. “Propriedades Nutricionais” – composição química que promova e vá de encontro aos vários aspetos da saúde humana;
  - h. “Viabilidade do Modelo de Negócios” – Grau de credibilidade quanto à forma como a proposta cria valor, entrega valor e captura valor;
  - i. “Segurança alimentar” – O produto deverá responder as questões de segurança alimentar, e conformidade com a legislação alimentar europeia;
  - j. “Proposta de valor” – Em que medida o produto responde as necessidades do mercado e estas são evidentes;
  - k. “Apresentação Geral” – Grau de conformidade entre as várias dimensões do ecossistema do novo produto (alimentares, organoléticas, imagem, embalagem, modelo de negócios, canais, etc.).