

**CADERNO DE ENCARGOS DE CONCURSO PÚBLICO COM PUBLICIDADE NO DIÁRIO DA
REPÚBLICA E NO JOUE Nº CP/1/2021**

Concurso Público para **aquisição de serviços por lotes** de Consultoria, Empresariais diversos e afins, tendentes à execução do projeto «Rede Global da Diáspora 2.0», inserido no âmbito do Sistema de Apoio às Ações Coletivas do COMPETE 2020.

*Sistema de Apoio às Ações Coletivas - Internacionalização,
Programa Operacional Competitividade e Internacionalização (COMPETE 2020)
“Rede Global da Diáspora 2.0”
AVISO 01/SIAC/2019*

ÍNDICE

CONTEÚDOS

CAPÍTULO I.....	5
DISPOSIÇÕES INICIAIS.....	5
Cláusula 1.ª.....	5
Objeto.....	5
Cláusula 2.ª.....	6
Disposições por que se rege a aquisição de serviços de consultoria.....	6
Cláusula 3.ª.....	7
Interpretação dos documentos que regem a aquisição de serviços de consultoria.....	7
Cláusula 4.ª.....	7
Serviços a contratar.....	7
Cláusula 5.ª.....	17
Preço base.....	17
CAPÍTULO II.....	19
OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS	19
SEÇÃO I.....	19
OBRIGAÇÕES DO PRESTADOR DE SERVIÇOS	19
Cláusula 6.ª.....	19
Obrigações principais do prestador de serviços	19
Cláusula 7.ª.....	21
Prazo de execução da prestação de serviços	21
Cláusula 8.ª.....	21
Acompanhamento da execução da prestação de serviços	21
Cláusula 9.ª.....	22
Transferência de propriedade	22

Cláusula 10. ^a	22
Conformidade e garantia técnica	22
Cláusula 11. ^a	23
Patentes, licenças e marcas registadas	23
Cláusula 12. ^a	23
Dever de sigilo	23
Cláusula 13. ^a	24
Duração do dever de sigilo	24
SEÇÃO II	24
OBRIGAÇÕES DA FUNDAÇÃO AEP	24
Cláusula 14. ^a	24
Preço e condições de pagamento	24
Cláusula 15. ^a	25
Obrigação acessória	25
CAPÍTULO III.....	25
PENALIDADES CONTRATUAIS E RESOLUÇÃO	25
Cláusula 16. ^a	25
Penalidades contratuais	25
Cláusula 17. ^a	26
Força Maior	26
Cláusula 18. ^a	27
Resolução por parte da Fundação AEP	27
Cláusula 19. ^a	28
Resolução por parte do prestador de serviços	28
CAPÍTULO IV	28
CAUÇÃO.....	28
Cláusula 20. ^a	28

Extinção da caução	28
CAPÍTULO V	29
RESOLUÇÃO DE LITÍGIOS	29
Cláusula 21.ª	29
Foro Competente	29
CAPÍTULO VI	29
DISPOSIÇÕES FINAIS	29
Cláusula 22.ª	29
Princípios fundamentais.....	29
Cláusula 23.ª	29
Colaboração recíproca.....	29
Cláusula 24.ª	29
Subcontratação e cessão da posição contratual	29
Cláusula 25.ª	30
Comunicações e notificações	30
Cláusula 26.ª	30
Contagem dos prazos	30
CLÁUSULAS TÉCNICAS	31
A) OBJETIVOS E ÂMBITO DOS TRABALHOS.....	31

CADERNO DE ENCARGOS RELATIVO A AQUISIÇÃO DE SERVIÇOS

CAPÍTULO I

DISPOSIÇÕES INICIAIS

Cláusula 1.^a

Objeto

1 -O presente caderno de encargos compreende as cláusulas a incluir nos contratos a celebrar na sequência do procedimento pré-contratual de concurso público por lotes, com publicidade no Diário da República (DR) e no Jornal Oficial da União Europeia (JOUE), que tem por objeto a aquisição de serviços de Consultoria, Empresariais diversos e afins, tendentes à execução do projeto «Rede Global da Diáspora 2.0», inserido no âmbito do Sistema de Apoio às Ações Coletivas do COMPETE 2020.

2 - Dada a natureza do Procedimento, os serviços serão prestados na correspondência do descrito especificadamente, para os dois lotes adiante identificados:

Lote 1:

- a) Estudos de Business Intelligence;
- b) Assessoria de Imprensa;
- c) Gestão de Redes Sociais;
- d) Serviços Gestão de Projeto.

Lote 2:

- a) Ativação Internacional da Rede Global;
- b) Jornadas Internacionais de Negócios;
- c) Roadshow pela Rede Associativa;
- d) Materiais de divulgação.

Cláusula 2.ª

Disposições por que se rege a aquisição de serviços de consultoria

1 - A execução do contrato obedece:

- a) Às cláusulas do contrato e ao estabelecido em todos os elementos e documentos que dele fazem parte integrante;
- b) Ao Decreto-Lei n.º 18/2008, de 29 de janeiro (Código dos Contratos Públicos, doravante «CCP»);
- c) O disposto na lei, com as necessárias adaptações, que disciplina os aspetos relativos à prestação de serviços e das garantias a ela relativas, no que respeita à responsabilidade e obrigações do prestador de serviços e aos direitos do consumidor;

2 - Para efeitos do disposto na alínea a) do número anterior, consideram-se integrados no contrato, sem prejuízo do disposto no n.º 4 do artigo 96.º do CCP:

- a) O clausulado contratual, incluindo os ajustamentos propostos de acordo com o disposto no artigo 99.º do CCP e aceites pelo adjudicatário nos termos do disposto no artigo 101.º desse mesmo Código;
- b) Os suprimimentos dos erros e das omissões do caderno de encargos identificados pelos concorrentes, desde que tais erros e omissões tenham sido expressamente aceites pelo órgão competente para a decisão de contratar;
- c) Os esclarecimentos e as retificações relativos ao caderno de encargos;
- d) A proposta adjudicada;
- e) Os esclarecimentos sobre a proposta adjudicada prestados pelo adjudicatário;
- f) Todos os outros documentos que sejam referidos no clausulado contratual ou no caderno de encargos.

Cláusula 3.ª

Interpretação dos documentos que regem a aquisição de serviços de consultoria

1 - No caso de existirem divergências entre os vários documentos referidos nas alíneas b) e e) do n.º 2 da cláusula anterior prevalecem os documentos pela ordem em que são aí indicados.

2 - Em caso de divergência entre os documentos referidos nas alíneas b) a f) do n.º 2 da cláusula anterior e o clausulado contratual, prevalecem os primeiros, salvo quanto aos ajustamentos propostos de acordo com o disposto no artigo 99.º do CCP e aceites pelo adjudicatário nos termos do disposto no artigo 101.º desse mesmo Código.

Cláusula 4.ª

Serviços a contratar

1 - Os serviços de consultoria a adquirir são os seguintes:

Lote 1:

a) Estudos de Business Intelligence

Introdução - A diáspora representa um mercado estimado de 5,2 milhões de consumidores, entre portugueses e lusodescendentes, o que se traduz num aumento natural de 50% do nosso mercado interno, numa perspetiva de consumo apenas por portugueses.

Mas claro que o consumo não se faz apenas com consumidores, tendo de existir relações comerciais entre as empresas da diáspora e as PME portuguesas, para que os produtos estejam ao alcance de quem os pretender adquirir fora do país. Nos diversos inquéritos realizados na fase de conceção do projeto, dirigidos a Pessoas e Empresas (nacionais e da diáspora), foi consensual a importância de serem mapeadas as empresas portuguesas com presença internacional e as empresas de portugueses da Diáspora, ou onde estes assumem posições de destaque. Por outro lado, sendo a Rede Global da Diáspora um projeto que tem como missão principal promover o aumento das exportações das empresas portuguesas, é particularmente importante a informação

relacionada com as redes de distribuição e retalho em cada geografia, um ativo central na estruturação dos projetos de internacionalização das empresas nacionais.

Descrição da atividade: Realização de Estudos de Intelligence em **seis** mercados que permita proceder à identificação e caracterização de empresas de portugueses nos referidos mercados, dentro das várias áreas de atividade, bem assim como de todas as entidades relacionadas com a Diáspora (públicas e privadas). Pretende-se uma aproximação dos portugueses emigrados à comunidade empresarial da diáspora (contribuindo para o aumento da venda de produtos portugueses localmente), ao mesmo tempo que permite disponibilizar às PME portuguesas informação de mercado relevante para o desenvolvimento dos seus negócios internacionais, designadamente no acesso aos canais de distribuição.

Objetivos:

- 1) Mapear empresas e entidades da diáspora, recolhendo um número mínimo de 6.000 (seis mil) contactos de empresas e/ou entidades nos seis mercados estudados.
- 2) Aproximar as empresas da diáspora à Rede Global.
- 3) Valorizar a funcionalidade de Diretório de Empresas existente na plataforma nos mercados de análise.
- 4) Gerar informação de valor que valorize a ferramenta de Business Intelligence e possa ser utilizada como um ativo comercializável e uma fonte de receita para o projeto.
- 5) Potenciar o valor das redes de distribuição e retalho da diáspora, para as PME portuguesas fazerem chegar os seus produtos aos respetivos países, tendo como target não só a diáspora, mas os respetivos mercados de uma forma geral.

Requisitos:

- 1) A informação a recolher deverá respeitar um guião previamente fornecido, onde se identificam todas as dimensões de informação a recolher.
- 2) As informações deverão ser carregadas diretamente num interface digital a disponibilizar pela Fundação AEP.
- 3) É obrigatório o processo de validação prévio das entidades já existentes para ser garantido que não há registos duplicados.

- 4) Subscrição das políticas de privacidade de dados e de confidencialidade por todos os elementos que venham a integrar a equipa de projeto.
- 5) Terão de ser assegurados mecanismos de validação que garantam a veracidade e atualidade das informações de mercado recolhidas.

b) Assessoria de Imprensa

A combinação das redes sociais e dos canais de comunicação impressa e digital irá garantir uma ampla divulgação da plataforma de *networking* e das todas as atividades do projeto a um público que irá, seguramente, muito para além das fronteiras da diáspora.

Organização da atividade

Na abordagem à comunicação do projeto, devem ser tidos em consideração os seguintes aspetos:

- a) Mapeamento de todos os órgãos de comunicação social e canais digitais vocacionados para a diáspora lusa;
- b) Conhecimento e identificação dos vários públicos-alvo;
- c) Definição das mensagens-chave a comunicar;
- d) Adequação à realidade de cada mercado;
- e) Adaptação a cada meio e/ou abordagem;
- f) Avaliação das perceções face aos objetivos pretendidos;
- g) Ajustamento permanente da estratégia de implementação, em função dos resultados alcançados.

Canais de comunicação

A comunicação do projeto deve ser entendida forma alargada e envolvendo múltiplas perspetivas e situações, designadamente:

- a) Na comunicação social, nos meios impressos e digitais;
- b) Na dinamização das Redes Sociais do projeto;
- c) Na estratégia de contacto adotar com os principais *stakeholders* e respetivos membros afiliados;

- d) Nos mecanismos de incentivo para promover a colaboração dos membros da plataforma;
- e) Nas ações de ativação que iremos realizar localmente nas oito geografias a definir;
- f) Em todas as iniciativas de ativação que iremos desenvolver para atrair membros para a plataforma.

Estratégia de Comunicação

A estratégia de comunicação a adotar deverá incluir diferentes tipos de abordagens, designadamente através de:

- a) Comunicados de imprensa;
- b) Sessões de apresentação e/ou conferência de imprensa;
- c) Materiais promocionais impressos e/ou digitais;
- d) Publicidade em meios impressos e digitais;
- e) Parcerias estratégicas com órgãos de comunicação social nacionais e estrangeiros;
- f) Participação ativa em eventos;
- g) Sponsorização de eventos desde que não acarretem custos para o projeto;
- h) Participação passiva em eventos relacionados com temáticas relacionadas, através de distribuição de folhetos, montagem de stands e patrocínios;
- i) Presença nas redes sociais.

Objetivos da comunicação

1. Divulgar o projeto para que este alcance um elevado grau de abrangência e representatividade da ação coletiva (setorial, multissetorial, etc.).
2. Contribuir para a adesão de membros de acordo com as metas propostas;
3. Garantir a ampla publicitação dos resultados alcançados.
4. Assegurar a disponibilização livre e universal de todos os bens e serviços produzidos.
5. Dar sempre que possível palco aos casos de sucesso de PME que tenham conseguido obter êxitos assinaláveis nos seus processos de internacionalização graças às virtualidades do projeto.

c) Gestão de Redes Sociais

A gestão da comunicação nas redes sociais será um veículo importante para a presença do projeto nas várias redes sociais globais.

A implementação prática da política de comunicação aplicável às Redes Sociais deverá permitir:

- a) Partilhar diariamente notícias relevantes na página do Facebook da Rede Global da Diáspora;
- b) Identificar iniciativas internacionais da Diáspora, onde possa ser relevante realizarmos ativações de marca;
- c) Identificar espetáculos de artistas portugueses nas comunidades portuguesas, para estudarmos eventuais formas de associação e/ou venda de publicidade;
- d) Sinalizar empresas/empresários portugueses na diáspora, através da análise de notícias e publicidade, para adicionarmos à nossa base de dados de empresas.

Metodologia

- 1) Mapear os órgãos de comunicação e as páginas de Facebook mais representativas da Diáspora portuguesa.
- 2) Vigiar regularmente as principais fontes mapeadas, em função da sua periodicidade de atualização, sendo que no caso dos principais jornais esta monitorização deve ser efetuada diariamente.
- 3) Partilhar, no mínimo, 4 (quatro) *post* ao dia.
- 4) Promover uma lógica de carrossel entre as fontes selecionadas.
- 5) Intercalar a inserção de *post* através de partilha de notícias, com a publicação de conteúdos próprios do projeto.
- 6) Comercialmente, seria interessante fazermos a promoção as marcas à medida que estas se associam ao projeto, como forma de lhe dar visibilidade e terem efeito indutor no mercado, estimulando a adesão de outras marcas.

Critério editorial

A política de comunicação deve ser entendida como um referencial estruturante, mas dinâmico, que deverá ser objeto de revisão sempre que se mostrar necessário. O êxito desta atividade de comunicação estará fortemente condicionado pelo seu contributo para:

- a) Crescimento do número de seguidores na página oficial do projeto;
- b) número de adesões de novos membros na plataforma e contributo para o prestígio e visibilidade do Projeto e da Fundação AEP.

Na seleção de conteúdos a partilhar na página de Facebook do projeto, devem ser tidos em consideração as seguintes orientações:

- a) Publicar prioritariamente conteúdos publicados por órgãos de comunicação social (OCS)/Redes Sociais da Diáspora;
- b) Privilegiar as fontes estrangeiras, em detrimento dos OCS nacionais dirigidos à Diáspora (que, contudo, não devem ser ignorados);
- c) Não publicar notícias de cariz político, o que não dignifica que não se devam partilhar notícias relacionados com o Estado e o seu relacionamento com a Diáspora portuguesa;
- d) Privilegiar notícias positivas e que sublinhem o mérito (individual e coletivo) e que contribuam para o orgulho e sentimento patriótico dos portugueses espalhados pelo mundo;
- e) Não publicar notícias negativas;
- f) Evitar notícias potencialmente polémicas e que possam suscitar divisões de opinião;
- g) Sempre que possível, partilhar notícias relacionadas com a atividade internacional das empresas portuguesas;
- h) Partilha de notícias sobre o projeto, como fator de valorização reputacional;
- i) Ter o cuidado de assegurar a diversidade geográfica, através da publicação rotativa de notícias referentes a diferentes geografias.

Métricas de Desempenho

Deverão ser monitorizadas as seguintes métricas quantitativas de desempenho:

Seguidores; Gostos; Interações; Alcance; Nº de países; Nº de *Post*; Nº de países citados; OCS publicados.

Rotinas de trabalho diárias: Partilhar notícias no Facebook; Preencher a BD de Eventos da Diáspora que irá alimentar a RGD; Preencher a BD de Entidades da Diáspora que irá alimentar a RGD; Preencher a BD de Pessoas-Chaves da Diáspora.

d) Serviços Gestão de Projeto

Esta atividade contempla as tarefas associadas à gestão do projeto, através da contratação de serviços de assistência técnica, que terão a responsabilidade da coordenação técnica do projeto, em articulação com a equipa interna da Fundação AEP.

Tratando-se de um projeto com dimensão e complexidade, é recomendável a intervenção de uma equipa especializada que aporte valor acrescentado na coordenação do projeto através de metodologias e experiência/conhecimento acumulados na coordenação de projetos e com um quadro habilitado com certificação internacional reconhecida, capaz de assegurar a interligação entre todas as atividades e fornecedores envolvidos, dimensão crítica para o cumprimento do planeamento e para o êxito do projeto.

Lote 2:

a) Ativação Internacional da Rede Global

As ações de ativação no terreno são determinantes para a plataforma se afirmar junto das comunidades portuguesas, não só pelo seu importante contributo para a mobilização das pessoas e adesão ao projeto, mas também pela oportunidade de serem estabelecidos laços de confiança com as pessoas chave e com as principais instituições e entidades locais.

Em certos contextos, é notório algum ceticismo e alguma desconfiança em relação ao projeto, em virtude das pessoas estarem negativamente influenciadas por outros projetos antigos que fracassaram.

Um ponto de partida que é conhecido e que devemos ter presente, e que acreditamos o tempo, a continuidade e os resultados do projeto, acabarão por vencer.

Descrição da atividade

Eventos de ativação internacional para apresentação e dinamização da Rede Global da Diáspora, na continuidade dos trabalhos desenvolvidos na primeira candidatura, em três países com forte representatividade da diáspora portuguesa: Luxemburgo, Bélgica e Holanda.

Estas geografias são consideradas prioritárias pelos principais setores de atividade nacionais com perfil exportador, resultado de uma auscultação alargada a cerca de seis dezenas de associações empresariais nacionais, das mais representativas do tecido empresarial nacional.

Pretende-se que estes três eventos tenham uma forte componente mediática capaz de promover a marca Portugal e a qualidade da oferta nacional. Serão eventos com uma forte componente emotiva, que promovem o sentimento de pertença ao País, apelando aos membros da diáspora para se assumirem como agentes facilitadores e embaixadores da oferta nacional e das PME portuguesas. Pretende-se promover iniciativas de reunião dos portugueses espalhados pelas diferentes comunidades, com uma forte componente social e de *networking*, onde irá ser dada a oportunidade das PME portuguesas de se associarem através da ativação das suas marcas e produtos.

Objetivos

Pretendem-se organizar eventos impactantes e que mobilizem não só os portugueses residentes, mas que simultaneamente permitam sublinhar a marca Portugal como uma origem associada a qualidade, de acordo com Plano de Comunicação a definir.

Estes eventos estarão alinhados com as políticas públicas na área do estímulo à internacionalização, designadamente nos objetivos:

- a) Reforçar a perceção de Portugal como país seguro, estável, inovador, moderno, cosmopolita, acolhedor e com um ambiente propício aos negócios;
- b) Reforçar o reconhecimento das empresas portuguesas nos mercados externos enquanto produtoras de bens e serviços de elevada qualidade e diferenciação;
- c) Atrair os empresários da Diáspora como potenciais investidores relevantes em Portugal.

Irá procurar-se mobilizar as empresas portuguesas aderentes à Rede Global da Diáspora para se associarem a este movimento e desenvolver ações paralelas, autónomas e preferencialmente coletivas com outras empresas, para maximizarmos o impacto das ações e potenciar os efeitos de arrastamento que a iniciativa pode representar para diferentes empresas e/ou setores.

Investimento

Entre os investimentos necessários em cada ativação contam-se:

- a) Deslocações e estadias da equipa;
- b) Aluguer de espaços;
- c) Aluguer de meios (som, audiovisuais, tablets, etc.);
- d) Decoração dos espaços e equipa de suporte local;
- e) Atividades de animação;
- f) Catering para os momentos sociais;
- g) Publicidade nos órgãos de comunicação social e nas redes sociais locais;
- h) Relações públicas e Assessoria de Imprensa.

b) Jornadas Internacionais de Negócios

Pretende-se que a Rede Global seja uma plataforma digital capaz de agregar o capital de relacionamentos e de *networking* junto da comunidade empresarial portuguesa dos vários países aderentes e, simultaneamente, um elemento dinamizador de ações presenciais, capazes de acelerar o potencial de negócios e de parcerias entre as PME portuguesas e os empresários da Diáspora.

Descrição da atividade

Dinamização de **seis** encontros de negócios internacionais, três por ano, (na média de um por quadrimestre), junto das comunidades empresariais mais representativas da diáspora. A ideia é criar momentos de aproximação entre empresários portugueses, residentes em vários países, para identificar e partilhar oportunidades de negócio na diáspora, capazes de fomentar o aumento das exportações, a captação de investimentos e o desenvolvimento de parcerias estratégicas.

Com esta atividade pretende-se:

- a) Promover a Rede Global da Diáspora;
- b) Angariar novos membros;
- c) Criar um fórum de proximidade de referência entre a diáspora portuguesa;
- d) Estimular a aproximação entre empresários portugueses de vários países;
- e) Sinalizar novas oportunidades de negócio;
- f) Dinamizar o Portal do Investidor;
- g) Apresentar as principais políticas públicas de captação de investimento.

c) *Roadshow* pela Rede Associativa

Retomando a atividade iniciada no primeiro, projeto, considera-se da maior importância envolver no projeto outras associações com responsabilidades setoriais no domínio da internacionalização, incentivando a que a Rede Global da Diáspora seja uma ferramenta ao serviço da economia nacional, de modo a ser utilizada pelo maior número de pessoas e empresas.

Descrição da Atividade

Realização de um *Roadshow* junto da rede de associações empresariais e entidades relacionadas com a promoção da internacionalização e do investimento, que se manifestem vontade em se associarem ao projeto, para divulgar a plataforma e partilhar com as PME portuguesas as vantagens em aderirem a esta importante ferramenta de apoio às exportações portuguesas. Está previsto um objetivo de **trinta** apresentações, número de parceiros, durante os dois anos do projeto.

Objetivos

- 1) Divulgar a Rede Global da Diáspora junto da comunidade empresarial nacional.
- 2) Conquistar adesões para a plataforma.
- 3) Sensibilizar as empresas para o potencial da diáspora.
- 4) Demonstrar funcionalidades com interesse para as empresas.
- 5) Divulgar os eventos internacionais da Rede Global.

a) Materiais de divulgação.

d) Materiais de divulgação.

Esta rubrica diz respeito a investimento relacionados com a impressão de materiais de suporte a utilizar ao longo dos dois anos do projeto, nas diversas atividades de ativação e divulgação que irão ser desenvolvidas.

Cláusula 5.ª

Preço base

1 - O valor base total da soma dos lotes a concurso é de **354.175,00 € (trezentos e cinquenta e quatro mil, cento e setenta e cinco euros)**, acrescido de IVA à taxa legal, se devido.

2. O valor decomposto por Lotes constitui-se da forma seguinte:

Lote 1: 161 335,00 € (cento e sessenta e um mil e trezentos e trinta e cinco euros)

- a) **Estudos de Business Intelligence:** Esta atividade vai ser executada por uma equipa de consultores seniores durante 288 (duzentos e oitenta e oito) dias de trabalho, a que corresponde 48 (quarenta e oito) dias de trabalho por cada um dos seis mercados a analisar, a um valor unitário de 395,00 € / dia (+IVA). Cada mercado orça num valor de 18.843,00€, totalizando a atividade o valor de 113.760,00€ (cento e treze mil e setecentos e sessenta euros) + IVA.
- b) **Assessoria de Imprensa:** Estima-se um custo associado a um consultor de comunicação que será responsável pela definição do plano de comunicação mediática mais eficaz, redação de conteúdos e gestão dos media, durante 40 (quarenta) dias ao longo do projeto, a um custo/dia de 275,00€ (+ IVA), totalizando a atividade o valor de 11.000,00€ (onze mil euros) +IVA.
- c) **Gestão de Redes Sociais:** Estima-se um custo associado a um consultor de comunicação que será responsável pela definição do plano de comunicação mediática mais eficaz, redação de conteúdos e gestão dos media, durante cerca de 78 (setenta e oito) dias ao longo do projeto, a um custo/dia de 275,00€ (+ IVA), totalizando a atividade o valor de 21.450,00€ (vinte e um mil e quatrocentos e cinquenta euros) +IVA.

- d) **Serviços Gestão de Projeto:** Os custos associados à gestão de projetos profissionalizada, reporta à contratação de serviços especializados respeitante a 55 (cinquenta e cinco) dias de assessoria especializada em gestão de projetos assegurados por um consultor a um valor de 275,00€/ dia (+ IVA), totalizando o montante de 15.125,00€ (quinze mil, cento e vinte e cinco euros) + IVA.

Lote 2: 192 840,00 € (cento e noventa e dois mil, oitocentos e quarenta euros)

- a) **Ativação Internacional da Rede Global:** O orçamento associado a estas iniciativas apresenta a seguinte discriminação: Planeamento, preparação e desenvolvimento: 24 (vinte e quatro) dias de trabalho para cada evento, assegurados por uma equipa de consultores especialistas em comunicação, a um valor unitário de 275,00€ + IVA; Coordenação e produção: refere-se às tarefas de coordenação, dinamização e animação dos eventos, asseguradas por uma equipa de consultores seniores e oradores de reconhecido mérito internacional, durante 26 (vinte e seis) dias de trabalho para cada evento, a um valor unitário de 395,00€/dia + IVA; Despesas associadas ao aluguer de espaços, com capacidade para alocar mais de 150 pessoas, decoração e promoção: estima-se uma verba de 9.000,00 + IVA para cada evento. Cada evento de ativação resulta no orçamento de 25.870,00€ + IVA, pelo que a atividade totaliza o montante de 77.610,00€ (setenta e sete mil, seiscentos e dez euros) + IVA.
- b) **Jornadas Internacionais de Negócios:** O orçamento associado a estas iniciativas apresenta a seguinte discriminação: Planeamento, preparação e desenvolvimento: 12 (doze) dias de trabalho para cada evento, assegurados por uma equipa de consultores especialistas em comunicação, a um valor unitário de 275,00€ + IVA; Coordenação e produção: Refere-se às tarefas de coordenação, dinamização e animação dos eventos, asseguradas por uma equipa de consultores seniores e oradores de reconhecido mérito internacional, durante 14 (catorze) dias de trabalho a um valor unitário de 395,00€/dia + IVA; Despesas associadas ao aluguer de espaços, com capacidade para alocar o máximo de 100 pessoas, decoração e promoção: Estima-se uma verba de 7.000,00 + IVA para cada evento. Cada encontro representa um orçamento de 15.830,00€ + IVA, pelo que a atividade totaliza o montante de 94.980,00€ (noventa e quatro mil, novecentos e oitenta euros) + IVA.
- c) **Roadshow pela Rede Associativa:** Para a organização e operacionalização do roadshow estima-se a afetação de um consultor técnico, durante cerca de 62 (sessenta e dois) dias de trabalho, a

um valor/dia de 275,00€ (+ IVA), totalizando a atividade o valor de 17.050,00€ (dezassete mil e cinquenta euros);

- d) **Materiais de divulgação:** esta subactividade do projeto representa 3.200,00€ (três mil e duzentos euros) + IVA de investimento.

3 - Nos termos e para os efeitos do n.º 3 do art.º 115.º do CCP, considera-se que o preço é anormalmente baixo quando inferior ao preço base máximo do contrato em 20% ou mais, sendo que caso tal se verifique na proposta, devem fazer acompanhar a mesma de justificativo do preço proposto, nos termos e para os efeitos dos artigos 70º e 71º, do CCP, sob pena de exclusão e sem prejuízo da livre apreciação da mesma pelo júri.

CAPÍTULO II

OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS

SEÇÃO I

OBRIGAÇÕES DO PRESTADOR DE SERVIÇOS

Cláusula 6.ª

Obrigações principais do prestador de serviços

1 - Sem prejuízo de outras obrigações previstas na legislação aplicável, no presente caderno de encargos ou nas cláusulas contratuais, da celebração do contrato decorrem para o prestador de serviços, em conformidade com a absoluta subordinação à ética profissional, isenção, independência, zelo, competência, a utilização dos conhecimentos técnicos de acordo com as melhores práticas da arte seguintes obrigações principais:

- a) Obrigação da prestação dos serviços identificados na sua proposta de acordo com as características e requisitos previstos no Anexo A do presente caderno de encargos, bem como no prazo estabelecido;
- b) Obrigação de cumprir os termos e condições fixados para a prestação de serviços;

- c) Obrigação de assumir com todos os encargos, incluindo equipamentos, revelados necessários para a prestação de serviços;
- d) Obrigação de facultar à Fundação AEP toda a documentação relativa e/ou relacionada com a prestação de serviços;
- e) Obrigação de prestar à Fundação AEP, em qualquer tempo na pendência da prestação de serviços, todas as informações e esclarecimentos relativos à sua prestação, em especial em conformidade com as cláusulas do presente caderno de encargos;
- f) Obrigação de responsabilidade pelos atos praticados por todas as pessoas que, no âmbito do contrato a celebrar, exerçam funções ou realizem tarefas por sua conta, considerando-se para esse efeito como órgãos ou agentes do prestador de serviços;
- g) Obrigação de prestar o apoio técnico necessário ao longo da realização da prestação de serviços, nomeadamente no que respeita à clarificação de todos os critérios e metodologias a aplicar na execução das tarefas nelas incluídas;
- h) Não subcontratar, no todo ou em parte, a execução do objeto do presente caderno de encargos, sem prévia autorização da Fundação AEP;
- i) Comunicar qualquer facto que ocorra durante a execução do contrato e que altere, designadamente, a sua denominação social, os seus representantes legais, a sua situação jurídica e a sua situação comercial;
- j) Possuir todas as autorizações, consentimentos, aprovações, registos e licenças necessários para o pontual cumprimento das obrigações assumidas no contrato.

2 - A título acessório, o prestador de serviços fica ainda obrigado, designadamente, a recorrer a todos os meios humanos, materiais e técnicos que sejam necessários e adequados ao bom resultado dos serviços, bem como ao estabelecimento do sistema de organização necessário à perfeita e completa execução das tarefas a seu cargo.

Cláusula 7.ª

Prazo de execução da prestação de serviços

1 - O prazo para a execução da prestação do serviço objeto do presente caderno de encargos será de até 24 (vinte e quatro) meses, não podendo ultrapassar o dia 30 de dezembro de 2022, ou no caso de prorrogação expressamente autorizada pelo COMPETE 2020 e sem prejuízo das obrigações acessórias que devam perdurar para além da cessação do contrato.

2 - O trabalho final só será considerado como completo, quando forem entregues à Fundação AEP o relatório final, o qual terá de ser entregue nos 30 dias imediatos à conclusão dos trabalhos.

3 - A Fundação AEP, nos 30 dias úteis imediatos à respetiva entrega formal do trabalho final, pronunciar-se-á acerca da aprovação, indeferimento ou correção do mesmo.

4 - O prestador de serviços manter-se-á vinculado ao contrato até à aprovação de todos os trabalhos objeto do mesmo.

5 - Logo que tome conhecimento de situações que afetem ou possam afetar o normal desenvolvimento dos trabalhos contratados, o prestador de serviços deverá comunicá-las por escrito à Fundação AEP, estimando as consequências em termos de prazos e indicando os atrasos daí resultantes.

Cláusula 8.ª

Acompanhamento da execução da prestação de serviços

1 - Para o acompanhamento da execução do contrato, o prestador de serviços fica obrigado a manter, com uma periodicidade a estabelecer com a Fundação AEP, reuniões para prestação de informações sobre o desenvolvimento dos trabalhos, com os representantes da Fundação AEP, das quais poderá elaborar-se um relatório assinado por todos os intervenientes da referida reunião.

2 - Para efeitos do previsto no número anterior, a Fundação AEP e o prestador de serviços designarão entre os elementos das suas equipas técnicas, respetivamente, Coordenadores, que estabelecerão entre si todas as diligências e os contatos preparatórios tidos por necessários,

inclusive a deslocação ao local de execução do contrato, sempre que necessário, a expensas da parte que representam.

3 - As ordens, avisos e notificações que se relacionem com os aspetos técnicos de execução do trabalho poderão ser dirigidos entre os Coordenadores referidos no número anterior.

4 - O prestador de serviços fica, também, obrigado a apresentar ao Responsável do projeto, sempre que o mesmo o solicitar, um relatório com a evolução dos serviços a prestar e com o cumprimento de todas as obrigações emergentes do contrato.

5 - No final da execução do contrato, o prestador de serviços deve ainda elaborar um relatório final, discriminando os principais acontecimentos e atividades ocorridas em cada fase de execução do contrato.

6 - O prestador de serviços fica igualmente obrigado a disponibilizar todos e quaisquer elementos, informações e esclarecimentos solicitados tanto pela entidade adjudicante como pela Autoridade de Gestão do COMPETE 2020 ou quaisquer autoridades legalmente legitimadas para o controlo no âmbito do Sistema de Verificação e Controlo, assim como todos os elementos que se tenham como pertinentes para o acompanhamento e avaliação do projeto.

7 - Todos os relatórios, registos, comunicações e demais documentos elaborados pelo prestador de serviços devem ser integralmente redigidos em português, e em qualquer outro idioma se mais adequado ao projeto em causa.

Cláusula 9.ª

Transferência de propriedade

Com a entrega do resultado da prestação de serviços, ocorre a transferência da posse e propriedade dos elementos a desenvolver, ao abrigo do caderno de encargos, para a Fundação AEP.

Cláusula 10.ª

Conformidade e garantia técnica

1 - O prestador de serviços obriga-se a entregar, à Fundação AEP, o resultado dos serviços objeto do contrato, nos termos do definido no Anexo A do presente caderno de encargos.

2 - O prestador de serviços fica sujeito, com as devidas adaptações e no que se refere aos elementos entregues à Fundação AEP em execução do contrato, às exigências legais, obrigações do prestador de serviços e prazos respectivos aplicáveis aos contratos de aquisição de bens móveis, nos termos do CCP e demais legislação aplicável.

Cláusula 11.ª

Patentes, licenças e marcas registradas

1 - Salvo no que respeite a materiais e elementos fornecidos pela Fundação AEP, corre por conta do prestador de serviços os encargos e responsabilidades decorrentes da utilização na execução do contrato de materiais ou elementos a que respeitem quaisquer patentes, licenças, marcas, desenhos registrados e outros direitos de propriedade industrial.

2 - No caso de a Fundação AEP vir a ser demandada por ter infringido, no decurso da execução do contrato celebrado, qualquer dos direitos mencionados no número anterior, o prestador de serviços terá de a indemnizar de todas as despesas que, em consequência, haja de fazer e de todas as quantias que tenha de pagar seja a que título for.

Cláusula 12.ª

Dever de sigilo

1 - O prestador de serviços deve guardar sigilo sobre toda a informação e documentação, técnica e não técnica, comercial ou outra, relativa à Fundação AEP, de que possa ter conhecimento ao abrigo ou em relação com a execução do contrato.

2 - A informação e a documentação cobertas pelo dever de sigilo não podem ser transmitidas a terceiros, nem ser objeto de qualquer uso ou modo de aproveitamento que não o destinado direta e exclusivamente à execução do contrato.

3 - Exclui-se do dever de sigilo previsto a informação e a documentação que fossem comprovadamente do domínio público à data da respetiva obtenção pelo prestador de serviços ou que este seja legalmente obrigado a revelar, por força da lei, de processo judicial ou a pedido de autoridades reguladoras ou outras entidades administrativas competentes.

Cláusula 13.ª

Duração do dever de sigilo

O dever de sigilo mantém-se em vigor até ao termo do prazo de 5 anos a contar do cumprimento ou cessação, por qualquer causa, do contrato, sem prejuízo da sujeição subsequente a quaisquer deveres legais relativos, designadamente, à proteção de segredos comerciais ou da credibilidade, do prestígio ou da confiança devidos às pessoas coletivas.

SEÇÃO II

OBRIGAÇÕES DA FUNDAÇÃO AEP

Cláusula 14.ª

Preço e condições de pagamento

1 - Pela execução da prestação de serviços e pelo cumprimento das demais obrigações decorrentes do contrato, deve a Fundação AEP pagar ao prestador de serviços a quantia total correspondente ao valor que constar da proposta adjudicada, o qual não pode exceder, por cada lote, o respetivo preço base, acrescida de IVA à taxa legal em vigor, se este for legalmente devido.

2 - Consideram-se, também, incluídos no preço a pagar pela Fundação AEP, em resultado da proposta adjudicada, pela execução de todas as prestações que constituem o objeto do contrato, referido nos termos do número anterior, todos os custos, encargos e despesas cuja responsabilidade não esteja expressamente a si atribuídas.

3 - A quantia devida pela Entidade Adjudicante, nos termos da cláusula anterior, deve ser paga nas seguintes condições:

a) 10% na adjudicação;

b) Faturação trimestral, consoante execução dos trabalhos, até ao final do projeto.

4 - Os pagamentos são efetuados após apresentação da respetiva fatura, no prazo máximo de 30 (trinta) dias após o recebimento do incentivo por parte do Compete 2020, não devendo este prazo exceder, em qualquer caso, 60 (sessenta) dias, nos termos do artigo 299.º do CCP.

5 - Em caso de discordância por parte da Fundação AEP, quanto aos montantes indicados nas faturas, deve esta comunicar ao prestador de serviços, por escrito, os respetivos fundamentos, ficando este obrigado a prestar os esclarecimentos necessários ou proceder à emissão de nova fatura devidamente corrigida.

6 - Desde que devidamente emitidas e observado o disposto no n.º 1 da presente cláusula, as faturas serão pagas por transferência bancária ou através de cheque contra a entrega do respetivo recibo de quitação.

7 - O preço será objeto de revisão para valor inferior ao indicado na proposta caso na execução do contrato se verifique que não foram executadas todas as atividades ou subactividades previstas.

8 - Será aplicável, com as necessárias adaptações, o disposto no artigo 373.º do CCP relativamente ao pagamento dos trabalhos a mais e dos trabalhos de suprimento de erros e omissões.

Cláusula 15.ª

Obrigação acessória

Constitui, ainda, obrigação da Fundação AEP designar uma equipa técnica para o acompanhamento da execução do contrato, dirigida pelo respetivo Coordenador.

CAPÍTULO III

PENALIDADES CONTRATUAIS E RESOLUÇÃO

Cláusula 16.ª

Penalidades contratuais

1 - Pelo incumprimento de obrigações emergentes do contrato, a Fundação AEP pode exigir do prestador de serviços o pagamento de uma pena pecuniária, de montante a fixar em função da gravidade do incumprimento do prazo da prestação de serviços objeto do contrato, até 0,5% do valor deste por cada dia de atraso, até ao limite máximo previsto no Artigo 329º do CCP.

2 - Na determinação da gravidade do incumprimento, a Fundação AEP tem em conta, nomeadamente, a duração da infração, a sua eventual reiteração, o grau de culpa do prestador de serviços e as consequências do incumprimento.

3 - A Fundação AEP pode compensar os pagamentos devidos ao abrigo do contrato com as penas pecuniárias devidas nos termos da presente cláusula.

4 - As penas pecuniárias previstas na presente cláusula não obstam a que a Fundação AEP exija uma indemnização pelo dano excedente.

Cláusula 17.^a

Força Maior

1 - Não podem ser impostas penalidades ao prestador de serviços, nem é havida como incumprimento, a não realização pontual das prestações e ou obrigações contratuais a cargo de qualquer das partes que resulte de caso de força maior, devidamente comprovado e aceite, entendendo-se como tal as circunstâncias ou acontecimentos, imprevisíveis e excepcionais, independentes das vontades das partes, e que não derivem de falta ou negligência de qualquer delas, que impossibilitem a respetiva realização, porquanto alheios à vontade da parte afetada, que ela não pudesse conhecer ou prever à data da celebração do contrato e cujos efeitos não lhe fosse razoavelmente exigível contornar ou evitar.

2 - Podem constituir força maior, se verificarem os requisitos do número anterior, designadamente, tremores de terra, inundações, incêndios, epidemias, sabotagens, greves, embargos ou bloqueios internacionais, atos de guerra ou terrorismo, motins e determinações governamentais ou administrativas injuntivas.

3 - Não constituem força maior, nomeadamente:

- a) Circunstâncias que não constituam força maior para os subcontratados do prestador de serviços, na parte em que intervenham;
- b) Greves ou conflitos laborais limitados às sociedades do prestador de serviços ou a grupos de sociedades em que este se integre, bem como a sociedades ou grupos de sociedades dos seus subcontratados;
- c) Determinações governamentais, administrativas, ou judiciais de natureza sancionatória ou de outra forma resultantes do incumprimento pelo prestador de serviços de deveres ou ónus que sobre ele recaiam;

d) Manifestações populares devidas ao incumprimento pelo prestador de serviços de normas legais;

e) Incêndios ou inundações com origem nas instalações do prestador de serviços cuja causa, propagação ou proporções se devam a culpa ou negligência sua ou ao incumprimento de normas de segurança.

4 - A ocorrência de circunstâncias ou acontecimentos que possam consubstanciar casos de força maior deve ser imediatamente comunicada à outra parte.

5 - Para efeitos do disposto no número anterior, a parte que invocar caso de força maior deve comunicar, por escrito, e justificar tais situações à outra parte, bem como comunicar qual o prazo previsível para o restabelecimento da situação normal.

6 - A força maior determina a prorrogação dos prazos de cumprimento das obrigações contratuais afetadas pelo período de tempo comprovadamente correspondente ao impedimento resultante da força maior.

Cláusula 18.ª

Resolução por parte da Fundação AEP

1 - Sem prejuízo de outros fundamentos de resolução previstos na lei, a Fundação AEP pode resolver o contrato, a título sancionatório, no caso do prestador de serviços violar de forma grave ou reiterada qualquer das obrigações que lhe incumbem, designadamente o atraso, total ou parcial, na prestação do serviço objeto do contrato superior a 2 (dois) meses ou declaração escrita do prestador de serviços de que o atraso excederá esse prazo.

2 - O incumprimento, por parte do prestador de serviços, confere, nos termos gerais de direito, à Fundação AEP, além da faculdade de rescindir o contrato, o direito às correspondentes indemnizações legais.

3 - O direito de resolução referido no número anterior exerce-se mediante declaração enviada ao prestador de serviços e não determina a repetição das prestações já realizadas, a menos que tal seja determinado pela Fundação AEP.

Cláusula 19.ª

Resolução por parte do prestador de serviços

1 - Sem prejuízo de outros fundamentos de resolução previstos na lei, o prestador de serviços pode resolver o contrato quando qualquer montante que lhe seja devido esteja em dívida há mais de 6 (seis) meses.

2 - No caso previsto no n.º 1, o direito de resolução pode ser exercido mediante declaração enviada à Fundação AEP, que produz efeitos 30 (trinta) dias após a receção dessa declaração, salvo se este último cumprir as obrigações em atraso nesse prazo, acrescidas dos juros de mora a que houver lugar.

3 - A resolução do contrato nos termos dos números anteriores não determina a repetição das prestações já realizadas pelo fornecedor, cessando, porém, todas as obrigações deste ao abrigo do contrato, com exceção daquelas a que se refere o artigo 444.º do CCP.

CAPÍTULO IV

CAUÇÃO

Cláusula 20.ª

Extinção da caução

1 - A caução prestada para bom e pontual cumprimento das obrigações decorrentes do contrato, nos termos do Programa do Procedimento, pode ser executada pela Fundação AEP, sem necessidade de prévia decisão judicial, para satisfação de quaisquer créditos resultantes de mora, cumprimento defeituoso, incumprimento definitivo pelo prestador de serviços das obrigações contratuais ou legais, incluindo o pagamento de penalidades, ou para quaisquer outros efeitos especificamente previstos no contrato ou na lei.

2 - A resolução do contrato pela Fundação AEP não impede a execução da caução, contanto que para isso haja motivo.

3 - A execução parcial ou total da caução referida nos números anteriores constitui o prestador de serviços na obrigação de proceder à sua reposição pelo valor existente antes dessa mesma execução, no prazo de 30 (trinta) dias após a notificação da Fundação AEP para esse efeito.

4 - A caução a que se referem os números anteriores é liberada nos termos do artigo 295.º do CCP.

CAPÍTULO V

RESOLUÇÃO DE LITÍGIOS

Cláusula 21.ª

Foro Competente

Para resolução de todos os litígios decorrentes do contrato fica estipulada a competência do Tribunal Administrativo e Fiscal do Porto, com expressa renúncia a qualquer outro.

CAPÍTULO VI

DISPOSIÇÕES FINAIS

Cláusula 22.ª

Princípios fundamentais

O contrato constitui para as partes contratantes situações subjetivas ativas e passivas que devem ser exercidas e cumpridas de boa-fé e em conformidade com os ditames do interesse público, nos termos da lei.

Cláusula 23.ª

Colaboração recíproca

As partes contratantes estão vinculadas pelo dever de colaboração mútua, designadamente no tocante à prestação recíproca de informações necessárias à boa execução do contrato.

Cláusula 24.ª

Subcontratação e cessão da posição contratual

A subcontratação pelo prestador de serviços e a cessão da respetiva posição contratual depende, em qualquer causa, da autorização escrita da Fundação AEP, nos termos dos artigos 317.º a 319.º do CCP.

Cláusula 25.ª

Comunicações e notificações

1 - Sem prejuízo de poderem ser acordadas outras regras quanto às notificações e comunicações entre as partes do contrato, estas devem ser dirigidas, nos termos do CCP, para o domicílio ou sede contratual das partes, identificados no contrato.

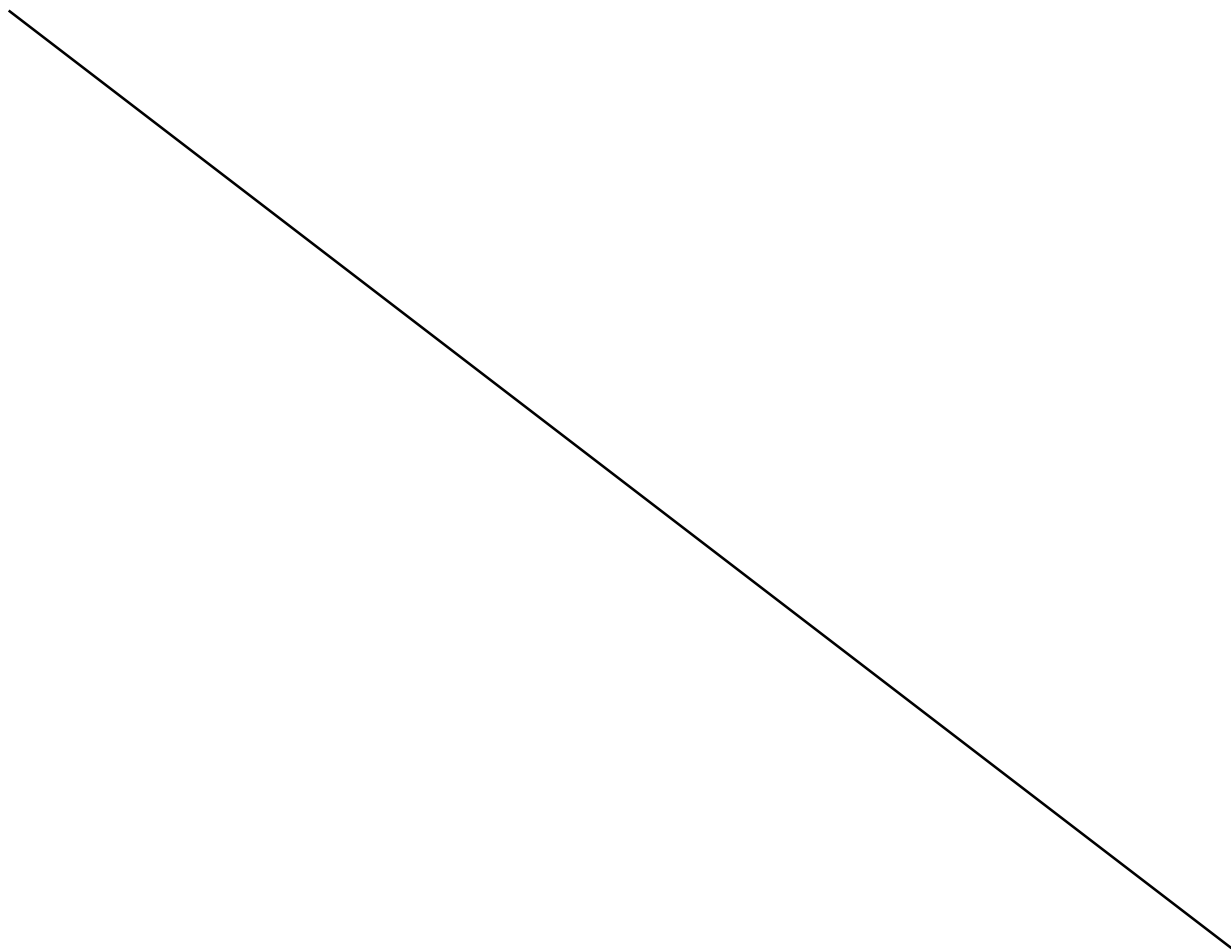
2 - Qualquer alteração das informações de contacto constantes do contrato deve ser comunicada à outra parte.

3 - Sem prejuízo do disposto nos números anteriores, a matéria relativa às notificações e comunicações é regulada nos termos do disposto nos artigos 467.º a 469.º do CCP.

Cláusula 26.ª

Contagem dos prazos

Os prazos previstos no contrato são contínuos, correndo em sábados, domingos e dias feriados.



ANEXO A

CLÁUSULAS TÉCNICAS

A) OBJETIVOS E ÂMBITO DOS TRABALHOS

O projeto apresentado pela FUNDAÇÃO AEP tem enquadramento no Aviso 01/SIAC/2019, e tem os seguintes objetivos:

Objetivo Estratégico

A Rede Global da Diáspora 2.0 é um novo projeto da Fundação AEP e pretende dar continuidade ao projeto SIAC- Internacionalização anteriormente realizado e que tem como objeto o reforço da constituição de uma Rede Global da Diáspora através da criação de uma Plataforma Social de *Networking*. Esta ambiciona aproximar as PME aos cidadãos portugueses espalhados um pouco por todo o mundo e promover deste modo as exportações nacionais.

No âmbito do presente projeto pretende-se dotar a plataforma visada de novas funcionalidades e continuar a promover a imagem externa de Portugal através do papel da sua diáspora, que tanto a irá divulgar como apresentar os recursos que o país apresenta.

A conceção de uma estratégia coletiva de coadjuvação e de *networking* em larga escala deverá continuar a ser capaz de agilizar a abordagem das PME aos países e aumentar significativamente o acesso das mesmas aos mercados internacionais.

Como objetivos do projeto definiram-se entre outros:

- (i) Criar mecanismos que promovam um ambiente de partilha de oportunidades e de geração de negócios entre membros, através do desenvolvimento de novas funcionalidades na plataforma;
- (ii) Desenvolver funcionalidades na plataforma com valor para as empresas;
- (iii) Oferecer informação empresarial relevante que possa ser útil às PME nos seus processos de exportação e/ou internacionalização;

- (iv) Iniciar um processo de qualificação da oferta nacional nas várias geografias, fazendo o mapeamento das diferentes redes de distribuição;
- (v) Reforçar a ligação como todas as redes colaborativas da diáspora que, de alguma forma, possam contribuir para o reforço da marca Portugal e das exportações;
- (vi) Utilizar a Rede Global como uma comunidade (digital) a partir do qual se aproximam pessoas e empresas, constroem pontes e fomentam relações, criando oportunidades de interação e partilha, como irá acontecer com a realização do primeiro ciclo de Encontros com Empresários da Diáspora, em seis geografias;
- (vii) Consolidar a Rede Global da Diáspora, criando condições que reforcem a sustentabilidade futura do projeto.

B) ESPECIFICAÇÃO DOS TRABALHOS

No seguimento da estratégia definida e de forma a atingir os objetivos propostos, o projeto contempla a execução da elaboração de atividades, conforme as características a seguir discriminadas:

Lote 1:

a) Estudos de Business Intelligence

Introdução - A diáspora representa um mercado estimado de 5,2 milhões de consumidores, entre portugueses e lusodescendentes, o que se traduz num aumento natural de 50% do nosso mercado interno, numa perspetiva de consumo apenas por portugueses.

Mas claro que o consumo não se faz apenas com consumidores, tendo de existir relações comerciais entre as empresas da diáspora e as PME portuguesas, para que os produtos estejam ao alcance de quem os pretender adquirir fora do país. Nos diversos inquéritos realizados na fase de conceção do projeto, dirigidos a Pessoas e Empresas (nacionais e da diáspora), foi consensual a importância de serem mapeadas as empresas portuguesas com presença internacional e as empresas de portugueses da Diáspora, ou onde estes assumem posições de destaque. Por outro lado, sendo a Rede Global da Diáspora um projeto que tem como missão principal promover o

aumento das exportações das empresas portuguesas, é particularmente importante a informação relacionada com as redes de distribuição e retalho em cada geografia, um ativo central na estruturação dos projetos de internacionalização das empresas nacionais.

Descrição da atividade: Realização de Estudos de *Intelligence* em **seis** mercados que permita proceder à identificação e caracterização de empresas de portugueses nos referidos mercados, dentro das várias áreas de atividade, bem assim como de todas as entidades relacionadas com a Diáspora (públicas e privadas). Pretende-se uma aproximação dos portugueses emigrados à comunidade empresarial da diáspora (contribuindo para o aumento da venda de produtos portugueses localmente), ao mesmo tempo que permite disponibilizar às PME portuguesas informação de mercado relevante para o desenvolvimento dos seus negócios internacionais, designadamente no acesso aos canais de distribuição.

Objetivos:

- a) Mapear empresas e entidades da diáspora, recolhendo um número mínimo de 6.000 (seis mil) contactos de empresas e/ ou entidades nos seis mercados estudados;
- b) Aproximar as empresas da diáspora à Rede Global;
- c) Valorizar a funcionalidade de Diretório de Empresas existente na plataforma nos mercados de análise;
- d) Gerar informação de valor que valorize a ferramenta de *Business Intelligence* e possa ser utilizada como um ativo comercializável e uma fonte de receita para o projeto;
- e) Potenciar o valor das redes de distribuição e retalho da diáspora, para as PME portuguesas fazerem chegar os seus produtos aos respetivos países, tendo como target não só a diáspora, mas os respetivos mercados de uma forma geral.

Requisitos:

- 1) A informação a recolher deverá respeitar um guião previamente fornecido, onde se identificam todas as dimensões de informação a recolher.
- 2) As informações deverão ser carregadas diretamente num interface digital a disponibilizar pela Fundação AEP.

- 3) É obrigatório o processo de validação prévio das entidades já existentes para ser garantido que não há registos duplicados.
- 4) Subscrição das políticas de privacidade de dados e de confidencialidade por todos os elementos que venham a integrar a equipa de projeto.
- 5) Terão de ser assegurados mecanismos de validação que garantam a veracidade e atualidade das informações de mercado recolhidas.

b) Assessoria de Imprensa

A combinação das redes sociais e dos canais de comunicação impressa e digital irá garantir uma ampla divulgação da plataforma de *networking* e das todas as atividades do projeto a um público que irá, seguramente, muito para além das fronteiras da diáspora.

Organização da atividade

- 1) Na abordagem à comunicação do projeto, devem ser tidos em consideração os seguintes aspetos: Mapeamento de todos os órgãos de comunicação social e canais digitais vocacionados para a diáspora lusa.
- 2) Conhecimento e identificação dos vários públicos-alvo.
- 3) Definição das mensagens-chave a comunicar.
- 4) Adequação à realidade de cada mercado.
- 5) Adaptação a cada meio e/ou abordagem.
- 6) Avaliação das perceções face aos objetivos pretendidos.
- 7) Ajustamento permanente da estratégia de implementação, em função dos resultados alcançados.

Canais de comunicação

A comunicação do projeto deve ser entendida forma alargada e envolvendo múltiplas perspetivas e situações, designadamente:

- a) Na comunicação social, nos meios impressos e digitais;
- b) Na dinamização das Redes Sociais do projeto;

- c) Na estratégia de contacto adotar com os principais *stakeholders* e respetivos membros afiliados;
- d) Nos mecanismos de incentivo para promover a colaboração dos membros da plataforma;
- e) Nas ações de ativação que iremos realizar localmente nas oito geografias a definir;
- f) Em todas as iniciativas de ativação que iremos desenvolver para atrair membros para a plataforma.

Estratégia de Comunicação

A estratégia de comunicação a adotar deverá incluir diferentes tipos de abordagens, designadamente através de:

- a) Comunicados de imprensa;
- b) Sessões de apresentação e/ou conferência de imprensa;
- c) Materiais promocionais impressos e/ou digitais;
- d) Publicidade em meios impressos e digitais;
- e) Parcerias estratégicas com órgãos de comunicação social nacionais e estrangeiros;
- f) Participação ativa em eventos;
- g) Sponsorização de eventos desde que não acarretem custos para o projeto;
- h) Participação passiva em eventos relacionados com temáticas relacionadas, através de distribuição de folhetos, montagem de stands e patrocínios;
- i) Presença nas redes sociais.

Objetivos da comunicação

- 1) Divulgar o projeto para que este alcance um elevado grau de abrangência e representatividade da ação coletiva (setorial, multissetorial, etc.).
- 2) Contribuir para a adesão de membros de acordo com as metas propostas.
- 3) Garantir a ampla publicitação dos resultados alcançados.
- 4) Assegurar a disponibilização livre e universal de todos os bens e serviços produzidos.
- 5) Dar sempre que possível palco aos casos de sucesso de PME que tenham conseguido obter êxitos assinaláveis nos seus processos de internacionalização graças às virtualidades do projeto.

c) Gestão de Redes Sociais

A gestão da comunicação nas redes sociais será um veículo importante para a presença do projeto nas várias redes sociais globais.

A implementação prática da política de comunicação aplicável às Redes Sociais deverá permitir:

- a) Partilhar diariamente notícias relevantes na página do Facebook da Rede Global da Diáspora;
- b) Identificar iniciativas internacionais da Diáspora, onde possa ser relevante realizarmos ativações de marca;
- c) Identificar espetáculos de artistas portugueses nas comunidades portuguesas, para estudarmos eventuais formas de associação e/ou venda de publicidade;
- d) Sinalizar empresas/empresários portugueses na diáspora, através da análise de notícias e publicidade, para adicionarmos à nossa base de dados de empresas.

Metodologia

- 1) Mapear os órgãos de comunicação e as páginas de Facebook mais representativas da Diáspora portuguesa.
- 2) Vigiar regularmente as principais fontes mapeadas, em função da sua periodicidade de atualização, sendo que no caso dos principais jornais esta monitorização deve ser efetuada diariamente.
- 3) Partilhar, no mínimo, 4 (quatro) *post* ao dia.
- 4) Promover uma lógica de carrossel entre as fontes selecionadas.
- 5) Intercalar a inserção de *post* através de partilha de notícias, com a publicação de conteúdos próprios do projeto.
- 6) Comercialmente, seria interessante fazermos a promoção as marcas à medida que estas se associam ao projeto, como forma de lhe dar visibilidade e terem efeito indutor no mercado, estimulando a adesão de outras marcas.

Critério editorial

A política de comunicação deve ser entendida como um referencial estruturante, mas dinâmico, que deverá ser objeto de revisão sempre que se mostrar necessário. O êxito desta atividade de comunicação estará fortemente condicionado pelo seu contributo para:

- 1) Crescimento do número de seguidores na página oficial do projeto.
- 2) Número de adesões de novos membros na plataforma e contributo para o prestígio e visibilidade do Projeto e da Fundação AEP.

Na seleção de conteúdos a partilhar na página de Facebook do projeto, devem ser tidos em consideração as seguintes orientações:

- a) Publicar prioritariamente conteúdos publicados por órgãos de comunicação social (OCS)/Redes Sociais da Diáspora;
- b) Privilegiar as fontes estrangeiras, em detrimento dos OCS nacionais dirigidos à Diáspora (que, contudo, não devem ser ignorados);
- c) Não publicar notícias de cariz político, o que não dignifica que não se devam partilhar notícias relacionados com o Estado e o seu relacionamento com a Diáspora portuguesa;
- d) Privilegiar notícias positivas e que sublinhem o mérito (individual e coletivo) e que contribuam para o orgulho e sentimento patriótico dos portugueses espalhados pelo mundo;
- e) Não publicar notícias negativas;
- f) Evitar notícias potencialmente polémicas e que possam suscitar divisões de opinião;
- g) Sempre que possível, partilhar notícias relacionadas com a atividade internacional das empresas portuguesas;
- h) Partilha de notícias sobre o projeto, como fator de valorização reputacional;
- i) Ter o cuidado de assegurar a diversidade geográfica, através da publicação rotativa de notícias referentes a diferentes geografias.

Métricas de Desempenho

Deverão ser monitorizadas as seguintes métricas quantitativas de desempenho:

Seguidores; Gostos; Interações; Alcance; Nº de países; Nº de *Post*; Nº de países citados; OCS publicados.

Rotinas de trabalho diárias: Partilhar notícias no Facebook; Preencher a BD de Eventos da Diáspora que irá alimentar a RGD; Preencher a BD de Entidades da Diáspora que irá alimentar a RGD; Preencher a BD de Pessoas-Chaves da Diáspora.

d) Serviços Gestão de Projeto

Esta atividade contempla as tarefas associadas à gestão do projeto, através da contratação de serviços de assistência técnica, que terão a responsabilidade da coordenação técnica do projeto, em articulação com a equipa interna da Fundação AEP.

Tratando-se de um projeto com dimensão e complexidade, é recomendável a intervenção de uma equipa especializada que aporte valor acrescentado na coordenação do projeto através de metodologias e experiência/conhecimento acumulados na coordenação de projetos e com um quadro habilitado com certificação internacional reconhecida, capaz de assegurar a interligação entre todas as atividades e fornecedores envolvidos, dimensão crítica para o cumprimento do planeamento e para o êxito do projeto.

Lote 2:

e) Ativação Internacional da Rede Global

As ações de ativação no terreno são determinantes para a plataforma se afirmar junto das comunidades portuguesas, não só pelo seu importante contributo para a mobilização das pessoas e adesão ao projeto, mas também pela oportunidade de serem estabelecidos laços de confiança com as pessoas chave e com as principais instituições e entidades locais.

Como anteriormente se referiu, em certos contextos, é notório algum ceticismo e alguma desconfiança em relação ao projeto, em virtude das pessoas estarem negativamente influenciadas por outros projetos antigos que fracassaram.

Um ponto de partida que é conhecido e que devemos ter presente, e que acreditamos o tempo, a continuidade e os resultados do projeto, acabarão por vencer.

Descrição da atividade

Eventos de ativação internacional para apresentação e dinamização da Rede Global da Diáspora, na continuidade dos trabalhos desenvolvidos na primeira candidatura, em três países com forte representatividade da diáspora portuguesa: Luxemburgo, Bélgica e Holanda.

Estas geografias são consideradas prioritárias pelos principais setores de atividade nacionais com perfil exportador, resultado de uma auscultação alargada a cerca de seis dezenas de associações empresariais nacionais, das mais representativas do tecido empresarial nacional.

Pretende-se que estes três eventos tenham uma forte componente mediática capaz de promover a marca Portugal e a qualidade da oferta nacional. Serão eventos com uma forte componente emotiva, que promovem o sentimento de pertença ao País, apelando aos membros da diáspora para se assumirem como agentes facilitadores e embaixadores da oferta nacional e das PME portuguesas. Pretende-se promover iniciativas de reunião dos portugueses espalhados pelas diferentes comunidades, com uma forte componente social e de *networking*, onde irá ser dada a oportunidade das PME portuguesas de se associarem através da ativação das suas marcas e produtos.

Objetivos

Pretendem-se organizar eventos impactantes e que mobilizem não só os portugueses residentes, mas que simultaneamente permitam sublinhar a marca Portugal como uma origem associada a qualidade, de acordo com Plano de Comunicação a definir.

Estes eventos estarão alinhados com as políticas públicas na área do estímulo à internacionalização, designadamente nos objetivos:

- a) Reforçar a perceção de Portugal como país seguro, estável, inovador, moderno, cosmopolita, acolhedor e com um ambiente propício aos negócios;
- b) Reforçar o reconhecimento das empresas portuguesas nos mercados externos enquanto produtoras de bens e serviços de elevada qualidade e diferenciação;
- c) Atrair os empresários da Diáspora como potenciais investidores relevantes em Portugal.

Irá procurar-se mobilizar as empresas portuguesas aderentes à Rede Global da Diáspora para se associarem a este movimento e desenvolver ações paralelas, autónomas e preferencialmente coletivas com outras empresas, para maximizarmos o impacto das ações e potenciar os efeitos de arrastamento que a iniciativa pode representar para diferentes empresas e/ou setores.

Investimento

Entre os investimentos necessários em cada ativação contam-se:

- a) Deslocações e estadias da equipa;
- b) Aluguer de espaços;
- c) Aluguer de meios (som, audiovisuais, tablets, etc.);
- d) Decoração dos espaços e equipa de suporte local;
- e) Atividades de animação;
- f) Catering para os momentos sociais;
- g) Publicidade nos órgãos de comunicação social e nas redes sociais locais;
- h) Relações públicas e Assessoria de Imprensa.

f) Jornadas Internacionais de Negócios

Pretende-se que a Rede Global seja uma plataforma digital capaz de agregar o capital de relacionamentos e de *networking* junto da comunidade empresarial portuguesa dos vários países aderentes, e simultaneamente, um elemento dinamizador de ações presenciais, capazes de acelerar o potencial de negócios e de parcerias entre as PME portuguesas e os empresários da Diáspora.

Descrição da atividade

Dinamização de **seis** encontros de negócios internacionais, três por ano, (na média de um por quadrimestre), junto das comunidades empresariais mais representativas da diáspora. A ideia é criar momentos de aproximação entre empresários portugueses, residentes em vários países, para identificar e partilhar oportunidades de negócio na diáspora, capazes de fomentar o aumento das exportações, a captação de investimentos e o desenvolvimento de parcerias estratégicas.

Com esta atividade pretende-se:

- a) Promover a Rede Global da Diáspora;
- b) Angariar novos membros;
- c) Criar um fórum de proximidade de referência entre a diáspora portuguesa;
- d) Estimular a aproximação entre empresários portugueses de vários países;
- e) Sinalizar novas oportunidades de negócio;
- f) Dinamizar o Portal do Investidor;
- g) Apresentar as principais políticas públicas de captação de investimento.

g) Roadshow pela Rede Associativa

Retomando a atividade iniciada no primeiro, projeto, considera-se da maior importância envolver no projeto outras associações com responsabilidades setoriais no domínio da internacionalização, incentivando a que a Rede Global da Diáspora seja uma ferramenta ao serviço da economia nacional, de modo a ser utilizada pelo maior número de pessoas e empresas.

Descrição da Atividade

Realização de um Roadshow junto da rede de associações empresariais e entidades relacionadas com a promoção da internacionalização e do investimento, que se manifestem vontade em se associarem ao projeto, para divulgar a plataforma e partilhar com as PME portuguesas as vantagens em aderirem a esta importante ferramenta de apoio às exportações portuguesas. Está previsto um objetivo de **trinta** apresentações, número de parceiros, durante os dois anos do projeto.

Objetivos

- 1) Divulgar a Rede Global da Diáspora junto da comunidade empresarial nacional.
- 2) Conquistar adesões para a plataforma.
- 3) Sensibilizar as empresas para o potencial da diáspora.
- 4) Demonstrar funcionalidades com interesse para as empresas.
- 5) Divulgar os eventos internacionais da Rede Global.

6) Materiais de divulgação.

h) Materiais de divulgação.

Esta rubrica diz respeito a investimento relacionados com a impressão de materiais de suporte a utilizar ao longo dos dois anos do projeto, nas diversas atividades de ativação e divulgação que irão ser desenvolvidas.

