



Assinado por : **Anabela Pires Antunes dos Anjos**
Num. de Identificação: 09792781
Data: 2021.07.19 16:21:07+01'00'



CADERNO DE ENCARGOS

Consulta Prévia Simplificada nº 01/2021

Aquisição de serviços no âmbito do
projeto + Bragança (2ª Edição)

SISTEMA DE APOIO A AÇÕES COLECTIVAS - QUALIFICAÇÃO



Cláusula 1.ª

Objeto

1. O presente caderno de encargos compreende as cláusulas a incluir no contrato a celebrar na sequência do procedimento pré-contratual que tem por objeto principal a aquisição de serviços inseridos no projeto + Bragança (2ª Edição), inserido no SISTEMA DE APOIO ÀS AÇÕES COLETIVAS - QUALIFICAÇÃO, Aviso NORTE-53-2020-01.
2. OS serviços a prestar encontram-se descritos no Anexo 1 - Especificações Técnicas que faz parte integrante deste Caderno de Encargos.

Cláusula 2.ª

Contrato

1. O contrato é composto pelo respetivo clausulado contratual e seus anexos.
2. O contrato a celebrar integra, ainda, nos termos do n.º 2 do artigo 96.º do CCP - Código dos Contratos Públicos, os seguintes elementos:
 - a) Os suprimentos dos erros e das omissões do caderno de encargos identificados pelos concorrentes desde que esses erros e omissões tenham sido expressamente aceites pelo órgão competente para a decisão de contratar;
 - b) O presente caderno de encargos;
 - c) Os esclarecimentos e as retificações relativos ao caderno de encargos;
 - d) A proposta adjudicada;
 - e) Os esclarecimentos sobre a proposta adjudicada pelo adjudicatário.
3. As divergências que porventura existam entre os vários documentos que se consideram integrados no contrato deverão resolver-se de acordo com as seguintes regras:
 - i. O estabelecido no próprio título contratual prevalecer sobre o que constar de todos os demais documentos;
 - ii. Seguidamente o caderno de encargos e o programa do convite e em último lugar a proposta do adjudicatário;
 - iii. Nos casos de conflito entre este caderno de encargos e o programa do convite, prevalecer



o primeiro quanto a definição das condições jurídicas de execução do trabalho e o segundo em tudo o que respeita a definição do fornecimento.

4. Em caso de divergência entre documentos escritos e gráficos, os escritos prevalecem.
5. As dúvidas que o adjudicatário tenha devem ser colocadas imediatamente antes de se iniciar a execução do trabalho sobre o qual elas recaem.
6. A falta de cumprimento do disposto na cláusula anterior torna o adjudicatário responsável por todas as consequências resultantes de errada interpretação que porventura haja feito.

Cláusula 3.^a

Prazo

Os serviços têm de estar concluídos até 30/01/2023. O contrato mantém-se em vigor até à conclusão das atividades, sem prejuízo das obrigações acessórias que devam perdurar para além da cessação do contrato, ou caso se verifique uma prorrogação do prazo de conclusão dos serviços, até à data que venha a ser estabelecida.

Cláusula 4.^a

Dever de Sigilo

1. Os contraentes devem guardar sigilo sobre toda a informação e documentação, técnica e não técnica, comercial ou outra, relativa ao outro contraente, de que possam 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 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 forem comprovadamente do domínio público, à data da respetiva obtenção pelos contraentes ou que estes sejam legalmente obrigados a revelar, por força da lei, de processo judicial ou a pedido de autoridades reguladoras ou outras entidades administrativas competentes.



Cláusula 5.^a

Prazo do dever de sigilo

O dever de sigilo mantém-se em vigor até ao termo do prazo indicado na cláusula 3.º, 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.

Cláusula 6.^a

Obrigações principais do prestador de serviços

1. Sem prejuízo de outras obrigações previstas na legislação aplicável, no caderno de encargos ou nas cláusulas contratuais, da celebração do contrato decorrem para o prestador de serviços as seguintes obrigações principais:

- a. Executar os trabalhos abrangidos pela prestação de serviços observando as cláusulas do contrato e o estabelecido em todos os documentos que dele fazem parte integrante.
- b. Cumprir, para além dos regulamentos e dos documentos normativos referidos neste caderno de encargos, todos os demais que se encontrem em vigor e que se relacionem com os trabalhos a realizar.
- c. Realizar os trabalhos necessários e suficientes para a execução dos produtos intermédios e finais indicados nas especificações técnicas do presente caderno de encargos e de acordo com as regras da boa prática técnica e com observância das regras de qualidade nele estabelecidas.
- d. Os produtos intermédios e finais referidos na alínea anterior deverão satisfazer os requisitos de qualidade indicados nas especificações técnicas do presente caderno de encargos.
- e. Alertar imediatamente a entidade contratante para qualquer facto ou evento que possa alterar o programa, para permitir o bom exercício dos poderes de acompanhamento e fiscalização da entidade contratante.



- f. Constituir equipa com a aptidão e probidade profissionais necessárias à boa execução dos trabalhos, postura disciplinada e correta.
2. O prestador de serviços fica ainda obrigado, designadamente, a recorrer a todos os meios humanos, materiais e informáticos que sejam necessários e adequados à prestação de serviço, bem como ao estabelecimento do sistema de organização necessário à perfeita e completa execução das tarefas a seu cargo.

Cláusula 7.^a

Receção dos elementos a produzir ao abrigo do contrato

1. Após entrega, pelo adjudicatário, de todos os elementos respeitantes a cada fase ou parte do trabalho definida pelo plano de trabalhos serão os mesmos sumariamente analisados com vista a verificar se os mesmos reúnem as exigências técnicas definidos no anexo I ao presente caderno de encargos e na proposta adjudicada, bem como outros regulamentos e dos documentos normativos exigidos por lei.
2. Na análise a que se refere o número anterior, o prestador de serviços deve prestar ao adjudicante toda a cooperação e todos os esclarecimentos necessários.
3. O adjudicatário obriga-se ainda a corrigir outras deficiências que, a todo o tempo até à receção definitiva a entidade adjudicante, venha a detetar.
4. Nos 10 (dez) dias que se seguirem à receção provisória, proceder-se-á à verificação pormenorizada de todos os elementos recebidos, concretizando-se a receção definitiva dos mesmos e lavrando-se o competente auto, caso não haja necessidade de introduzir quaisquer correções ou alterações.
5. O adjudicatário garantirá pelo período legalmente estabelecido, contado da data da receção definitiva, a qualidade dos materiais utilizados.

Cláusula 8^a

Preço Contratual

1. Pela prestação de serviços Objeto de contrato, bem como pelo cumprimento das demais obrigações constantes do presente Caderno de Encargos, a entidade adjudicante deve pagar



ao prestador de serviços o preço constante da proposta adjudicada, acrescido de IVA à taxa legal em vigor, se este for legalmente devido.

2. O preço referido no número anterior inclui todos os custos, encargos e despesas cuja responsabilidade não esteja expressamente atribuída ao adjudicante, incluindo as despesas de alojamento, alimentação e deslocação de meios humanos, despesas de aquisição, transporte.

3. O preço base para a prestação de todos os serviços deste procedimento é de **151.700,00€ (cento e cinquenta e um mil e setecentos euros)**, acrescido de IVA à taxa legal em vigor, com os seguintes limites:

PLANO DE AÇÕES	Valor S/ Iva
Ação 1: Informação sobre a oferta regional de bens e serviços	38 200,00 €
Mapeamento da oferta comercial, serviços e industrial de Bragança para constituição da rede de oferta	13 500,00 €
Levantamento fotográfico para desenvolvimento do programa de promoção da rede de oferta	6 500,00 €
Criação de produtos/programas integrados da rede de oferta (turismo, cultura, corporate, ...)	12 500,00 €
Plano de Marketing Territorial	5 700,00 €
Ação 2: + Bragança	33 500,00 €
Atualização de conteúdos Site +Bragança	3 000,00 €
Módulo Networking site ACISB	4 500,00 €
Desenvolvimento APP + Bragança <ul style="list-style-type: none"> • Análise (Levantamento de Requisitos e Especificações) • Desenho e Arquitetura da Aplicação • Módulo Mobilidade urbana (informações transportes públicos, aluguer de bicicletas, estacionamento urbano) • Módulo Cultura (Programação cultural, reservas bilhetes) • Módulo Comércio (diretório com descrição da oferta de Hotelaria, Restauração, Comércio Local, Alertas de promoções) • Módulo Turismo (Roteiros Comerciais, Industriais, Turismo) • Módulo Academia (orientado para a comunidade do IPB, nomeadamente estudantes e corpo docente estrangeiro na descoberta da oferta regional e, em simultâneo, auxiliá-los com informação útil: unidades de Saúde, farmácias, comércio e serviços, alojamento, serviços públicos,...) • Rede Networking (partilha dados profissionais e empresariais, ofertas de emprego, parcerias) • Design • Traduções EN/ES/FR 	26 000,00 €
Ação 3: Marketing, Promoção e cooperação Territorial no âmbito do turismo, comércio e serviços	57 600,00 €
Vídeo Promocional	6 000,00 €
Dinamização das redes sociais para promoção da rede de oferta	9 500,00 €



Despesas de promoção e divulgação	22 000,00 €
Reuniões colaborativas para estabelecimentos de parcerias para constituição da rede de oferta	4 500,00 €
Press trips -Destinadas à imprensa para dar a conhecer a oferta de bens e serviços regionais	15 600,00
Ação 4: Ações de Avaliação, acompanhamento e disseminação de resultados	22 400,00 €
Acompanhamento e avaliação e assistência técnica	21 000,00 €
Seminário de encerramento e disseminação de resultados	1 400,00 €
TOTAL	151 700,00 €

Cláusula 9.^a

Condições de pagamento

1. O concorrente deverá apresentar as condições de pagamento, sem prejuízo dos números seguintes.
2. Para efeitos de pagamento, as faturas deverão ser apresentadas com uma antecedência mínima de 30 (trinta) dias em relação à data do respetivo vencimento, se outro prazo superior não for o proposto pelo concorrente adjudicatário.
3. Em caso de atraso no pagamento de faturas apresentadas é aplicável o disposto no artigo 326.º do CCP.
4. Os pagamentos serão realizados por transferência bancária, nos termos a definir no Contrato.

Cláusula 10.^a

Caução

Nos termos do n.º 2 do artigo 88.º do CCP, não é exigida a prestação de caução.

Cláusula 11.^a

Penalidades contratuais

O incumprimento, por uma das partes, dos deveres resultantes do contrato confere, nos termos gerais de direito, à outra parte o direito de rescindir o contrato, sem prejuízo das correspondentes indemnizações legais.



Cláusula 12.^a

Resolução do contrato por parte da ACISB

1. Sem prejuízo de outros fundamentos de resolução previstos na lei, a ACISB pode resolver o contrato no caso de o prestador de serviços violar de forma grave ou reiterada qualquer das obrigações que lhe incumbem.
2. A ACISB advertirá o prestador sempre que tenha conhecimento do incumprimento por aquele de qualquer das suas obrigações, concedendo-lhe um prazo para correção do mesmo.
3. Considera-se haver incumprimento definitivo quando, após advertência o prestador de serviços continue a incorrer em incumprimento.
4. A resolução é notificada ao prestador de serviços em causa, por carta registada com aviso de receção, da qual conste a indicação da situação de incumprimento e respetivos fundamentos.
5. A resolução do contrato por qualquer motivo não exonera a ACISB do dever de efetuar todos pagamentos a que haja lugar relativamente aos serviços já prestados pelo prestador.

Cláusula 13.^a

Força Maior

1. Não é havida como incumprimento a não realização pontual das prestações contratuais a cargo de qualquer das partes que resulte de caso de força maior, entendendo-se como tal as circunstâncias que impossibilitem a respetiva realização, alheias 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, 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. 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 14.^a

Resolução por parte do prestador de serviços

1. Sem prejuízo de outros fundamentos de resolução previstos na lei, o prestador pode resolver o contrato no caso de a ACISB violar de forma grave ou reiterada qualquer das obrigações que lhe incumbem.
2. O direito de resolução pode ser exercido mediante declaração enviada ao primeiro contraente, que produz efeitos 30 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 faz cessar todas as obrigações deste ao abrigo do contrato, com exceção do dever de sigilo.

Cláusula 15.^a

Comunicações e notificações

3. Sem prejuízo de serem acordadas outras regras quanto às notificações e comunicações entre as partes do contrato, estas devem ser dirigidas, nos termos do Código dos Contratos Públicos, para o domicílio ou sede contratual de cada uma, identificadas no contrato ou por e-mail.
4. Qualquer alteração das informações de contacto constantes do contrato deve ser comunicada à outra parte.

Cláusula 16.^a

Gestor do Contrato

Nos termos e para efeitos do artigo 290.ºA do CCP, no contrato celebrado entre as partes será indicado o Gestor do Contrato, com a função de acompanhar permanentemente a execução deste.



Cláusula 17.^a

Contagem dos prazos

Os prazos de execução não se suspendem nos sábados, domingos e feriados nacionais.

Cláusula 18.^a

Legislação aplicável

1. O presente contrato é regulado pelo disposto no artigo 9.º e seguintes da Lei n.º 30/2021, de 21 de maio, sendo-lhes supletivamente aplicável a parte II do CCP.
2. Em tudo o que não se encontrar expressamente descrito no presente caderno de encargos, aplica-se o disposto na regulamentação do Programa Operacional Regional do Norte, SISTEMA DE APOIO ÀS AÇÕES COLETIVAS - QUALIFICAÇÃO, Aviso NORTE-53-2020-01.



Anexo 1 - Especificações Técnicas

1. OBJETIVOS

A 2ª Edição do Projeto +Bragança vem dar continuidade a um projeto anterior já concluído “+Bragança”, projeto esse que teve uma adesão elevada e uma projeção muito interessante no público-alvo. No entanto há ainda muito a fazer e é preciso dar continuidade ao trabalho desenvolvido para que não se percam os resultados obtidos mas sim que estes sejam potenciados.

Assim esta nova edição do projeto tem por objetivo: Reforçar a capacitação empresarial das PME do setor turístico através da promoção da cooperação e networking empresarial, da promoção de uma estratégia de marketing territorial, da promoção dos recursos endógenos da região e consequentemente de Bragança como destino turístico.

Não se trata de forma alguma replicar as iniciativas do projeto anterior. Esta nova Edição procurará dinamizar e diversificar redes de oferta aliando vários setores de atividade, nomeadamente turismo, comércio e serviços, fomentando redes de cooperação e interação empresarial.

2. SERVIÇOS A PRESTAR

Ação 1: Informação sobre a oferta regional de bens e serviços

Esta ação inicial do projeto prevê o mapeamento da oferta comercial, serviços e industrial de Bragança para constituição da rede de oferta, prevê-se também um levantamento fotográfico para desenvolvimento do programa de promoção da rede de oferta, a criação de produtos/programas integradas da rede de oferta e o desenvolvimento de um plano de marketing territorial. Esta ação constitui assim uma importante fonte de informação para alimentar outras atividades do projeto para além de constituir ainda um importante elemento de diagnóstico da realidade do turismo, comércio e serviços na região, nomeadamente ao nível das práticas de marketing mas também ao nível da criação de redes de oferta.

Objetivos da ação: Levantamento da oferta existente (comércio, serviços e indústria), Criar produtos/programas integrados da rede de oferta e Desenvolver um Plano de marketing territorial.



Esta ação envolve a realização de quatro atividades:

- Mapeamento da oferta comercial, serviços e industrial de Bragança para constituição da rede de oferta

Esta atividade tem como objetivo efetuar uma recolha de toda a informação existente relativamente à oferta existente quanto a serviços, a comércio e mesmo indústria para que esta informação possa ser usada quer para constituição da rede de oferta, quer para alimentação da APP a desenvolver. Este é um trabalho necessário para que se possa depois disponibilizar toda a informação relevante na APP sobre os vários serviços existentes adaptando às necessidades da procura. A recolha desta informação permitirá também diagnosticar a região quanto à oferta que tem identificando potenciais lacunas ou oportunidades.

- Levantamento fotográfico para desenvolvimento do programa de promoção da rede de oferta

Pretendemos um levantamento exaustivo, proporcionando aos visualizadores uma imagem atrativa, apelativa e completa da oferta existente. Assim pretende-se efetuar um levantamento fotográfico que reflita o programa de promoção da rede oferta existente e também permita alimentar a APP a desenvolver por forma a torná-la apelativa para os turistas, investidores, empresários e pessoas que se queiram estabelecer na nossa região.

Criação de produtos/programas integrados da rede de oferta (turismo, cultura, corporate, ..)

No âmbito desta atividade, e tendo como input o mapeamento feito à oferta existente, pretende-se criar programas de visitação temáticos numa lógica de segmentação de mercados e públicos. Como já referimos é necessário estruturar a oferta de acordo com as tendências e características da procura, para assim facilmente atrair mais e diferentes tipos de público. Pretendemos assim contribuir para uma adequada estruturação da oferta, agregando produtos e programas em torno de temáticas e interesses identificados por forma a direcionar esta oferta para a procura.

Trata-se de programas de oferta diversificados e que visa a segmentação do público destinatário. Esta estratégia, agregada por recursos variados, serviços de turismo, serviços públicos, comércio, acessibilidades, pólos de conhecimento e tecido empresarial, evidencia uma diversidade e complementaridade de produtos que poderão ser trabalhados para captar investimento e valorizar o território.



Estes produtos vão assim desde o património histórico-cultural, gastronomia e vinhos, saúde e bem-estar, investimento empresarial, ensino, qualidade de vida, etc.

Plano de Marketing Territorial

No âmbito da edição anterior deste projeto, uma das conclusões identificadas foi a de que para conseguir desenvolver uma estratégia de afirmação dos recursos da região é preciso que os vários operadores e entidades locais conheçam esse potencial e se alinhem na estratégia de promoção. Pequenas ações sem escala e sem aceitação das várias partes poderão não alcançar os resultados esperados. Assim é fundamental que se desenvolva um plano de marketing mais abrangente, de nível territorial, pelo qual as várias parte se possam orientar e alinhar para um posicionamento consolidado, coerente e visível.

Para a concretização de uma eficaz estratégia de marketing, torna-se imprescindível analisar um conjunto de fatores, pensando antecipadamente quais as abordagens a tomar em consideração para atingir determinadas metas.

Numa primeira fase, é importante analisar o ambiente, identificar ameaças e oportunidades no ambiente geral, como os fatores políticos, económicos, sociais e tecnológicos e específico (neste caso, os setores do turismo, comércio e serviços) e detetar os seus pontos fortes e fracos.

Numa segunda fase, entra em vigor o marketing estratégico, no qual se definem os objetivos pretendidos, nomeadamente imagem do território, diferenciação, segmentação e posicionamento. A terceira fase será mais operativa, que se fixa nas variáveis do “marketing mix”, ou seja o produto/serviço (exemplo: produtos/programas integrados da rede de oferta), os preços (promoções, temporadas), a comunicação (marketing territorial, segmentação, canais digitais) e a distribuição (agências de viagens, quer seja turismo ou de negócios; empresas, entidades públicas,..).

Ação 2: + Bragança

Nesta ação pretendemos atualizar conteúdos do site já criado no projeto anterior, desenvolver um



novo módulo para o site da ACISB e desenvolver uma App, que construirá uma inovação e terá um papel fundamental na estratégia de promoção da oferta da região e que divulgará produtos e pacotes turísticos da região.

Objetivos da ação: Promover a digitalização da oferta turística e disponibilização de informação relevante para visitantes através de uma aplicação móvel, que possa facilmente ser descarregada e utilizada pelos visitantes melhorando a sua experiência turística. Pretende-se ainda impulsionar o networking entre os vários agentes da região para que a colaboração/cooperação seja uma realidade, e que se possa alinhar um mais facilmente promover uma comunicação e marketing conjunto e muito mais visível.

Esta ação envolve a realização de quatro atividades:

- Atualização de conteúdos Site +Bragança

Na edição anterior do projeto, foi criado o site +Bragança, com diversa informação sobre a região e a sua oferta turística, pretendemos neste projeto dar tirar o máximo partido do investimento já realizado, mantendo o site ativo, e centralizando informação num mesmo local já conhecido e divulgado. Assim pretendemos agora atualizar conteúdos, algo essencial e mais ainda no âmbito do turismo, comércio e serviços. Esta atualização é também fundamental uma vez que o site apresenta muita informação sobre oferta turística, mas que sofre regularmente alterações, e para que o site se mantenha apelativo e que os visitantes possam ter acesso a informação correta e atual é necessário atualizar estes conteúdos.

- Módulo Networking site da ACISB

A ACISB como entidade muito dinâmica na região, e entidade beneficiárias deste projeto, do projeto anterior e ainda de outros projetos que desenvolveu tem vindo a detetar uma necessidade cada vez mais forte na promoção da cooperação e colaboração entre empresas e outras entidades e organizações da região. Nos projetos que tem desenvolvido e no decorrer da sua atividade habitual a ACISB tem vindo a contactar com diversas entidades da região assim como com as próprias empresas e verifica que muitas destas entidades têm problemáticas e necessidades comuns e/ou similares que poderiam ser respondidas se houvesse uma maior cooperação no terreno. Acontece que muitas destas entidades não se conhecem nem nunca contactaram entre si, assim a ACISB pretende desenvolver no seu próprio site um módulo de networking que visa agregar informação de



vários projetos e atividades por si desenvolvidas com intuito de promover maior cooperação entre entidades da região. A ACISB pretende assim agregar e concentrar informação para que todos possam aceder facilmente e num mesmo local a essa informação promovendo também a troca de contactos e o conhecimento mútuo de entidades da região visando um maior cooperação para a região como resposta diversos desafios e problemáticas comuns.

- Desenvolvimento APP + Bragança

No âmbito desta atividade pretendemos desenvolver um Aplicação Móvel, de fácil utilização, direcionada para vários públicos, sendo um dos principais os turistas, mas também para estudantes e docentes estrangeiros, nomeadamente do IPB, e ainda para empresários e profissionais através de uma área de networking. Pretende-se assim que esta seja uma ferramenta inovadora muito completa, que assenta numa base tecnológica e digital que promove a digitalização da oferta turística da região e melhora a experiência turística dos visitantes, facilitando ainda o networking empresarial.

Esta atividade envolve as seguintes subatividades:

- Análise (Levantamento de Requisitos e Especificações)
- Desenho e Arquitetura da Aplicação
- Módulo Mobilidade urbana (informações transportes públicos, aluguer de bicicletas, estacionamento urbano)
- Módulo Cultura (Programação cultural, reservas bilhetes)
- Módulo Comércio (diretório com descrição da oferta de Hotelaria, Restauração, Comércio Local, Alertas de promoções)
- Módulo Turismo (Roteiros Comerciais, Industriais, Turismo: histórico-cultural, gastronomia e vinhos, saúde e bem-estar)
- Módulo Academia (orientado para a comunidade do IPB, nomeadamente estudantes e corpo docente estrangeiro na descoberta da oferta regional e, em simultâneo, auxiliá-los com informação útil: unidades de Saúde, farmácias, comércio e serviços, alojamento, serviços públicos,...)
- Rede Networking (partilha dados profissionais e empresariais, ofertas de emprego, parcerias)



- Design
- Traduções EN/ES/FR

Ação 3. Marketing, promoção e cooperação Territorial no âmbito do turismo, comércio e serviços

Esta ação prevê o desenvolvimento material e ferramentas de promoção do projeto e oferta turística da região, assim como realizar reunião colaborativas promovendo a cooperação no setor e ainda promover a oferta de bens e serviços e regionais e o destino bragança à imprensa e líderes de opinião, nacionais e internacionais.

Objetivos da ação: Promoção da rede oferta turística, comercial e de serviços da região; Projeção nacional e internacional da região de Bragança como destino de excelência; e Promoção da cooperação empresarial;

Esta ação envolve a realização de quatro atividades:

- Vídeo Promocional

O vídeo é uma ferramenta de marketing nacional e internacional que atrai de forma direta e objetiva os visitantes à região de Bragança, dando a conhecer parte das ofertas turísticas existentes e promovendo os seus produtos e destacando as suas vantagens competitivas. Este é um meio muito atrativo de promover a região apelando às emoções e experiências do potencial turista e captando a sua atenção, pelo que pretende-se desenvolver um vídeo promocional que promova a oferta da região focando as redes de oferta e procurando um posicionamento forte, conjunto e atrativo para a região e sua potencialidades.

- Dinamização das redes sociais para promoção da rede de oferta

O recurso às redes sociais constitui um meio de comunicação, difusão e promoção muito dinâmico e eficaz, mais ainda quando se trata de promover um destino e os seus produtos endógenos, pois permite a difusão de conteúdos e ainda a interação com visitantes e potenciais visitantes da região, através de troca de experiências, receção de ideias e sugestões e também como meio de receção de feedback.

Neste sentido, pretende-se dinamizar as páginas do projeto no facebook e no instagram, onde serão



continuamente divulgadas informações acerca do desenvolvimento e implementação do projeto, bem como realizadas ações de marketing e promoção.

De referir que as gerações mais jovens e as de meia-idade são cada vez mais adeptas e utilizadoras das redes sociais, pelo que a promoção da oferta turística da região de Bragança também através destes meios de comunicação, constituirá uma mais-valia.

- Despesas de promoção e divulgação

Esta atividade engloba a todas as despesas relativas às ações de promoção e divulgação desenvolvidas no âmbito da cooperação territorial no âmbito do turismo, nomeadamente material promocional para as reuniões colaborativas, as press-trips, o seminário final, e para promoção nas redes sociais, Aplicação móvel e site.

- Reuniões colaborativas para estabelecimentos de parcerias para constituição da rede de oferta

Esta atividade consiste na realização de reuniões entre os agentes económicos, empresários da região e entidades locais, as quais terão como objetivos:

- Debater e analisar problemáticas comuns;
- Debate e acerca da promoção de um planeamento de Marketing conjunto e alargado da região.
- Integração a oferta, debates acerca de Criação de produtos/programas integrados da rede de oferta (turismo, cultura, corporate, ..)
- Definir ofertas turísticas inversas, centradas nos requisitos e desejos específicos dos clientes (focus no cliente);
- Definir estratégias de colaboração conjuntas como fator de promoção de competitividade;
- Criação e/ou reforço de parcerias e redes de trabalho.

Este modelo de atuação com base nas reuniões colaborativo foi testado no projeto anterior, tendo no final alcançado bons resultados. Pretende-se agora dar continuidade a estas reuniões, debatendo novas temáticas e propondo novos desafios.

- 3 Press-trips - destinadas à imprensa para dar a conhecer a oferta de bens e serviços regionais

Os serviços a contratar no âmbito desta rubrica incluem a disponibilização de material e equipamento e as amostras de produtos regionais.

Resultados esperados:



- Nº de vídeos desenvolvidos: 1
- Nº de visualizações do vídeo: 250
- Nº de publicações efetuadas na página de facebook durante o projeto: 48
- Nº de publicações efetuadas no instagram durante o projeto: 24
- Aumento do nº de Gostos no facebook entre o início e fim do projeto: 500
- Aumento do nº de seguidores no instagram entre o início e fim do projeto: 150
- Nº de reuniões colaborativas realizadas: 5
- Nº de participantes no conjunto das reuniões colaborativas: 40
- Nº de Press-trips realizadas: 3
- Nº de publicações/noticias/artigos/posts resultantes do conjunto das press-trips: 21

Ação 4. Ações de Avaliação, acompanhamento e disseminação de resultados

Nesta atividade serão realizadas ações de coordenação, disseminação e avaliação dos resultados do projeto, que culminarão na elaboração do relatório final do projeto. Neste sentido, será efetuado um acompanhamento contínuo do desenvolvimento do projeto, de forma a verificar se este está a cumprir os objetivos definidos ou se é necessário empreender ações de melhoria ou corretivas, de forma a garantir o alcance dos mesmos. A avaliação do projeto será assim materializada num relatório final da operação, onde serão identificados os objetivos atingidos, justificados os potenciais desvios verificados, onde serão descritas as principais dificuldades sentidas e onde serão apresentadas sugestões de melhoria para outros projetos.

Objetivos da atividade: avaliar continuamente o projeto e avaliar de forma rigorosa e técnica a execução do mesmo, disseminando os resultados alcançados no projeto.

Esta ação envolve as seguintes atividades:

- Acompanhamento e avaliação e assistência técnica (reuniões e relatórios)

- Relatórios semestrais

Os gestores técnicos da entidades a contratar juntamente com os vários elementos da equipas e/ou com os chefes das equipas devem apresentar um relatório de planificação e monitorização do projeto que contemple:



- Comparação entre planeado e realizado com apresentação evolução da taxa de realização do projeto;
- Fases do projeto que estão dentro do prazo, em atraso ou adiantadas;
- Avaliação do estado documental e de implementação de cada fase;
- Identificação de pontos críticos do projeto;

- Reuniões de follow-up

Propõe-se a realização de reuniões para acompanhamento da evolução do projeto entre equipa coordenadora do projeto, e/ou entre esta equipa e entidades contratadas para execução de alguns serviços no âmbito do projeto.

Estas reuniões devem servir para definir estratégias, planear as várias iniciativas, distribuir tarefas e acompanhar a sua execução. Mas também devem servir para estabelecer procedimentos, definir os reports, fazer um ponto de situação do projeto e dos seus resultados, identificando eventuais desvios ou falhas e definindo e implementando, sempre que necessário, as respetivas medidas corretivas.

- Seminário de encerramento e disseminação de resultados

Este seminário aberto à população realiza-se no final, no qual são apresentados as atividades desenvolvidas no âmbito do projeto, os constrangimentos enfrentados e os resultados alcançados. Esta forma ativa de disseminação dos resultados, pretende mostrar a todos os agentes envolvidos no trabalho e também à população de Bragança que, a realização de um projeto com atividades coordenadas conjuntamente é um mecanismo fundamental para empreender melhorias inovadoras na forma de atuação e reforçar a capacidade competitiva da região. Será ainda possível identificar ao longo do seminário ações que possam vir a ser implementadas e que procurem manter e/ou exponenciar os resultados do projeto.

- Relatório final do projeto

Este relatório será realizado no final do projeto e incluirá a avaliação de impacto, contribuições técnicas de todas as atividades do projeto e alcance dos objetivos previstos.

3. Requisitos técnicos da equipa a afetar à prestação dos serviços



A Equipa a afetar à prestação dos serviços ser composta pelo número mínimo de elementos indicado abaixo, sendo os perfis preferenciais os seguintes:

I. 1 (um) Coordenador do Projeto

Requisitos do perfil:

- Habilitações mínimas ao nível da Licenciatura;
- Experiência profissional mínima de 10 (dez) anos na gestão de projetos;
- Deter certificação PMI ou similar;

II. 3 (três) consultores sénior

Requisitos do perfil:

- Habilitações mínimas ao nível da Licenciatura;
- Deter experiência profissional mínima de 3 (três) anos e terem participado na organização de projetos similares;

III. 1 (um) designer sénior

Requisitos do perfil:

- Habilitações mínimas ao nível da Licenciatura;
- Experiência profissional mínima de 3 (três) anos em design gráfico;

IV. 1 (um) Consultor multimédia sénior

Requisitos do perfil:

- Habilitações mínimas ao nível da Licenciatura;
- Experiência profissional mínima de 3 (três) anos na realização de vídeos;

V. 1 (um) programador sénior

Requisitos do perfil:

- Habilitações mínimas ao nível da Licenciatura;
- Deter experiência profissional mínima de 3 (três) anos no desenvolvimento de websites/app.