

## CADERNO DE ENCARGOS

Luís Pedro  
de Carvalho  
Martins

Assinado de forma  
digital por Luís Pedro  
de Carvalho Martins  
Dados: 2022.10.11  
18:10:55 +01'00'

### PROCEDIMENTO, POR CONSULTA PRÉVIA SIMPLIFICADA

NOS TERMOS DOS ARTIGOS 2.º ALÍNEA B), 4.º E 9.º A 16.º DA LEI N.º 30/2021, DE 21 DE MAIO

PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PARA A ELABORAÇÃO DE  
“PLANO DE MARKETING PARA  
INTERNACIONALIZAÇÃO DO PORTO E NORTE DE  
PORTUGAL E REDESENHO DA MARCA DESTINO  
PORTO E NORTE - ALINHADA COM A ESTRATÉGIA DE  
PROMOÇÃO”

---

**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 a celebração de um contrato de serviços de elaboração de **“Plano de Marketing para Internacionalização do Porto e Norte de Portugal e Redesenho da Marca destino Porto e Norte - alinhada com a estratégia de promoção”**.
2. As especificações dos serviços a realizar são as constantes do Anexo I do Caderno de Encargos, do qual faz parte integrante.

**CLÁUSULA 2.ª CONTRATO**

1. O contrato é composto pelo respetivo clausulado contratual e os seus anexos.
2. O contrato a celebrar integra ainda 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) Os esclarecimentos e as retificações relativos ao Caderno de Encargos;
  - c) O presente Caderno de Encargos;
  - d) A proposta adjudicada;
  - e) Os esclarecimentos sobre a proposta adjudicada prestados pelo adjudicatário.
3. Em caso de divergência entre os documentos referidos no número anterior, a respetiva prevalência é determinada pela ordem pela qual aí são indicados.
4. Em caso de divergência entre os documentos referidos no n.º 2 e o clausulado do contrato e seus anexos, prevalecem os primeiros, salvo quanto aos ajustamentos propostos de acordo com o disposto no artigo 99.º do Código dos Contratos Públicos (CCP) e aceites pelo adjudicatário nos termos do disposto no artigo 101.º desse mesmo diploma legal.

**CLÁUSULA 3.ª SERVIÇOS A REALIZAR**

Os serviços a realizar pelo adjudicatário são os constantes das especificações técnicas do Anexo I do presente Caderno de Encargos.

**CLÁUSULA 4.ª PRAZO DE VIGÊNCIA DO CONTRATO**

1. O contrato produz efeitos a partir da data da sua publicitação nos termos do artigo 127.º do Código dos Contratos Públicos e mantém-se até ao dia 20 de dezembro de 2022, em conformidade com os respetivos termos e condições, sem prejuízo das obrigações acessórias que devam perdurar para além da cessação do contrato.

2. O adjudicatário obriga-se a prestar os serviços em conformidade com os termos previstos no Anexo I do Caderno de Encargos.
3. Sem prejuízo do referido nos números anteriores, podem ser acordados outros prazos de entrega, desde que devidamente fundamentados e aceites pela entidade adjudicante.

**CLÁUSULA 5.ª LOCAL E HORÁRIO DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS**

Os serviços objeto do presente contrato são executados nas instalações do adjudicatário, podendo sê-los na sede da entidade adjudicante, sempre que solicitado, em interação com os serviços desta, por acesso remoto, e em horário que esteja de acordo com as características específicas do objeto do contrato, se a entidade adjudicante assim entender por conveniente.

**CLÁUSULA 6.ª RESPONSABILIDADE E CASOS FORTUITOS OU DE FORÇA MAIOR**

1. Não podem ser impostas penalidades ao adjudicatário, nem é havido 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 casos de força maior, se se verificarem os requisitos do número anterior, designadamente, tremores de terra, inundações, incêndios, sabotagens, greves, embargos ou bloqueios internacionais, atos de guerra ou terrorismo, motins e determinações governamentais ou administrativas injuntivas.
3. Não constituem força maior, designadamente:
  - a) Circunstâncias que não constituam força maior para os subcontratados do adjudicatário na parte em que intervenham;
  - b) Greves ou conflitos laborais limitados às sociedades do adjudicatário 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 adjudicatário de deveres ou ónus que sobre ele recaiam;
  - d) Incêndios ou inundações com origem nas instalações do adjudicatário cuja causa, propagação ou proporções se devam a culpa ou negligência sua ou ao incumprimento de normas de segurança;
  - e) Avarias nos sistemas informáticos ou mecânicos do adjudicatário não devidas a sabotagem;

- f) Situações de exceção determinadas pela COVID-19;
  - g) Eventos que estejam ou devam estar cobertos por seguros.
4. A ocorrência de circunstâncias que possam consubstanciar casos de força maior deve ser imediatamente comunicada à outra parte.
5. 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 7.ª OBRIGAÇÕES PRINCIPAIS DO ADJUDICATÁRIO**

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 adjudicatário as seguintes obrigações principais:
- a) Executar todos os serviços enumerados neste Caderno de Encargos e respetivo Anexo I nos termos e nas condições de prazo e preço contratados;
  - b) Prestar os serviços em conformidade com as orientações da entidade adjudicante;
  - c) Sujeitar-se à ação fiscalizadora da entidade adjudicante;
  - d) Prestar as informações que forem solicitadas pela entidade adjudicante;
  - e) Executar os serviços de acordo com os objetivos da entidade adjudicante e na perspetiva da prossecução do interesse público;
  - f) Realizar todos os trabalhos enumerados neste Caderno de Encargos, nas condições contratadas, competindo-lhe ainda elaborar, sem direito a indemnização, todos os estudos subsidiários necessários a um perfeito esclarecimento dos trabalhos.
2. A título acessório, o adjudicatário fica ainda obrigado, designadamente, a recorrer a todos os meios humanos, materiais e informáticos que sejam necessários e adequados à prestação do serviço, bem como ao estabelecimento do sistema de organização necessário à perfeita e completa execução das tarefas a seu cargo.

**CLÁUSULA 8.ª ELEMENTOS A ENTREGAR PELO ADJUDICATÁRIO**

1. A entidade adjudicante procede à análise dos desenvolvimentos efetuados em cada fase, nos termos especificados no Anexo I ao presente Caderno de Encargos, com vista a verificar se os serviços realizados reúnem as características, especificações e requisitos técnicos definidos.
2. Na análise a que se refere o número anterior, o adjudicatário deve prestar à entidade adjudicante toda a cooperação e todos os esclarecimentos necessários.
3. No caso de a análise da entidade adjudicante a que se refere o n.º 1 não comprovar a conformidade dos elementos entregues com as exigências legais, ou no caso de existirem

discrepâncias com as características, especificações e requisitos técnicos definidos, a entidade adjudicante deve desse facto informar, por escrito, o adjudicatário.

4. No caso previsto no número anterior, o adjudicatário deve proceder, à sua custa e no prazo razoável que for determinado pela entidade adjudicante, às alterações e complementos necessários para garantir o cumprimento das exigências legais e das características, especificações e requisitos técnicos exigidos.
5. Após a realização das alterações e complementos necessários pelo adjudicatário, no prazo respetivo, a entidade adjudicante procede a nova análise, nos termos do n.º 1.
6. Caso a análise da entidade adjudicante a que se refere o n.º 1 comprove a conformidade dos elementos entregues pelo adjudicatário com as exigências legais e neles não sejam detetadas quaisquer discrepâncias com as características, especificações e requisitos técnicos definidos, deve ser emitida, no prazo máximo de 10 (dez) dias a contar do termo dessa análise, declaração de aceitação pela entidade adjudicante.
7. A emissão da declaração a que se refere o número anterior não implica a aceitação de eventuais discrepâncias com as exigências legais ou com as características, especificações e requisitos técnicos definidos nas especificações técnicas do Caderno de Encargos.

#### **CLÁUSULA 9.ª TRANSFERÊNCIA DA PROPRIEDADE**

1. Com a declaração de aceitação a que se refere o n.º 6 da Cláusula 8.ª, ocorre a transferência de posse e da propriedade dos elementos a desenvolver ao abrigo do contrato para a entidade adjudicante, incluindo todos os direitos autorais sobre todas as criações intelectuais abrangidas pelos serviços a prestar.
2. Pela cessão dos direitos a que alude o número anterior não é devida qualquer contrapartida para além do preço a pagar nos termos do presente Caderno de Encargos.

#### **CLÁUSULA 10.ª OBRIGAÇÕES PRINCIPAIS DA ENTIDADE ADJUDICANTE**

Da celebração do contrato decorrem para a entidade adjudicante as seguintes obrigações:

- a) Pagar ao adjudicatário o preço contratual nos termos previstos nas Cláusulas 14.ª e 15.ª do Caderno de Encargos;
- b) Prestar ao adjudicatário toda a colaboração que razoavelmente lhe seja solicitada para a correta e integral execução do contrato;
- c) Nomear um responsável pela gestão do contrato;
- d) Conceder o acesso às suas instalações por parte do adjudicatário, de acordo com as suas regras de funcionamento interno, das quais será oportunamente dado conhecimento.

**CLÁUSULA 11.ª OBJETO DO DEVER DE SIGILO**

1. O adjudicatário, durante e após a execução do contrato, deve guardar sigilo sobre toda a informação e documentação, técnica e não técnica, comercial ou outra, relativa à entidade adjudicante, de que possa ter conhecimento ao abrigo ou em relação com a execução do contrato.
2. A obrigação prevista no número anterior abrange os agentes, funcionários ou colaboradores que se encontrem direta ou indiretamente envolvidos na prestação de serviços ou no procedimento ao qual o mesmo deu origem.
3. 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.
4. Exclui-se do dever de sigilo previsto a informação e a documentação que forem comprovadamente do domínio público à data da respetiva obtenção pelo adjudicatário 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.
5. O adjudicatário obriga-se ainda a respeitar a confidencialidade sobre todos os dados ou informações de carácter funcional ou processual dos serviços da entidade adjudicante a que tenha acesso na execução do contrato.
6. O adjudicatário assume igualmente o compromisso de remover e destruir, no final do contrato, todo e qualquer registo, eletrónico ou em papel, relacionado com os dados e processos analisados.
7. De igual forma, o adjudicatário garante que terceiros que eventualmente se envolvam na execução dos serviços respeitem as obrigações de sigilo e confidencialidade constantes dos números anteriores.

**CLÁUSULA 12.ª PENALIDADES**

1. No caso de incumprimento das obrigações fixadas no contrato, e desde que por razões imputáveis ao adjudicatário, o contraente público poderá aplicar uma penalidade correspondente a 1% do preço contratual por cada incumprimento verificado nos termos do artigo 325.º do CCP.
2. As importâncias devidas pelas penalidades aplicadas serão deduzidas no pagamento correspondente e não poderão exceder, na sua globalidade, 20% do preço contratual.
3. As penalidades previstas para a falta de cumprimento das obrigações contratuais poderão ser anuladas, a requerimento do interessado se o contraente público entender que deve atender

aos fundamentos invocados por este e desde que dos incumprimentos que originaram as penalidades não tenham decorrido efeitos adversos para o normal desenvolvimento dos objetivos do contrato e dos efeitos consequentes.

**CLÁUSULA 13.ª PREÇO BASE**

O preço base para a aquisição de serviços objeto deste caderno de encargos é de 106.400,00 € (cento e seis mil e quatrocentos euros), acrescido de Iva à taxa legal em vigor.

**CLÁUSULA 14.ª PREÇO CONTRATUAL**

1. Pela prestação dos serviços objeto do contrato, bem como pelo cumprimento das demais obrigações constantes do presente Caderno de Encargos, o contraente público paga ao adjudicatário o preço constante da proposta adjudicada, acrescido de IVA à taxa legal em vigor.
2. O preço referido no número anterior inclui todos os custos, encargos e despesas cuja responsabilidade não esteja expressamente atribuída ao contraente público, (incluindo as despesas de alojamento, alimentação e deslocação de meios humanos, despesas de aquisição, transporte, armazenamento e manutenção de meios materiais, bem como quaisquer encargos decorrentes da utilização de marcas registadas, patentes ou licenças).

**CLÁUSULA 15.ª CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**

1. A(s) quantia(s) devida(s) pela entidade adjudicante, nos termos da cláusula anterior, deve(m) ser paga(s) no prazo de 60 dias após a receção das respetivas faturas, as quais só podem ser emitidas após o vencimento da obrigação respetiva.
2. Para os efeitos do número anterior, as quantias devidas pela entidade adjudicante são pagas da seguinte forma:
  - a) 20 % com a apresentação e aprovação do relatório de metodologia de trabalho;
  - b) 30% com a apresentação e aprovação do relatório Final e Sumário Executivo “Plano de Marketing para Internacionalização do Porto e Norte de Portugal”
  - c) 20 % com a apresentação a aprovação do relatório Final “Redesenho da identidade da Marca”
  - d) 30 % Manual de identidade da Marca e respetivos ficheiros para utilização
3. Em caso de discordância por parte entidade adjudicante, quanto aos valores indicados nas faturas, deve esta comunicar ao adjudicatário, por escrito, os respetivos fundamentos, ficando aquele obrigado a prestar os esclarecimentos necessários ou proceder à emissão de nova fatura corrigida.

4. Desde que devidamente emitidas e observado o disposto no n.º 1, as faturas são pagas através de transferência bancária.
5. Quanto aos serviços a prestar, os mesmos apenas poderão ser pagos após a emissão da declaração de conformidade relativamente a todos os itens constantes do caderno de encargos, a efetuar pelo gestor do contrato em nome da entidade adjudicante, conforme estabelecido no artigo 290.º-A do CCP.
6. Não são admissíveis adiantamentos de preço, nos termos e para os efeitos do disposto no artigo 292.º do CCP.

**CLÁUSULA 16.ª RESOLUÇÃO POR PARTE DO CONTRAENTE PÚBLICO**

1. Sem prejuízo de outros fundamentos de resolução previstos na lei, a entidade adjudicante pode resolver o contrato, a título sancionatório, no caso de o adjudicatário violar de forma grave ou reiterada qualquer das obrigações que lhe incumbem, designadamente nos seguintes casos, os quais configuram incumprimento definitivo do contrato:
  - a) aplicação de penalidades que ultrapasse o limite previsto na Cláusula 12.ª n.º 2 do presente Caderno de Encargos;
  - b) incumprimento de qualquer obrigação contratual que comprometa de forma irreversível a manutenção do contrato;
  - c) a cessão da posição contratual ou a subcontratação nos termos da Cláusula 19.ª do Caderno de Encargos sem a prévia autorização da entidade adjudicante;
2. O direito de resolução referido no número anterior exerce-se mediante declaração enviada ao adjudicatário, a qual produz efeitos 10 (dez) dias após a sua receção.

**CLÁUSULA 17.ª RESOLUÇÃO POR PARTE DO ADJUDICATÁRIO**

1. O adjudicatário pode resolver o contrato quando qualquer montante que lhe seja devido esteja em dívida por um período superior a seis (6) meses ou quando o montante em dívida exceda 25% do preço contratual, excluindo juros.
2. No caso previsto no n.º 1, o direito de resolução pode ser exercido mediante declaração enviada à entidade adjudicante, que produz efeitos 30 (trinta) dias após a receção dessa declaração, salvo se esta última cumprir as obrigações em atraso nesse prazo, acrescidas dos juros de mora a que houver lugar.
3. A resolução motivada por qualquer outro fundamento que não seja o que consta do n.º 1 da presente cláusula, apenas poderá ser efetivada pelo adjudicatário por via judicial nos termos do artigo 332.º n.º 3 do CCP.

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

**CLÁUSULA 18.ª FORO COMPETENTE**

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

**CLÁUSULA 19.ª SUBCONTRATAÇÃO E CESSÃO DA POSIÇÃO CONTRATUAL**

A subcontratação e a cessão da posição contratual por parte do adjudicatário dependem da prévia autorização da entidade adjudicante nos termos do artigo 318.º do CCP.

**CLÁUSULA 20.ª TRATAMENTO DE DADOS**

O adjudicatário, na qualidade de subcontratante para efeitos do disposto no artigo 28.º, n.º 3, do RGPD, assume as obrigações resultantes do regime constante deste instrumento de direito comunitário derivado, nomeadamente as de:

- Tratar os dados pessoais apenas mediante instruções documentadas do responsável pelo tratamento;
- Garantir que as pessoas autorizadas a tratar os dados pessoais assumem um compromisso de confidencialidade ou estão sujeitas a adequadas obrigações legais de confidencialidade;
- Adotar todas as medidas necessárias para garantir a segurança do tratamento de dados, nos termos do disposto no artigo 29.º, n.ºs 1 e 2, do RGPD;
- Não contratar outro subcontratante sem a necessária prévia autorização, por escrito, da entidade adjudicante, na qualidade de responsável pelo tratamento conforme disposto na Cláusula 19.ª;
- Atender à natureza do tratamento e, na medida do possível, prestar assistência ao responsável pelo tratamento, através de medidas técnicas e organizativas adequadas a permitir que este cumpra a sua obrigação de dar resposta aos pedidos dos titulares dos dados, no exercício dos respetivos direitos;
- Prestar assistência ao responsável pelo tratamento, no sentido de acautelar a segurança dos dados pessoais, garantindo o cumprimento das obrigações previstas nos artigos 30.º e 31.º do RGPD;
- De acordo com ulterior decisão da entidade adjudicante, apagar ou devolver-lhe todos os dados pessoais objeto de tratamento, apagando as cópias existentes, a menos que a conservação desses dados seja exigida ao abrigo do Direito da União ou dos Estados-Membros após conclusão da prestação de serviços;
- Disponibilizar à entidade adjudicante todas as informações necessárias para demonstrar o cumprimento das obrigações supra elencadas, facilitar e contribuir para auditorias e/ou inspeções, conduzidas pelo responsável pelo tratamento de dados ou por um auditor por este mandatado.

**CLÁUSULA 21.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 de cada uma, identificados no contrato.
2. Qualquer alteração das informações de contacto constantes do contrato deve ser comunicada à outra parte.
3. As comunicações relativas a aspetos meramente técnicos e que não impliquem alterações ou extinção da relação contratual poderão ser feitas por via eletrónica para os colaboradores a indicar pelas partes.

**CLÁUSULA 22.ª CONTAGEM DOS PRAZOS**

1. Os prazos previstos no contrato são contínuos, correndo em sábados, domingos e dias feriados.
2. Quando os prazos terminem em sábados, domingos ou dias feriados transfere-se o seu termo para o primeiro dia útil seguinte.

**CLÁUSULA 23.ª LEGISLAÇÃO APLICÁVEL**

A tudo o que não esteja especialmente previsto aplica-se o regime previsto no Decreto-Lei n.º 18/2008, de 29 de janeiro (CCP), na sua redação mais atualizada e demais legislação aplicada.

**ANEXO I - ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS****1. OBJETO**

O presente procedimento visa a celebração de um contrato de serviços de prestação de serviços a elaboração **“Plano de Marketing para Internacionalização do Porto e Norte de Portugal e “Redesenho da Marca destino Porto e Norte - alinhada com a estratégia de promoção”**.

**2. ÂMBITO TERRITORIAL**

O âmbito territorial da prestação de serviços corresponde ao Porto e Norte de Portugal. Por seu turno, os outputs previstos (Plano de marketing e o (re)Desenho da Marca Destino Porto e Norte) abrangem os mercados turístico nacional, ibérico e internacionais.

**3. ENQUADRAMENTO**

O projeto **“Reerguer o Turismo da Região – Juntos Somos Mais Norte”** é um ação coletiva a executar em regime de copromoção pelas Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal (TPNP ER) e pela Associação de Turismo do Porto (ATP), designado **“Reerguer o Turismo da Região – Juntos Somos Mais Norte”**.

Visa o desenvolvimento de ações que favoreçam a recuperação do Turismo do Norte de Portugal, através da aposta no planeamento e na gestão do destino, na cooperação, na estruturação de produtos turísticos, no foco em mercados internacionais específicos, no aprofundamento do conhecimento das tendências e nos novos perfis da procura, na avaliação e na monitorização dos resultados.

Privilegia uma abordagem ao Turismo da Região Norte onde se assumem as diferenças, mas se olha à coesão, à transversalidade, à articulação entre os seus 4 sub-destinos: Porto; Minho; Douro; e Trás-os-Montes.

O projeto estrutura-se em 4 ações distintas, mas complementares, inserindo-se a presente prestação de serviços na **ação 1. Planeamento e Gestão do Destino Porto e Norte**, que tem implícito pensar a região perante esta nova realidade, para assegurar a comunhão de esforços e a melhor gestão dos recursos (de todo o tipo), em benefício da natureza, da cultura, das pessoas, das empresas, especialmente as do turismo e; especificamente nas atividades:

- ***“Plano de Marketing para Internacionalização do Porto e Norte de Portugal”***

Perante a incerteza que decorre da situação pandémica e porque independentemente desta situação conjuntural, a procura evolui muito rapidamente, é importante que a região disponha de um instrumento de marketing que permita projetar a ação futura.

Esta é a oportunidade para conceber, debater e consensualizar junto dos principais atores do setor do turismo uma nova estratégia de marketing turístico para o Porto e Norte de Portugal no horizonte temporal de 2021 – 2027.

Com a Estratégia de Marketing Territorial para o destino Porto e Norte de Portugal a desenvolver, pretende-se:

- sustentar e reforçar a atratividade global do destino;
  - consolidar a qualidade da oferta;
  - reduzir as assimetrias intrarregionais existentes;
  - reforçar o trabalho em rede para a promoção, interna e externa, do destino.
- 
- *“Marca destino Porto e Norte - Redesenhar a marca do destino alinhada com a estratégia de promoção”*

Redesenhar a marca do destino alinhada com a estratégia de promoção: dentro desta ideia de evolução no planeamento e gestão turística, é essencial olhar novamente para a marca regional, redesenhando-se a partir do que será a estratégia de marketing do Porto e Norte de Portugal. A integração de uma nova abordagem para a promoção externa será uma componente importante deste plano, tornando-se num processo mais integrador e potenciador da região nos mercados estrangeiros.

Com a Estratégia de Marca para o destino Porto e Norte de Portugal, a desenvolver, pretende-se:

- Tornar a marca mais diferenciada, relevante, mais bem percebida e mais atrativa (independentemente da sua configuração, da sua segmentação, do seu posicionamento e da sua arquitetura) para o target que é a razão de existir desta mesma estratégia: o Cliente e os Parceiros Comerciais que o põem na rota deste destino (Operadores Turísticos, Imprensa e Key Opinion Leaders)
- Facilitar a compreensão e a gestão da marca e dos seus ativos, para quem tem que operar no dia-a-dia.

#### **4. DESCRIÇÃO DA AQUISIÇÃO DE SERVIÇOS**

Atento o descrito no ponto 3. Enquadramento, a presente prestação de serviços consubstancia-se na concretização das seguintes atividades / componentes, sem prejuízo da proposta da entidade adjudicatária:

- a. Componente 1. **“Plano de Marketing para Internacionalização do Porto e Norte de Portugal”**, devendo compreender a seguinte abordagem:

Elaboração de um plano de marketing e comunicação estruturado, que defina os objetivos estratégicos, o público e mercados alvo e identifique as ações e canais de publicidade e

comunicação a desenvolver para o lançamento e promoção continuada da marca (promoção do Brand Building e do Living the Brand), devendo incluir:

a.1 Diagnóstico Estratégico, contendo: (i) Análise incisiva da situação atual da oferta e procura turísticas no destino Porto e Norte de Portugal; (ii) Análise crítica do atual posicionamento de mercado; (iii) Desafios (materializados em oportunidades ou em ameaças) colocados ao destino Porto e Norte de Portugal; (iv) Estudos de caso.

a.2 Definição Estratégica: (i) Identificação do (novo/ ajustado) posicionamento-alvo de mercado; (iii) Definição de grandes prioridades Identificação das ações estratégicas no marketing-mix, em especial, ao nível do produto e da promoção.

a.3. Estratégia de produto: documento da estratégia de marketing do Porto e Norte, orientada para o produto, mercados, segmentos e marca, aliado ao plano de distribuição e comunicação para o destino.

a.4. Estratégia de produto para cada um dos sub-destinos da Região do Norte: Porto; Minho; Douro; e Trás-os-Montes.

a.5. Estratégia de Mercados: estratégia referente aos mercados principais e de potencial alcance da Região Porto e Norte.

a.6. Estratégia de segmentos: definição dos segmentos-alvo da Região e da atratividade/predisposição aos consumos dos produtos identificados.

a.7. Plano de ação de marketing: no qual são identificados os principais canais de distribuição e instrumentos de comunicação, enquadradas com a estratégia de produto, mercados, segmentos e marca.

a.8. Avaliação e monitorização: definição e proposta de modelo e processo de avaliação, incluindo indicadores de performance.

- b. Componente 2. **“Redesenho da Marca destino Porto e Norte - alinhada com a estratégia de promoção”, devendo compreender**, incluindo a definição da abordagem / posicionamento que a marca Porto e Norte deverá ambicionar no horizonte temporal do plano estratégico.

b.1. Estudo da comunicação dos concorrentes e determinação do posicionamento: levantamento e estudo das principais marcas existentes, sobretudo, as relacionadas com o segmento alvo e com os ativos mais importantes.

b.2. Estratégia da marca - definição do código genético e desenvolvimento criativo: definição do código genético da marca: a missão, os valores e o seu património/memória inicial, enquanto elementos estruturantes do seu carácter e identidade.

b.3.Redesenho da identidade da Marca: verbal (nome), assinatura visual (logótipo e símbolo) e definição dos elementos do seu discurso de comunicação.

b.4. Manual de identidade da marca e respetivos ficheiros da marca.

#### **5. ENTREGÁVEIS:**

São os seguintes os entregáveis da presente prestação de serviços:

- a. Relatório com a metodologia de trabalho
- b. Para a componente “Plano de Marketing para Internacionalização do Porto e Norte de Portugal a. do trabalho”: os relatórios definidos nos pontos a.1. a a.8
- c. Relatório do Final e Sumário Executivo do “Plano de Marketing para Internacionalização do Porto e Norte de Portugal”
- d. Para a componente “Redesenho da identidade da Marca” os relatórios definidos nos pontos b.1 a b.4.
- e. Relatório Final “Redesenho da identidade da Marca”.
- f. Manual de identidade da Marca e respetivos ficheiros para utilização.

#### **6. NORMAS DE APRESENTAÇÃO, EDIÇÃO E ENCADERNAÇÃO**

Em todo o material produzido deverá ser respeitado o Manual de Comunicação e Normas Gráficas do Programa Norte 2020, bem como a utilização dos logótipos do respetivo financiador.