

## SI INOVAÇÃO

### PROJECTOS DE EMPREENDEDORISMO QUALIFICADO

### AVISO Nº 22 /SI/2009

#### REFERENCIAL DE ANÁLISE DO MÉRITO DO PROJECTO

$$MP = 0,30 A + 0,30 B + 0,15 C + 0,25 D$$

**A. Qualidade do Projecto:**

$$A = 0,40 A_1 + 0,60 A_2$$

**A<sub>1</sub>. Coerência e pertinência do projecto (capacidade empreendedora, relevância dos objectivos estratégicos, recursos, mercado, etc.), de acordo com os seguintes factores de avaliação:**

- a) Identificação clara da estratégia face aos Pontos Fortes, Pontos Fracos, Ameaças e Oportunidades
- b) Identificação clara e quantificada de objectivos estratégicos
- c) Adequação do investimento aos Pontos, Fortes, Fracos, Ameaças e Oportunidades, bem como à estratégia e objectivos do projecto:
  - i. Suficiente;
  - ii. Boa;
  - iii. Excelente.

Pontuado de acordo com a seguinte grelha:

- a), b), ciii): 5
- a), b), cii): 4
- a), b), ci): 2
- outras situações: 1

**A<sub>2</sub>. Grau de Inovação do projecto empresarial proposto**, tendo em vista a introdução de novos ou, significativamente melhorados, processos, produtos, métodos organizacionais ou marketing, ou introdução de melhorias tecnológicas.

**Projectos de todos os sectores à excepção do sector do Turismo**

A pontuação de **A<sub>2</sub>** é obtida de acordo com a grelha seguinte:

Prod/Serv/Proc/Mét	Nível	
	Sector/ Mercado/ Região/País	Empresa
Novos	5	4
Significativamente Melhorados	4	3,5
Melhorias tecnológicas	3,5	3
Outras Situações	1	

**Projectos do sector do Turismo**

No caso do sector do Turismo, consideram-se projectos inovadores os investimentos que correspondem à criação de empreendimentos, equipamentos ou serviços com carácter de inovação, com elevado perfil diferenciador ou por via da aplicação das mais modernas tecnologias. Nestas situações, a pontuação

do subcritério A2 corresponde à maior das pontuações obtidas numa das dimensões do projecto, de acordo com a grelha seguinte:

Dimensão	Inovação					
	Perfil Diferenciador			Modernas Tecnologias		
	Desenvolvimento de novos modelos de negócio e novos tipos de relacionamento com todos os utilizadores, ao nível do mercado global.					
Empreend/ Equip/ Serviços	Muito Elevado	Elevado	Médio	Muito Elevado	Elevado	Médio
Criação	5	4	2	5	5	2,5
Requalificação	4	3,5	1,5	4	4	1,5

## B. Impacto do Projecto na Competitividade da Empresa:

$$B = 0,50 B_1 + 0,50 B_2$$

**B<sub>1</sub>. Produtividade económica esperada do projecto**, medida através do seguinte indicador:

$$B_1 = \frac{(VAB_{Pós-Pr ojecto})}{(Vol.Negócios_{Pós-Pr ojecto})} \times 100$$

Situação Pós-projecto	Pontuação
$B_1 < 20\%$	1
$20\% \leq B_1 < 30\%$	3
$B_1 \geq 30\%$	5

Em que:

**VN** = Volume de Negócios = Vendas de Produtos+ Vendas de Mercadorias + Prestação de serviços;

**C** = Consumos Intermédios = Custo das Mercadorias + Custo das Matérias-Primas e Subsidiárias Consumidas + Fornecimentos e Serviços Externos + Impostos Indirectos

**VBP** = Volume de Negócios + Variação da Produção + Trabalhos para a própria empresa + Proveitos Suplementares + Subsídios à Exploração

**VAB** = VBP - Consumos Intermédios

**B<sub>2</sub>. Capacidade de penetração no mercado internacional**, medida pelo seguinte indicador:

$$B_2 = \left( \frac{\text{Vol.NegóciosInternacional}}{\text{Vol.Negócios}} \right)_{\text{Pós-Pr ojecto}} \times 100$$

<b>B<sub>2</sub></b>	<b>Pontuação</b>
<b>B<sub>2</sub> &lt; 10%</b>	1
<b>10% ≤ B<sub>2</sub> &lt; 20%</b>	2
<b>20% ≤ B<sub>2</sub> &lt; 30%</b>	3
<b>B<sub>2</sub> ≥ 30%</b>	5

**Nota:** O conceito de exportação (Vol. Negócios Internacional) inclui a Prestação de Serviços a não residentes e as vendas ao exterior indirectas (excluindo os

FSE). As vendas ao exterior devem estar devidamente relevadas na contabilidade da empresa.

Onde:

**VNI** = Volume de Negócios Internacional = Vendas de Produtos ao exterior + Vendas de Mercadorias ao exterior + Prestação de serviços ao exterior;

**Prestação de Serviços a não residentes** = Inclui alojamento, restauração e outras actividades declaradas de interesse para o Turismo.

**Vendas ao Exterior Indirectas** = Vendas a clientes no mercado nacional quando, posteriormente, estas são incorporadas e/ou revendidas para o mercado externo. Devem ser claramente identificados os diferentes intervenientes na cadeia de vendas (clientes exportadores).

### C. Contributo do projecto para a competitividade nacional

Face à integração do projecto numa Estratégia de Eficiência Colectiva aprovada, o contributo do projecto para a competitividade nacional é aferido ao nível da respectiva EEC, pela valia do Programa de Acção em que o projecto se insere e pontuado pela conversão numa escala entre 1 e 5 da pontuação que haja sido atribuída àquele Programa aquando da sua selecção pela Autoridade de Gestão do Programa Operacional Regional.

### D. Contributo do Projecto para a Competitividade Regional e para a Coesão Económica Territorial.

$$D = 0,40 D1 + 0,60 D2$$

- D<sub>1</sub>.** Adequação do projecto aos objectivos das estratégias regionais e contributo do projecto para a sustentação dos processos de convergência subregional, nos espaços regionais, e de convergência regional no espaço nacional.
- D<sub>2</sub>.** Contributo do projecto para a criação sustentável de riqueza e emprego no espaço regional de influência.

Publicado a 12 de Agosto de 2009