



GUIA DO CANDIDATO

CONVITE À APRESENTAÇÃO DE PROPOSTAS

Programas simples

para o cofinanciamento de ações de informação e de promoção executadas no mercado interno ou em países terceiros



Janeiro de 2016

Advertência

O presente documento destina-se a informar os candidatos potenciais ao cofinanciamento de ações de informação e de promoção relativas a produtos agrícolas. É apenas exemplificativo. Os modelos e formulários Web efetivos que se encontram no sistema em linha de apresentação de propostas do *Participant Portal* (a seguir designado por portal dos participantes) podem diferir deste exemplo. As propostas devem ser preparadas e apresentadas através do sistema de apresentação de propostas por via eletrónica do portal dos participantes.

PREFÁCIO

O presente guia tem por fim ajudá-lo a preparar e apresentar a proposta e a obter respostas às questões que lhe poderão surgir durante o processo.

Se subsistirem dúvidas, dispõe ainda das seguintes possibilidades:

- Informações sobre o registo ou outras questões relacionadas: Consultar o portal dos participantes em: <https://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/opportunities/index.html>
- Helpdesk sobre questões informáticas do portal dos participantes: os pedidos devem ser apresentados através do serviço de informações sobre investigação, no seguinte endereço: <http://ec.europa.eu/research/index.cfm?pg=enquiries>
- Relativamente a questões que não se prendem com informática: o Helpdesk da Chafea está disponível por correio eletrónico: CHAFEA-AGRI-CALLS@ec.europa.eu e telefone: +352-4301-36611. Este serviço de assistência está aberto nos dias úteis, das 9h30 às 12h00 e das 14h00 às 17h00; não funciona nos fins de semana e feriados.

Antes de contactar *Helpdesk* da CHAFEA, agradecemos que tente encontrar a informação na documentação que lhe é fornecida.

Se tiver sugestões ou comentários sobre como melhorar o presente guia, envie uma mensagem por correio eletrónico para o Helpdesk no seguinte endereço: CHAFEA-AGRI-CALLS@ec.europa.eu.

ÍNDICE

GLOSSÁRIO.....	1
1. APRESENTAÇÃO DE PROPOSTAS	2
1.1. PRINCIPAIS DOCUMENTOS	2
1.2. ETAPAS PREPARATÓRIAS.....	3
1.2.1. Inicie uma sessão no portal dos participantes utilizando a sua conta ECAS.....	3
1.2.2. Inscreva a organização no registo dos beneficiários.....	3
1.3. CANDIDATURA PARA UMA AÇÃO.....	4
1.3.1. Regime linguístico	4
1.3.2. Orientações gerais antes de elaborar a proposta	5
1.3.3. Papel e responsabilidade das diferentes entidades.....	6
1.3.4. Selecionar um convite à apresentação de propostas e um tema	7
1.3.5. Formulário de candidatura: Parte A — Informações administrativas	7
1.3.6. Formulário de candidatura: Parte B — Conteúdo técnico	10
1.3.7. Anexos	19
1.4. CONCLUSÃO DO PROCESSO DE APRESENTAÇÃO	23
1.4.1. Data-limite de apresentação	23
1.4.2. Aviso de receção	24
1.4.3. Como apresentar uma reclamação.....	24
2. AVALIAÇÃO E RESULTADOS.....	24
2.1. Panorâmica do processo de avaliação.....	25
2.2. Resultados	25
ANEXOS	26
Anexo I: Formulário de candidatura Parte A - versão anotada	26
Anexo II: Formulário de candidatura Parte A - modelo	26
Anexo III: Propostas metodológicas para o cálculo <i>ex post</i> do retorno	26
Anexo IV: Informações sobre a representatividade	26
Anexo V: Formulário de capacidade financeira	26
Anexo VI: Orçamento por atividades	26
Anexo VII: Informação adicional sobre os critérios de atribuição ..	26

GLOSSÁRIO

O **programa anual de trabalho** estabelece as prioridades estratégicas anuais do regime de promoção e é adotado pela Comissão Europeia em conformidade com o art. 8.º do Reg. (UE) 1144/2014 (ato de base do Parlamento Europeu e do Conselho, de 22 de outubro de 2014).

A **Agência de Execução para os Consumidores, a Saúde, a Agricultura e a Alimentação (CHAFEA)** gere a execução técnica e financeira da promoção dos produtos agrícolas, o Programa de Saúde da UE, o Programa Consumidores e a iniciativa «Melhor formação para uma maior segurança dos alimentos».

Um **(co)beneficiário** é uma entidade que recebe cofinanciamento da UE na sequência de uma candidatura com êxito a um dos programas cofinanciados pela UE e da assinatura da convenção de subvenção. No processo de candidatura, é feita referência ao(s) **candidato(s)** e/ou **participantes**. A expressão **entidade proponente** é utilizada tanto para os candidatos como para os beneficiários, em função da fase do processo.

As propostas de **programas simples** podem ser apresentadas por uma ou mais entidades proponentes do mesmo Estado-Membro.

Um programa individual é designado por **ação** e constituído por um conjunto coerente de **atividades**.

No caso de programas simples, é assinado um **contrato** entre as autoridades nacionais competentes e o(s) beneficiário(s), denominado **convenção de subvenção**.

Se uma ação envolver vários beneficiários/candidatos, estes devem assinar um **acordo de consórcio** para completar a convenção de subvenção; esse acordo não deve conter disposições incompatíveis com a convenção de subvenção.

O **pré-financiamento**, conforme indicado no contrato, é equivalente ao **adiantamento** referido nos textos legislativos.

Um **organismo de execução** é um organismo encarregado da execução das atividades do programa e tem um papel de **subcontratante**.

O **Participant Portal (portal dos participantes)** é o sítio Web que aloja a informação sobre o financiamento dos programas Horizonte 2020, entre outros programas da União, incluindo ações de promoção de produtos agrícolas.

A **conta ECAS** é o Serviço de Autenticação da Comissão Europeia. É um sistema que permite aceder a uma série de sítios Web e serviços em linha geridos pela Comissão.

O **Beneficiary Register (registo dos beneficiários)** é o registo em linha da Comissão Europeia dos beneficiários que participam na promoção dos produtos agrícolas e noutros programas da União Europeia.

O **código de identificação do participante (número PIC)** é um código de 9 dígitos recebido uma vez efetuado o registo em linha da entidade.

A **autoridade nacional competente** é o serviço responsável designado pelo Governo do Estado-Membro para a gestão da execução dos programas simples.

1. APRESENTAÇÃO DE PROPOSTAS

Nos convites à apresentação de propostas de ações de informação e de promoção utilizar-se-á o sistema de apresentação de propostas por via eletrónica originalmente criado para programas de investigação no âmbito de Horizonte 2020.

As propostas são obrigatoriamente apresentadas em linha através do sistema de apresentação de propostas por via eletrónica do portal dos participantes e antes da data-limite do convite.

O acesso ao sistema de apresentação de propostas por via eletrónica pode ser efetuado em:
<http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/opportunities/agrip/index.html>

Para qualquer pergunta sobre os instrumentos de apresentação de propostas por via eletrónica (senhas esquecidas, perfis e direitos de acesso, aspetos técnicos da apresentação de propostas, etc.), queira contactar o Helpdesk informático, criado para o efeito e acessível através do sítio Web portal dos participantes:

<http://ec.europa.eu/research/index.cfm?pg=enquiries>

A utilização do sistema de apresentação de propostas em linha requer determinados requisitos técnicos mínimos, que são descritos em:
<https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/wikis/display/ECResearchGMS/Minimum+Technical+Requirements> (acessível através da conta ECAS, ver capítulo 1.2.1).

1.1. PRINCIPAIS DOCUMENTOS

Antes de decidir apresentar uma proposta e preencher os vários formulários de candidatura, verifique se a sua organização, os produtos promovidos e a ação em si cumprem os critérios de elegibilidade. Verifique igualmente se as atividades planeadas e os países-alvo estão em conformidade com as prioridades enunciadas no convite à apresentação de propostas.

Deve começar por percorrer atentamente a documentação relevante, a saber:

- o Regulamento (UE) n.º 1144/2014 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 22 de outubro de 2014, relativo à execução de ações de informação e de promoção dos produtos agrícolas no mercado interno e em países terceiros, e que revoga o Regulamento (CE) n.º 3/2008 do Conselho,
- o Regulamento Delegado (UE) 2015/1829 da Comissão, de 23 de abril de 2015, que complementa o Regulamento (UE) n.º 1144/2014 do Parlamento Europeu e do Conselho relativo à execução de ações de informação e de promoção dos produtos agrícolas no mercado interno e em países terceiros,
- o Regulamento de Execução (UE) 2015/1831 da Comissão, de 7 de outubro de 2015, que estabelece regras de execução do Regulamento (UE) n.º 1144/2014 do Parlamento Europeu e do Conselho relativo à execução de ações de informação e de promoção dos produtos agrícolas no mercado interno e em países terceiros,

- a pertinente decisão de execução da Comissão sobre a adoção do programa de trabalho para o ano em causa, no quadro da execução das ações de informação e de promoção dos produtos agrícolas no mercado interno e em países terceiros,
- o convite à apresentação de propostas para programas simples.

Se subsistirem dúvidas, dispõe ainda das seguintes possibilidades:

- A apresentação sinóptica e as perguntas mais frequentes (FAQ) sobre a política de promoção, disponíveis em: <http://ec.europa.eu/agriculture/promotion/>
- As perguntas mais frequentes (FAQ) sobre a apresentação de propostas, disponíveis em: <http://ec.europa.eu/chafea/agri/faq.html>
- Autoridades nacionais competentes: os candidatos que preparam programas simples podem contactar as autoridades competentes dos respetivos Estados-Membros para informações adicionais sobre a base jurídica, o modelo de convenção de subvenção e a execução das ações. A lista das autoridades nacionais competentes está disponível em <http://ec.europa.eu/agriculture/promotion/member-states/>.

1.2. ETAPAS PREPARATÓRIAS

1.2.1. Inicie uma sessão no portal dos participantes utilizando a sua conta ECAS

Para utilizar o sistema de apresentação de propostas por via eletrónica, é necessário começar por criar uma conta de utilizador, a chamada conta ECAS.

Para isso, basta aceder ao portal dos participantes, clicando em:

<http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/funding/index.html>

Se ainda não possui uma conta de utilizador para o portal dos participantes: basta clicar em «REGISTER» (no canto superior direito do ecrã, junto de «LOGIN») e efetuar o registo em linha.

Se já possui uma conta de utilizador para o portal dos participantes: pode iniciar a sessão (clique em «LOGIN» no canto superior direito) e introduza as informações exigidas.

1.2.2. Inscreva a organização no registo dos beneficiários

A Comissão Europeia tem um registo em linha das organizações que participam em vários programas da UE, denominado *Beneficiary Register* (registo dos beneficiários). Este registo permite que os dados oficiais das diferentes organizações sejam tratados de forma coerente e evita repetições de pedidos das mesmas informações.

A conta ECAS permitir-lhe-á avançar para a etapa seguinte, a saber, o registo da sua organização se esta ainda não estiver registada. Pode verificar se a organização já consta do registo dos beneficiários, clicando em:

<http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/organisations/register.html>.

Se a organização não constar dessa página, e apenas nesse caso, inicie o processo de registo, clicando em «Register your organisation» (registre a sua organização).

Para completar o registo, deve fornecer informações sobre o estatuto jurídico da entidade. As informações pedidas devem ser apresentadas unicamente nas secções «Organisation data» (dados sobre a organização), «Legal address» (endereço legal) e «Contact information» (informações de contacto). As outras secções não dizem respeito aos programas simples.

Não é necessário completar o processo de registo numa única sessão. Pode introduzir algumas informações, salvaguardá-las e prosseguir mais tarde na página **My Organisations** (minhas organizações) da secção My Area (meu espaço).

Concluído o registo, receberá um **código de identificação do participante constituído por 9 dígitos (número PIC)**. Para continuar a preencher a parte A da candidatura, precisa dos números PIC do coordenador e de todos os outros beneficiários (mas não dos subcontratantes).

A pessoa que regista a organização, denominada «self-registrant», pode atualizar e corrigir informações na página **My Organisations** (minhas organizações) da secção My Area (meu espaço).

É de assinalar que os projetos de registo incompletos são automaticamente apagados passado um ano.

1.3. CANDIDATURA PARA UMA AÇÃO

Depois de ter selecionado um convite e um tema, pode criar o projeto de proposta. Para obter instruções passo a passo, pode consultar o seguinte endereço:

<https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/wikis/display/ECResearchGMS/Step+3+Create+a+Draft+Proposal>

Queira notar que tem a possibilidade de salvar a proposta e retomá-la mais tarde. Para instruções sobre o modo de o fazer, queira utilizar a seguinte ligação:

<https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/wikis/display/ECResearchGMS/Step+5+Edit+and+Complete+Proposal>.

1.3.1. *Regime linguístico*

As propostas podem ser apresentadas em qualquer das línguas oficiais da União Europeia. No entanto, quando da preparação das propostas, os candidatos devem ter em conta que os contratos serão geridos pelos Estados-Membros. Por conseguinte, os candidatos são incentivados a apresentar a proposta na(s) língua(s) do Estado-Membro de origem da(s) entidade(s) proponente(s), a menos que o Estado-Membro em causa tenha acordado em assinar o contrato em inglês¹.

¹ Informação disponível em: <http://ec.europa.eu/agriculture/promotion/member-states/>

Como o sistema de apresentação de propostas por via eletrónica suporta apenas formulários em inglês, o presente guia inclui uma tradução de todos os formulários (anexos I e II) que pode servir de referência quando da digitalização dos dados nos formulários de candidatura em linha.

São também indicados requisitos específicos, onde necessário, no capítulo 1.3.7 do presente guia.

Além disso, para facilitar o exame das propostas por peritos independentes que prestem apoio técnico à avaliação, recomenda-se que a parte técnica (parte B) da proposta seja acompanhada de uma tradução em inglês se for redigida noutra língua oficial da UE.

1.3.2. Orientações gerais antes de elaborar a proposta

O convite à apresentação de propostas deverá ser altamente competitivo. Um elemento menos bom numa proposta considerada boa sob todos os outros aspetos pode baixar a pontuação global, impedindo a sua recomendação para financiamento da UE.

Com isto em mente, aconselhamo-lo a refletir sobre os seguintes aspetos, antes de elaborar uma proposta:

- Pertinência: certifique-se de que a proposta que tenciona apresentar diz efetivamente respeito ao tema indicado no convite à apresentação de propostas. As propostas não abrangidas pelo âmbito deste serão rejeitadas dado que não atingirão o nível mínimo do critério de atribuição pertinente.
- Exaustividade: certifique-se de que a proposta que tenciona apresentar inclui todas as informações pertinentes e abrange todos os aspetos referidos nos critérios de atribuição, no modelo de proposta e no presente guia, uma vez que será avaliada unicamente em função do conteúdo apresentado. Siga escrupulosamente o formato do modelo da parte B e certifique-se de que todas as informações pedidas são carregadas. Não se esqueça de que quantidade não significa qualidade: as boas propostas são redigidas de forma clara e são fáceis de compreender e acompanhar; são precisas e concisas e centram-se na substância. Tenha em conta que existe um limite de páginas para a parte B da proposta (ver capítulo 1.3.6 para mais pormenores) e que para além desse limite, o texto será identificado com uma marca de água e ignorado pelos avaliadores.
- Orientação para os resultados e impacto: as boas propostas mostram claramente os resultados que serão obtidos e incluem um estudo de avaliação sólido e credível - que deve ser realizado por um organismo externo independente — que se centra no processo de avaliação e procura, especialmente, resultados, como descrito na informação adicional sobre os critérios de atribuição (anexo VII).

É de assinalar que as propostas serão avaliadas com base nas informações fornecidas aquando da apresentação (consultar igualmente o capítulo 2).

1.3.3. Papel e responsabilidade das diferentes entidades

A execução de uma ação pode envolver diversas entidades, e cada uma delas tem um papel e responsabilidade diferentes:

- O coordenador é, nomeadamente, a entidade responsável pelas seguintes tarefas:
 - Apresentar a proposta em nome de todas as entidades proponentes em causa;
 - Verificar se a ação é executada corretamente;
 - Atuar como intermediário em todas as comunicações entre os beneficiários e a autoridade nacional competente, salvo especificação em contrário;
 - Solicitar aos cocandidatos/cobeneficiários quaisquer documentos ou informações exigidos pela autoridade nacional competente, examiná-los e verificar a sua exaustividade e exatidão antes de os enviar;
 - Apresentar as prestações concretas e os relatórios durante a execução da ação à autoridade nacional competente;
 - Garantir todos os pagamentos aos cobeneficiários em tempo útil;
 - Informar a autoridade nacional competente dos montantes pagos a cada cobeneficiário, quando necessário.

É de referir que o coordenador não pode subcontratar as tarefas acima mencionadas.

- Os outros beneficiários/candidatos são nomeadamente responsáveis pelas seguintes tarefas:
 - Manter atualizadas as informações armazenadas no registo de beneficiários (no sistema de intercâmbio eletrónico de dados),
 - Informar imediatamente o coordenador de quaisquer acontecimentos ou circunstâncias suscetíveis de afetar significativamente — ou de atrasar — a execução da ação,
 - Apresentar ao coordenador em tempo útil:
 - Demonstrações financeiras individuais e, se necessário, os certificados das demonstrações financeiras,
 - Os dados necessários para a elaboração dos relatórios,
 - Quaisquer outros documentos ou informações exigidos pela autoridade nacional competente, pela Agência ou pela Comissão, a menos que se exija que o beneficiário apresente as informações diretamente à autoridade nacional competente, Agência ou Comissão.
 - Além disso, quando vários beneficiários/candidatos estão envolvidos numa ação, é necessário assinar um **acordo de consórcio** para completar a convenção de subvenção. Esse acordo pode assumir diversas formas, sendo a mais comum um acordo escrito convencional. Para orientações sobre os acordos de consórcio, pode consultar o manual em linha e o documento *Guidance — How to draw up your*

consortium agreement (Como celebrar um acordo de consórcio), acessível no seguinte endereço:

- http://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/other/gm/h2020-guide-coord-a_en.pdf.

- Subcontratante(s)
 - o Não são partes na convenção de subvenção e não têm uma relação contratual com as autoridades nacionais competentes;
 - o Os organismos de execução referidos no art. 13.º do Regulamento (CE) n.º 1144/2014 são considerados subcontratantes;
 - o Devem ser selecionados de modo a assegurar a melhor relação qualidade/preço ou, se adequado, o preço mais baixo², bem como a inexistência de conflitos de interesses. Os candidatos/beneficiários considerados «organismos de direito público» devem respeitar a legislação nacional em matéria de contratos públicos que transpõe as Diretivas 2004/18/CE ou 2014/24/UE;
 - o Podem ser diretamente atribuídos subcontratos a entidades que tenham um vínculo estrutural com o beneficiário (por exemplo, vínculo jurídico ou financeiro), mas apenas se o preço proposto ao beneficiário se limitar aos custos reais suportados pela entidade que presta o serviço (ou seja, sem qualquer margem de lucro).

1.3.4. Selecionar um convite à apresentação de propostas e um tema

Refira-se que só pode aceder ao sistema de apresentação de propostas por via eletrónica depois de selecionar um convite à apresentação de propostas e um tema.

Para uma descrição pormenorizada sobre como fazê-lo, consultar:

<https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/wikis/display/ECResearchGMS/Steps+1+and+2+Logging+in+and+Selecting+a+Topic>

1.3.5. Formulário de candidatura: Parte A — Informações administrativas

A parte A inclui campos de informações obrigatórias, listas de controlo e declarações a preencher e deve ser preenchida diretamente através do instrumento de apresentação de propostas por via eletrónica.

Um modelo do formulário da parte A consta do anexo I, juntamente com instruções específicas para cada campo a preencher.

² Não aplicável aos organismos de execução.

As instruções seguintes dizem respeito aos pedidos apresentados por vários candidatos com um coordenador. Se não for o caso, a referência ao coordenador é aplicável ao candidato único.

Refira-se que, a fim de preencher a parte A e no caso de ações apresentadas por vários candidatos:

- **o coordenador é responsável pela apresentação do pedido,**
- **todos os outros candidatos (não os subcontratantes) devem estar inscritos no registo dos beneficiários e comunicar o PIC ao coordenador,**
- **todos os candidatos devem ter realizado uma auto-verificação da viabilidade financeira, clicando em:**
<http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/organisations/lfv.html>
- **o coordenador deve dispor do orçamento da ação por candidato.**

Secção 1: Informações gerais

Na presente secção, deve indicar o acrónimo, o título da proposta, a duração, as palavras-chave livres, bem como um resumo da proposta em **inglês**.

A subsecção «Declarações» contém ainda um certo número de declarações de honra a apresentar pelo coordenador, clicando nas casas correspondentes. Essas declarações têm por objetivo confirmar o cumprimento de diferentes critérios fixados no âmbito do quadro jurídico.

Se a proposta for selecionada para financiamento da UE, antes de a convenção de subvenção ser assinada os candidatos deverão assinar uma declaração sob compromisso de honra relativa aos critérios de exclusão.

Se lhe pedimos para efetuar uma auto-verificação da sua capacidade financeira e para assinalar a casa correspondente, é para que, se se afigurar que a sua capacidade financeira é fraca, apresente, na seção 8 da parte B, uma explicação pormenorizada sobre as fontes de financiamento necessárias à execução da ação. O resultado não deve dissuadi-lo de apresentar a proposta.

Secção 2: Dados administrativos sobre a(s) entidade(s) proponente(s)

O coordenador digitalizará o código PIC da sua organização e de qualquer outro candidato (cf. capítulo 1.2.2 do presente guia). Uma parte dos dados administrativos será automaticamente preenchida após a digitalização do código PIC.

Refira-se que só as organizações estabelecidas num Estado-Membro da UE são elegíveis. Se vários candidatos apresentarem conjuntamente uma proposta, todos eles devem estar estabelecidos no mesmo Estado-Membro, dado que o presente guia diz respeito ao convite à apresentação de propostas para programas simples.

O coordenador terá então a possibilidade de dar acesso a outras pessoas de contacto de outros candidatos selecionados na etapa anterior. Para a concessão de direitos de acesso a uma pessoa de contacto para uma determinada proposta, o endereço de correio eletrónico dessa pessoa (o utilizado na conta ECAS) serve

de principal identificador. O coordenador terá igualmente que definir o nível de direitos de acesso de cada pessoa de contacto (acesso total ou unicamente direitos de leitura).

O coordenador (ou a pessoa com a respetiva delegação) deverá indicar os dados de contacto de cada candidato.

Secção 3: Orçamento

Nesta secção, deve preencher um quadro recapitulativo do orçamento:

3 - Budget for the proposal

No	Participant	Country	(A) Direct personnel costs	(B) Direct costs of subcontracting	(C) Other direct costs	(D) Indirect costs (4% on A)	Total costs	Reimbursement rate (%) ¹	Maximum EU contribution	Requested Grant ^{2,3}	Income generated by the action	Financial contributions given by third parties to the beneficiary	Action's total receipts
			(a)	(b)	(c)	(d) = 0.04 * (a)	(e) = (a)+(b)+(c)+(d)	(f)	(g) = (e)*(f)	(h)	(i)	(j)	(m) = (i) + (j)
1			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	0,00	0,00		
Total			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	0,00	0,00		

All costs are to be presented in EUR.

As células brancas devem ser preenchidas pelo coordenador; as cinzentas são automaticamente preenchidas ou calculadas pelo sistema; as pretas não podem ser preenchidas.

Cada linha do quadro orçamental representa a despesa total estimada para cada candidato.

Os custos elegíveis são os seguintes:

- Custos diretos de pessoal (coluna a): apenas custos de pessoal dos candidatos;
- Custos diretos de subcontratação (coluna b): todas as faturas dos organismos de execução e quaisquer outros subcontratantes; devem também ser aqui incluídos os custos de subcontratação gerados pelas entidades com um vínculo estrutural com o beneficiário (contratos atribuídos sem margem de lucro — consultar o capítulo 1.1.3 *supra*);
- Outros custos diretos (coluna c): custos suportados pelos candidatos, não ligados ao pessoal nem aos custos de subcontratação, nomeadamente as despesas de deslocação, o certificado de auditoria, a garantia de pré-financiamento, equipamentos e custos gerados para adquirir outros bens e serviços;
- Custos indiretos (coluna d): estes custos são calculados pelo sistema.

É favor consultar o Regulamento Delegado (UE) 2015/1829 da Comissão para uma descrição pormenorizada dos custos elegíveis. Os custos devem ser discriminados no orçamento individual pormenorizado, na parte B, secção 6, da candidatura.

Certifique-se de que o montante de cada categoria de custos e os totais da parte A são iguais aos montantes correspondentes apresentados no orçamento individual pormenorizado na parte B da candidatura. Os montantes são calculados mediante o preenchimento do anexo VI «Orçamento por atividades» (ver capítulo 1.3.7).

A contribuição máxima da UE na coluna (g) é calculada multiplicando o custo total (e) pela taxa de reembolso (f). Esta é preenchida automaticamente pelo sistema em função do Estado-Membro do(s) candidato(s). O convite à apresentação de propostas enumera os Estados-Membros que beneficiam de assistência financeira aquando da sua publicação, aos quais se aplica uma taxa de reembolso mais elevada.

Os candidatos devem também estimar se da ação podem resultar receitas (por exemplo, venda de equipamento utilizado numa ação, venda de publicações, custos de conferência, etc.). Esse montante deve ser inscrito na coluna (i).

É favor notar que, por razões de simplificação do quadro orçamental, não é necessário declarar a contribuição dos candidatos. A «contribuição do candidato» é implicitamente considerada como sendo a diferença entre os custos elegíveis totais estimados (e) e a contribuição da UE pedida (h), subtraída do rendimento gerado pela ação (i).

Secção 4: Informações relativas à ação

Os países-alvo da proposta devem ser indicados na presente secção. Além disso, deve referir-se o regime a promover e o(s) produto(s) a utilizar para o ilustrar. Podem ser selecionados vários produtos. Só podem ser objeto de uma ação de promoção ou de informação ou utilizados para ilustrar o regime promovido os produtos elegíveis em conformidade com o art. 5.º do Regulamento 1144/2014.

Selecione cuidadosamente um ou mais países, regimes e produtos-alvo elegíveis a título do tema selecionado. O convite à apresentação de propostas contém os países, regimes e produtos-alvo elegíveis sob os diversos temas.

1.3.6. Formulário de candidatura: Parte B — Conteúdo técnico

A parte B diz respeito ao conteúdo técnico da proposta. Para facilitar a sua preparação, os candidatos devem utilizar o **modelo de formulário previsto no anexo II** do presente guia e seguir as instruções específicas dadas no presente capítulo.

É importante preencher todas as secções predefinidas e responder às questões mencionadas no presente documento, que se destinam a orientar os candidatos na preparação de uma proposta e cobrem todos os aspetos importantes desta. Tal permitirá aos peritos independentes efetuar uma apreciação eficaz, tendo em conta os critérios de atribuição.

Pode apresentar a sua proposta em qualquer instrumento de processamento de texto. No entanto, uma vez concluída a proposta, só a poderá carregar no sistema de apresentação de propostas por via eletrónica em **formato PDF**.

É de notar que o número de páginas autorizado para esta parte é limitado: uma vez preenchida, a parte B não pode ter mais de 70 páginas.

Por conseguinte, todos os quadros devem ser incluídos neste limite, sendo o tamanho mínimo dos caracteres permitido de 11 e a página de formato A4, devendo todas as margens (superior, inferior, esquerda, direita) ter, no mínimo, 15 mm (excluindo rodapés e cabeçalhos).

Se tentar carregar uma proposta que exceda o limite especificado antes da data-limite para apresentação, receberá um aviso automático que recomenda que encurte e volte a carregar a proposta.

As páginas a mais serão marcadas com uma marca de água e não serão tidas em conta.

Uma vez finalizada a proposta, de acordo com as indicações *infra* e com base no modelo fornecido no anexo II, converta-a em PDF e carregue-a no sistema de apresentação de propostas por via eletrónica, como «Parte B»:

LOGIN FUNDING SCHEME CREATE DRAFT PARTIES EDIT PROPOSAL SUBMIT

Step 5

Edit Proposal

TEST MODE

AGRI-SIMPLE-2016

USER NAME

TOPIC
SIMPLE-04-2016

TYPE OF ACTION
AGRI-SIMPLE-TC

ACRONYM
Test_Simple_TC

DRAFT ID | SEP-202540615

THU 28 DEADLINE (Brussels Local Time)
April 2016 17:00:00

94 days left until closure

Configuration OK ✓

Download Part B Templates ↓

Visit our 'How to' user guide ↗

Visit our 'H2020 Online Manual' ↗

Edit Proposals' Forms

In this step you can edit the administrative forms and upload the proposal itself. ?

WARNING: This proposal contains changes that have not yet been submitted...

Administrative Forms

Edit will open the forms in Adobe Reader. ?

edit forms view history print preview

Part B and Annexes

In this section you may upload the technical annex of the proposal (in PDF format only) and any other requested attachments. ?

Part B Project Proposal	upload	✗ ?
Legal Entity information	upload	✗ ?
Information on representativeness	upload	✗ ?
Information on financial capacity	upload	✗ ?
Audit report	upload	? ?
Identical text of Part B in English	upload	? ?
Budget by activity	upload	✗ ?

<< Step 4 - Parties validate submit

Note que até ao final do prazo de apresentação poderá substituir uma proposta já carregada sempre que o desejar. Certifique-se de que a versão final é carregada até à data-limite.

A parte B deve incluir as seguintes secções:

Secção 1: Apresentação da(s) entidade(s) proponente(s)

Apresentar brevemente a(s) sua(s) organização(s) (sem repetir as informações já fornecidas na parte A do formulário de candidatura), o setor de produtos representado e os seus membros. Pode incluir informações sobre a estrutura do setor, o número de empresas, o volume de negócios e dados relacionados com o emprego.

Queira notar que as informações sobre a representatividade da organização no seu Estado-Membro para o(s) setor(es) de produto(s) em causa devem ser

apresentadas sob forma de anexo, utilizando o modelo fornecido no portal dos participantes. O anexo preenchido deve ser carregado separadamente na rubrica respetiva (ver também o capítulo 1.3.7 do presente guia).

Secção 2: Produtos/regimes e análise do mercado

A análise apresentada na presente secção serve de base para a definição dos objetivos e estratégia de ação.

Queira indicar os produtos ou regimes que serão promovidos ou relativamente aos quais serão comunicadas informações através da ação. Se aplicável, indique o(s) código(s) NC³ dos produtos.

Queira fornecer as informações necessárias para descrever o mercado e/ou a situação do mercado-alvo em termos de sensibilização, respondendo a perguntas como:

Oferta:

- Qual é a estrutura do mercado nos países-alvo e como é que a sua organização está nele posicionada?
- Qual a posição de mercado dos produtores da UE do mesmo setor de produtos?
- Qual a posição dos produtores da UE em comparação com concorrentes de países terceiros?
- Que desafios enfrentam os produtores da UE?
- Quais são os seus principais concorrentes?
- Quais são as suas estratégias de comercialização?
- Quais são as vantagens concorrenciais dos produtores da UE?
- Quais são as vantagens concorrenciais da entidade proponente?
- Quais são os problemas de logística? Descreva brevemente os principais canais de distribuição.
- **No caso de países terceiros**, dê informações pormenorizadas sobre os direitos de importação (se for caso disso) e medidas sanitárias ou fitossanitárias em vigor.

Procura:

- Quais são as características, demografia, perfis socioprofissionais e tipologia dos atuais consumidores?
- Quais são as tendências no consumo a médio prazo?

Se a ação se destina a aumentar a sensibilização:

- Em que medida estão os consumidores sensibilizados atualmente?
- O que há a melhorar e quais são os desafios?
- Em que segmentos é maior/menor o conhecimento?

³ Podem encontrar-se informações complementares sobre os códigos NC na seguinte página Web: http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/customs_duties/tariff_aspects/combined_nomenclature/index_en.htm

Apresente um resumo dos relatórios disponíveis sobre estudos de mercado e/ou o conhecimento dos consumidores nos mercados-alvo. Se possível, remeta para relatórios disponíveis ao público.

Pode também ser apresentada uma **análise SWOT** simples.

Se estiverem em curso ou tiverem sido recentemente concluídas ações semelhantes, queira indicar:

- a) O nome, a duração e os mercados-alvo da ação ou ações semelhantes;
- b) Os resultados obtidos, se forem conhecidos aquando da apresentação da proposta.

Secção 3: Objetivos da ação

Com base na secção anterior, especifique os objetivos da ação em termos de metas concretas e quantificadas.

Os objetivos devem ser **SMART** (específicos, mensuráveis, realizáveis, centrados nos resultados e calendarizados):

- **Específicos:** os objetivos devem ser precisos, para serem compreendidos sem ambiguidade.
- **Mensuráveis:** os progressos para a realização dos objetivos devem poder ser medidos com base num conjunto predefinido de indicadores quantificáveis.
- **Realizáveis:** os objetivos devem ser realistas.
- **Centrados nos resultados:** os objetivos devem medir resultados, não atividades.
- **Calendarizados:** os objetivos devem ter um calendário claro, uma data-limite até à qual devem ser atingidos.

A elaboração de objetivos SMART será facilitada por recomendações para a avaliação dos resultados da ação. Tal garante ainda a coerência entre a avaliação *ex post* da ação e os objetivos fixados nesta fase.

Devem ser descritos até 3 grandes objetivos da ação (referidos como indicadores de impacto no ato de execução e na secção 7 do presente capítulo). O impacto esperado da maior parte das ações de promoção deve poder ser estimado através de um ou dos dois indicadores de impacto seguintes. Relativamente às ações para as quais estes indicadores não são adequados, devem ser encontradas alternativas justificadas.

Para as ações que visam um rendimento económico, por exemplo as destinadas a aumentar a quota de mercado dos produtos da UE, o rendimento deve ser estimado em valor monetário absoluto, ou seja, valor em EUR. Da mesma forma que no caso da abordagem da avaliação pós-ação, o objetivo quantificado deve procurar excluir as influências externas, a fim de identificar o(s) efeito(s) diretamente imputáveis à ação. Esta estimativa deverá ir mais longe do que uma simples comparação entre os valores antes e depois da campanha. Deve, por exemplo, ter em conta as tendências do mercado que mesmo sem a ação teriam existido. Para mais informações sobre os métodos que podem ser utilizados para calcular estes valores, queira consultar o anexo III do presente guia.

Para as ações que visam resultados em termos de informação, por exemplo as destinadas a suscitar uma maior sensibilização, deve quantificar-se o respetivo

impacto esperado no número de pessoas que adquiriram novos conhecimentos/mudaram de opinião. O indicador de impacto em termos de sensibilização reside no número de pessoas que efetivamente tomaram conhecimento. O anexo III do presente guia fornece mais informações sobre os requisitos metodológicos.

Os pontos seguintes também devem ser tidos em conta aquando da definição dos objetivos da ação:

- Qual a relação entre os objetivos da ação e os objetivos do regime de promoção enumerados nos artigos 2.º e 3.º do Regulamento 1144/2014? Os objetivos estão alinhados com as prioridades definidas no programa anual de trabalho?
- Como é que os objetivos se prendem com a mensagem principal da União descrita na secção seguinte? Quais os riscos associados à realização dos objetivos da ação?
- A ação terá um impacto no emprego? Se pertinente, indicar o número estimado de postos de trabalho mantidos/criados pela ação. Queira utilizar um cenário de base para avaliar o impacto da ação, em comparação com um cenário em que a ação não teria tido lugar.
- Se tiverem sido recentemente realizadas ações similares, como é que os objetivos da proposta se prendem com os resultados das ações anteriores?

Secção 4: Estratégia de ação

Com base na análise do mercado apresentada na secção 2, descreva de que forma pretende alcançar os objetivos da ação.

Queira precisar o seguinte:

- Enumere e descreva os grupos-alvo da ação. De que forma pode a estratégia ser adaptada a cada um deles e como serão atingidos através de diferentes atividades e canais da ação?
- De que modo são as atividades escolhidas à luz dos objetivos?
- Se a ação visar mais de um país, como é que a estratégia será adaptada aos diferentes mercados-alvo?
- A ação é concebida para completar outras atividades privadas ou públicas executadas pela(s) entidade(s) proponente(s) ou por outras partes interessadas nos mercados visados? Como assegurar as sinergias com tais atividades?
- Se a ação promover ou informar acerca de um regime, será esse regime ilustrado por um produto?

Descreva a estratégia de comunicação. Quais serão as mensagens-chave utilizadas? Descreva de que forma é cumprido o requisito de veicularem uma mensagem principal da União.

Mensagens específicas (facultativo)

1. As mensagens farão referência à origem dos produtos? Caso afirmativo, de que forma (ver as regras relativas à referência à origem estabelecidas nos art. 2.º a 4.º do Regulamento 2015/1831)?

2. Pretende exibir marcas (ver as condições ao abrigo das quais as marcas podem ser promovidas, enumeradas no Regulamento 2015/1831 (art. 6.º, 7.º e 8.º)? Quantas marcas serão referidas?
- Em conformidade com art. 5.º, n.º 4, do Regulamento 2015/1831, justifique por que razão a referência a marcas é necessária para a realização dos objetivos e indique em que medida essa referência não diluirá a mensagem principal da União.
 - Se forem exibidas menos de 5 marcas, apresente uma justificação que satisfaça os seguintes requisitos:
 - a) O Estado-Membro de origem da entidade proponente possui menos marcas para o produto ou regime objeto da ação;
 - b) Por razões devidamente justificadas, não foi possível organizar uma ação multiprodutos ou multipaíses que permita exibir mais marcas. Neste caso, os candidatos devem apresentar uma justificação adequada e informações relevantes, incluindo a lista de outras entidades proponentes contactadas e que entidade proponente em causa tenha convidado a preparar uma ação multiprodutos ou multipaíses, indicando as razões pelas quais essa ação não foi proposta.

Secção 5: Dimensão da ação à escala da UE

Descreva os benefícios que a ação permitirá obter ao nível da UE, justificando assim o cofinanciamento da UE. Como é que outros produtores da UE beneficiam da ação?

Qual a dimensão da ação à escala da UE, em termos de:

- difusão de informações sobre as normas de produção europeias, normas de qualidade e segurança aplicáveis aos produtos alimentares europeus, práticas e cultura alimentar europeia,
- sensibilização do grande público e dos profissionais para os produtos europeus,
- criação de sinergias entre organizações em mais do que um Estado-Membro,
- promoção da imagem dos produtos europeus nos mercados internacionais.

Secção 6: Descrição das atividades e análise das situações orçamentais

A descrição deve incluir uma apresentação concisa das atividades e a análise pormenorizada do orçamento correspondente. Devem ser indicados os custos estimados pelo menos ao nível das prestações concretas. Por «prestação concreta» entende-se o resultado material de uma atividade, por exemplo, um seminário, folheto, ação num ponto de venda, etc. Quanto ao nível de pormenor da apresentação das atividades e do orçamento, para uma atividade específica deve responder-se às seguintes questões: quem, o quê, quando, onde, porquê.

Por exemplo, no caso de seminários, o nível de pormenor deve cobrir pelo menos o custo total por seminário. Se no primeiro ano de execução da ação teve de ser organizada uma série de seminários, é importante definir o público-alvo, o período e as cidades em que os eventos serão organizados, o número de participantes, o tipo de local escolhido, o resultado esperado, etc.

Como em relação às campanhas de comunicação social, a apresentação deve especificar o orçamento total investido na produção e distribuição de anúncios publicitários (ou seja, compra de espaço nos meios de comunicação social), bem como o calendário da campanha. Não é necessário precisar nomes de publicações e estações de televisão. Em contrapartida, devem ser prestadas informações do tipo «Gross Rating Points» (GRP) para dar uma indicação da dimensão da campanha.

Os candidatos devem também indicar quem porá em prática cada atividade — organismos de execução, subcontratantes sem margem de lucro, outros subcontratantes ou a entidade proponente (no caso de várias entidades proponentes, precisar a repartição entre elas das atividades a executar).

Modelo para a descrição das atividades:

Denominação da atividade			
Objetivos específicos	Que indicadores de resultado estão relacionados com esta atividade?		
Descrição da atividade	Apresente uma descrição sucinta da atividade, incluindo a sua relação com a estratégia de ação, grupos-alvo da atividade, etc.		
	ANO 1	ANO 2	ANO 3
Prestações concretas	Para cada ano da ação, enumere as prestações concretas (através de indicadores de realização) da ação; o pagamento estará associado às prestações concretas.		
Análise do orçamento	<ul style="list-style-type: none"> - O orçamento deve estar ligado às prestações concretas resultantes da ação; este facto deve ficar claro na análise orçamental. - Forneça estimativas de custos, pelo menos a nível de cada prestação. 		
Execução	Quem irá executar a atividade?		

Exemplo:

Denominação da atividade	Serviço de Imprensa		
Objetivos específicos	30 jornalistas presentes na conferência de imprensa, 20 artigos publicados gratuitamente na sequência da conferência de imprensa e um comunicado de imprensa no valor de 40 000 EUR		
Descrição da atividade	Descrever pormenorizadamente as tarefas do Serviço de Imprensa		
	ANO 1	ANO 2	ANO 3
Prestações concretas	1 conferência de imprensa, 1 dossiê de imprensa, 2 comunicados de imprensa, relatório de	2 comunicados de imprensa, relatório de recortes de	2 comunicados de imprensa, relatório de recortes de

	recortes de imprensa	imprensa	imprensa
Análise do orçamento	Conferência de imprensa para 30 jornalistas: 5 000 EUR Elaboração e distribuição de 2 comunicados de imprensa, acompanhamento junto dos meios de comunicação social: 1 000 EUR Trabalho contínuo com a imprensa: 50 dias-homem, xxx EUR/dias-homem ...		
Execução	Organismo de execução X		

Chama-se a atenção para a necessidade de anexar à proposta o orçamento da ação global por tipo de atividade, utilizando o modelo fornecido. Para mais informações sobre o modelo específico, ver o capítulo 1.3.7 do presente guia.

Secção 7: Medição dos indicadores de resultados e de ação

Defina uma lista de indicadores de resultados e de **impacto** (para uma lista de exemplos, ver art. 22 e anexo I do ato de execução). Os indicadores de impacto **devem ser idênticos ou estreitamente ligados aos objetivos SMART da ação**.

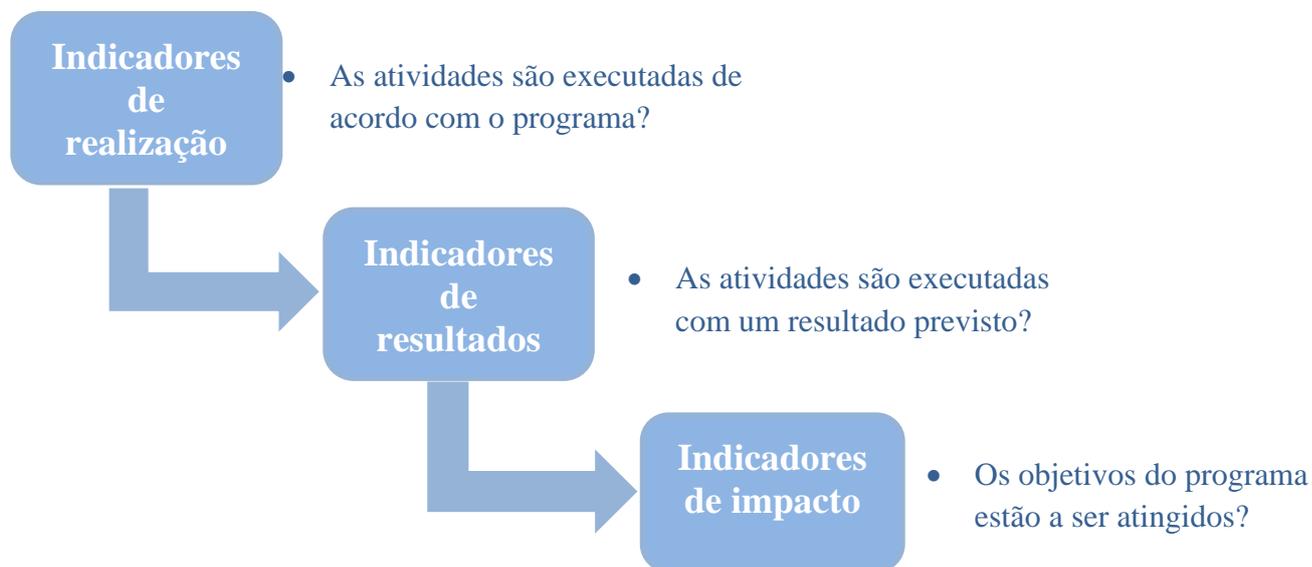
Descreva em pormenor a metodologia para medir a realização dos objetivos da ação. Precise o momento em que cada avaliação será efetuada (por exemplo: no final de cada ano de ação; no final da ação). Entre tais pormenores, incluem-se, por exemplo, a dimensão da amostra no caso de estudos, o modo de definição do cenário de base no caso do cálculo do rendimento económico, etc.

O anexo III do presente guia apresenta exemplos de métodos que podem ser utilizados para medir a sensibilização global sugerida e indicadores de impacto económico. Para a medição podem ser utilizados outros métodos. No entanto, o objetivo dos métodos propostos é fixar uma qualidade mínima das avaliações e alinhar as avaliações e a fixação dos objetivos de diferentes ações.

Além disso, deve avaliar-se o conjunto de objetivos específicos (indicadores de resultados a que se refere o ato de execução) fixado para cada grupo de atividades descritas em conformidade com a secção 6. Se for caso disso, incluir uma diferenciação por grupo-alvo e/ou mercado-alvo.

A avaliação dos resultados da ação não deve incidir apenas na boa execução desta. Uma ação executada de acordo com o plano pode contudo ter um impacto limitado. Por exemplo, a distribuição de 10 000 brochuras aos visitantes durante as degustações de produtos em pontos de venda confirma que a atividade foi executada de acordo com a proposta, mas não prova que os objetivos da ação foram atingidos; tal prova será dada pelas alterações em matéria de sensibilização ou pelo aumento das vendas. O número de brochuras distribuídas constitui um indicador de realização.

A relação entre os indicadores de realização, de resultados e de impacto pode ser representada do seguinte modo:



Resuma os indicadores de impacto, de resultados e de realização conforme indicado no quadro *infra*:

Tipo de indicador	Indicador	Quantidade
<i>Realização</i>	<i>N.º de mensagens transmitidas pelos canais de televisão</i>	<i>50</i>
<i>Resultado</i>	<i>N.º de exposições geradas graças a essas mensagens</i>	<i>20 000 000</i>
<i>Impacto</i>	<i>Mudança em termos de sensibilização — N.º de pessoas que efetivamente tomaram conhecimento/mudaram de opinião</i>	<i>2 000 000</i>

Secção 8: Organização da ação e estrutura de gestão

Nesta secção, os candidatos devem demonstrar possuir as competências e qualificações profissionais necessárias para realizar a ação.

Para as comprovar, deve ser facultada a seguinte informação:

- Perfil geral (qualificação e experiência) do pessoal do candidato a quem incumbe a principal responsabilidade pela gestão e execução da ação proposta;
- Relatório de atividade da(s) entidade(s) proponente(s) ou uma descrição das atividades executadas no âmbito dos domínios operacionais elegíveis para cofinanciamento.

Nos casos em que os candidatos proponham executar certas partes da proposta, devem provar possuir pelo menos três anos de experiência na execução de ações de informação e de promoção.

Devem também ser incluídos os seguintes elementos:

- Descreva como vai assegurar a execução da ação no prazo e orçamento previstos, bem como a realização dos seus objetivos.
- Quais são os mecanismos de controlo da qualidade? Em caso de desempenho insuficiente pelo organismo de execução, como vai a entidade proponente assegurar que a ação é executada como previsto?
- Descreva a gestão de riscos a pôr em prática: quais são os riscos associados à execução da ação (por exemplo, em relação a determinadas incertezas relacionadas com países terceiros visados)? Como serão abordados os riscos, que medidas de atenuação serão postas em prática?
- Como será financiada a ação? Os candidatos devem indicar e comentar o resultado da auto-verificação da viabilidade financeira⁴. Em especial, se o resultado for «fraco», explicar como será introduzida liquidez (além do pré-financiamento), por exemplo, através de fundos próprios ou de empréstimos bancários.

Secção 9: Informações adicionais

Mencione eventuais informações adicionais que considere pertinentes.

1.3.7. Anexos

Os anexos que se seguem devem ser carregados para completar a candidatura:

Título do anexo	Modelo	Exigências linguísticas
Informações sobre a entidade jurídica	Não	Podem ser apresentadas em qualquer língua oficial da UE. De preferência, acompanhadas de uma tradução em inglês ou, pelo menos, um resumo em inglês dos documentos apresentados.

⁴ [Ver secção 1 do capítulo 1.3.5](#)

Informações sobre a representatividade	Sim (anexo IV)	Podem ser apresentadas em qualquer língua oficial da UE, de preferência acompanhadas de uma tradução em inglês.
Informações sobre a capacidade financeira	Parcial (anexo V)	Pode ser apresentado em qualquer língua oficial da UE, não sendo necessário traduzir.
Relatório de auditoria, para as entidades proponentes que solicitam uma subvenção > 750 000 EUR	Não	Pode ser apresentado em qualquer língua oficial da UE, não sendo necessário traduzir.
Texto idêntico da parte B em inglês	Sim (anexo II)	Em inglês
Orçamento por atividades	Sim (anexo VI)	Pode ser apresentado em qualquer língua oficial da UE, não sendo necessário traduzir.

Os modelos para a parte B e os diferentes anexos são acessíveis através do instrumento de apresentação de propostas. Após ter preenchido as informações necessárias para a parte A do formulário de apresentação, pode descarregar um ficheiro comprimido (ficheiro zip) com todos os modelos.

Os anexos V e VI são apresentados num formato que permite digitalizar os dados. Devido ao tipo de formulário (XFA), não é permitido carregar este documento diretamente no sistema informático. Só são aceites formulários PDF fixos (PDF não dinâmicos). Queira imprimir e digitalizar o documento em formato PDF ou imprimi-lo utilizando uma impressora virtual.

É extremamente importante carregar o documento pedido no **formato adequado (em PDF)** sob a rubrica correspondente. A ocorrência de erros nesse processo pode levar a uma proposta incompleta e comprometer todo o pedido.

Por conseguinte, antes de encerrar o processo de candidatura ou terminar a sessão, verifique de novo que os anexos estão em formato PDF e que o conteúdo dos documentos corresponde às rubricas indicadas no instrumento de apresentação de propostas por via eletrónica.

Incumbe-lhe a responsabilidade pelo carregamento de documentos corretos.

É de notar que só se pode carregar um documento PDF para cada um dos anexos exigidos.

Consequentemente, em relação a certos anexos (como os referentes às informações sobre a entidade jurídica, à capacidade financeira e aos relatórios de

auditoria), **o(s) candidato(s) devem imprimir diversos documentos e digitalizá-los de forma a juntá-los num único documento.**

O mesmo se aplica às ações que envolvam vários candidatos. As informações importantes devem ser compiladas para todos os candidatos, a fim de dispor de um documento por anexo.

Informações sobre a entidade jurídica

A fim de avaliar a elegibilidade do(s) candidato(s), é necessário apresentar os seguintes documentos justificativos:

- Entidade privada: extrato do jornal oficial, cópia dos estatutos, extrato de inscrição num registo comercial ou profissional, certificado de sujeição à liquidação de IVA (para os países em que o n.º de registo comercial e de IVA é idêntico, apenas é exigido um destes documentos);
- Entidade do setor público: cópia da resolução ou decisão que institui a empresa pública ou outro documento oficial que institui a entidade de direito público;
- Entidades sem personalidade jurídica: documentos comprovativos de que os seus representantes têm capacidade para assumir obrigações jurídicas em seu nome.

Informações sobre a representatividade

A fim de avaliar a representatividade do candidato, o modelo correspondente deve ser preenchido e apresentado sob a rubrica correta no instrumento para a apresentação. O modelo pode ser consultado no ficheiro comprimido (ficheiro zip) acima referido.

Informações sobre a capacidade financeira

A viabilidade eletrónica será apreciada com base, nomeadamente, nos seguintes documentos comprovativos que devem ser anexados ao pedido eletrónico:

- Contas anuais (incluindo balanços e conta de ganhos e perdas) relativas ao último exercício financeiro em relação ao qual as contas tenham sido encerradas (no caso de entidades recentemente criadas, deve ser apresentado o plano de atividades para substituir as contas);
- Um formulário de capacidade financeira pré-preenchido que resume os dados necessários para a apreciação da viabilidade financeira. O ficheiro PDF pode ser consultado no ficheiro comprimido (ficheiro zip) acima referido.

Relatório de auditoria

Além disso, relativamente a um coordenador ou outros candidatos que peçam uma contribuição da UE superior ou igual a 750 000 EUR (limiar por candidato), deve ser apresentado um relatório de auditoria emitido por um auditor externo autorizado que certifique as contas do último exercício financeiro disponível. Esta disposição não se aplica aos organismos públicos.

Texto idêntico da parte B em inglês

Para facilitar o exame das propostas por peritos independentes que prestem apoio técnico à avaliação, recomenda-se que a parte técnica (parte B) da proposta seja acompanhada de uma tradução em inglês se for redigida noutra língua oficial da UE.

Orçamento por atividades

Tal como descrito na secção 6 da parte B, deve ser carregado separadamente um quadro com o orçamento por atividades. O modelo PDF pode ser consultado no ficheiro comprimido (ficheiro zip) acima referido.

Queira, por favor, ter em conta os seguintes elementos ao preencher o quadro:

- No respeitante ao ponto «1. Coordenação de projetos»: inclui a coordenação com os Estado(s) -Membro(s) ou agência, entre candidatos e com organismos de execução e outros subcontratantes.
- O ponto «Outros» em «2. Estratégia» diz respeito, por exemplo, aos custos relacionados com o rosto da campanha (celebridade).
- As atividades contínuas de relações públicas poderiam consistir no seguinte: trabalho com os bloguistas, compilação de listas de contactos de jornalistas e bloguistas, elaboração e lançamento de comunicados de imprensa, fichas de informação, organização de entrevistas, redação e custos de publlirreportagens, redação e envio de boletins informativos para grupos específicos, recolha e análise de anúncios nos meios de comunicação, etc.
- Entre os eventos para a imprensa incluem-se: conferências de imprensa e outros eventos destinados à imprensa; todos os custos devem ser incluídos: custos de pessoal para a preparação, aluguer e decoração das salas, restauração, convites.
- A publicidade em linha deve ser apresentada na sub-rubrica «5. Publicidade» e não em «4. Sítio Web, meios de comunicação social».
- A impressão em «5. Publicidade» não inclui as publlirreportagens, que devem ser apresentadas sob relações públicas (ver *supra*); inclui contudo encartes em revistas ou jornais.
- Em TV inclui-se o patrocínio de programas televisivos; especifique os grupos-alvo e GRP.
- A rubrica «Exterior, cinema» remete para painéis de publicidade, cartazes, anúncios em autocarros/elétricos, etc. — a publicidade nos pontos de venda deve ser incluída na rubrica «Promoção nos pontos de venda».
- O patrocínio de eventos, com exceção de acontecimentos que fazem parte da ação.
- Dias de degustação, todas as despesas incluídas: pessoal, aluguer do local, stand instantâneo, amostras dos produtos, etc.
- No respeitante ao ponto «9. Outras atividades», especifique na proposta as atividades que serão implementadas.

1.4. CONCLUSÃO DO PROCESSO DE APRESENTAÇÃO

1.4.1. Data-limite de apresentação

A **data-limite de apresentação** é indicada no convite à apresentação de propostas para programas simples.

O sistema de apresentação de propostas por via eletrónica permite-lhe substituir/atualizar a proposta em qualquer momento.

Pode, de facto, apresentar a sua proposta várias vezes antes da data-limite, por exemplo para a atualizar ou alterar.

Para visualizar e/ou alterar a proposta que apresentou, consulte a página «My Proposals» (minhas propostas) no portal dos participantes. Enquanto o convite à apresentação de propostas estiver aberto, as novas versões substituem as anteriores.

Passada a data-limite para a apresentação de propostas, deixa de ser possível fazer alterações ou aditamentos.

É muito importante não esperar até ao último dia do prazo para apresentar a proposta. Fazê-lo aumenta significativamente o risco de a apresentação ser impedida por problemas de última hora.

No momento da apresentação da proposta, o sistema de apresentação de propostas por via eletrónica efetua controlos básicos de verificação: completude da proposta, coerência interna dos dados, infeção por vírus, tipos de ficheiros, limitações em termos de tamanho, etc.

Se não for apresentada dentro do prazo do convite à apresentação de propostas, a sua proposta não será tida em conta pelo sistema e não será considerada como tendo sido apresentada.

Não envie a proposta por via postal ou correio eletrónico à CHAFEA, já que só serão consideradas as propostas apresentadas através do sistema de apresentação de propostas por via eletrónica.

1.4.2. Aviso de receção

A data e a hora da apresentação da candidatura serão automaticamente registadas e será enviado um aviso de receção ao coordenador por correio eletrónico.

Se não receber uma mensagem eletrónica com o aviso de receção, tal significa que a proposta NÃO foi apresentada.

1.4.3. Como apresentar uma reclamação

Se considerar que a apresentação falhou devido a um problema do sistema de apresentação de propostas por via eletrónica, deve imediatamente apresentar uma reclamação através do *Helpdesk* no portal dos participantes, explicando as circunstâncias e anexando uma cópia da proposta. O método de apresentação de uma reclamação em relação a outros aspetos da apresentação é explicado na informação recebida através do sistema de apresentação de propostas por via eletrónica (ver a secção «My Area» do portal dos participantes).

2. AVALIAÇÃO E RESULTADOS

Todas as propostas recebidas pela Chafea através do sistema de apresentação de propostas por via eletrónica são objeto de uma avaliação a vários níveis no que

diz respeito a várias categorias de critérios anunciados no convite à apresentação de propostas: elegibilidade, exclusão, seleção e atribuição.

A avaliação das propostas é efetuada com a maior confidencialidade.

Uma vez apresentada a proposta, o candidato só será contactado pela Chafea depois de terminada a avaliação, salvo se:

- a Chafea precisar de o contactar para clarificar questões como a elegibilidade ou para pedir informações adicionais em relação a qualquer outra parte da proposta nos limites das disposições pertinentes do regulamento financeiro da UE e respetivas normas de execução (podem ser pedidas clarificações para compreender melhor elementos das propostas apresentadas ou dos documentos comprovativos; no entanto, tais clarificações não devem traduzir-se em mudanças substanciais da proposta);
- O candidato apresentar uma reclamação sobre o processo de apresentação das candidaturas (ver capítulo 1.4.3).

2.1. Panorâmica do processo de avaliação

Todos os critérios e documentos comprovativos obrigatórios são especificados no convite à apresentação de propostas para programas simples. Leia atentamente esses critérios. As propostas que não satisfaçam qualquer deles serão excluídas num dado momento do processo de avaliação. No que respeita aos critérios de atribuição, podem obter-se informações adicionais no anexo VII.

2.2. Resultados

Após a avaliação, as propostas elegíveis são classificadas de acordo com o número total de pontos atribuídos. Só as propostas que satisfaçam todos os limiares são elegíveis para cofinanciamento. A proposta ou propostas com as pontuações mais elevadas serão cofinanciadas em função das disponibilidades orçamentais.

Deve ser estabelecida uma lista ordenada específica por tema prioritário indicado no concurso relevante.

Será igualmente estabelecida uma lista de reserva de propostas, caso sejam disponibilizadas mais dotações durante o ano.

ANEXOS

Anexo I: Formulário de candidatura Parte A - versão anotada

Anexo II: Formulário de candidatura Parte A - modelo

Anexo III: Propostas metodológicas para o cálculo *ex post* do retorno

Anexo IV: Informações sobre a representatividade

Anexo V: Formulário de capacidade financeira

Anexo VI: Orçamento por atividades

Anexo VII: Informação adicional sobre os critérios de atribuição

Promoção dos produtos agrícolas

Convite:

Tema:

Tipo de ação:

Número da proposta:

Acrónimo da proposta:

Índice

Secção	Título	Ação
1	Informações gerais	
2	Dados administrativos sobre as entidades proponentes	
3	Orçamento da proposta	
4	Informações relativas à ação	

Como preencher os formulários:

Os formulários administrativos devem ser preenchidos para cada proposta utilizando os modelos disponíveis no sistema de apresentação de propostas por via eletrónica. Alguns campos de dados são previamente preenchidos com base nas informações codificadas nas etapas anteriores do assistente para a apresentação.

1 – Informações gerais

Identificador do convite

Tipo de ação

Tema

Acrónimo

Título da proposta

máx. 200 carateres (incluindo os espaços)

Duração em meses

Duração da ação em meses: 12-24-36 meses.

Palavras-chave livres

introduza palavras-chave que descrevem a proposta (máx. 200 carateres, incluindo os espaços)

Resumo

Breve resumo (máx. 2 000 carateres, incluindo os espaços, em inglês), explicando claramente:

- *a pertinência do tema*
- *os objetivos da proposta respeitantes principalmente às vendas/exportações/consumo dos produtos promovidos e/ou ao nível de conhecimento dos grupos-alvo sobre os produtos promovidos*
- *a forma como os objetivos serão alcançados (estratégia, descrição das atividades, países-alvo e grupos-alvo)*
- *o orçamento total da proposta*

O resumo será utilizado para descrever de forma sucinta a proposta para fins de comunicação.

- *Não inclua informações confidenciais, comercialmente sensíveis ou pessoais*
- *Apresente um texto datilografado simples, evitando carateres especiais*

Número de carateres restantes 2000

Declarações*

Nas declarações que se seguem, o termo «coordenador» designa o parceiro principal dos projetos apresentados por várias entidades proponentes. No caso das propostas apresentadas por uma entidade proponente, as mesmas declarações devem ser efetuadas pela organização que apresenta a proposta.

O coordenador é responsável unicamente pela exatidão das informações relativas à sua própria organização. Cada entidade proponente é responsável pela exatidão das informações que lhe dizem respeito, conforme declarado adiante. Se a proposta for selecionada para financiamento da UE, o coordenador e cada entidade proponente selecionada deverão apresentar uma declaração individual a este respeito.

1) Unicamente para as propostas com mais de uma entidade proponente: o coordenador declara ter obtido o consentimento explícito de todas as entidades proponentes quanto à sua participação e ao conteúdo desta proposta.	<input type="checkbox"/>
2) As informações contidas nesta proposta são exatas e completas.	<input type="checkbox"/>
3) O coordenador confirma ter efetuado para a sua organização a verificação da sua capacidade financeira e ter recebido de cada entidade proponente a confirmação de que efetuaram a mesma verificação em http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/organisations/lfv.html , a menos que ele, ou qualquer outra entidade proponente, esteja isento dessa verificação por ser um organismo de direito público, na aceção do artigo 2.º, n.º 1, ponto 4, da Diretiva 2014/24/UE.	<input type="checkbox"/>
4) Pela presente, o coordenador declara que a sua entidade, tal como cada uma das demais entidades proponentes, confirmou:	
— que, se beneficia de uma subvenção de funcionamento ao abrigo de qualquer programa da UE, não reclamará o financiamento de custos indiretos para esta ação em relação ao ano específico abrangido pela referida subvenção de funcionamento;	<input type="checkbox"/>
— que satisfaz inteiramente os critérios de exclusão e elegibilidade enunciados no convite à apresentação de propostas específico;	<input type="checkbox"/>
— que possui os recursos técnicos e financeiros necessários para executar a ação eficazmente; e	<input type="checkbox"/>
— que não recebe financiamento da União para as ações de informação e de promoção previstas nesta proposta;	<input type="checkbox"/>
— que é representativa do setor ou do produto a que diz respeito a proposta, cumprindo as condições estabelecidas no artigo 1.º n.º 1 ou n.º 2, do Regulamento Delegado (UE) 2015/1829 da Comissão;	<input type="checkbox"/>
— que não recebe nem receberá qualquer contribuição financeira de terceiros para cofinanciar a execução da ação pela qual poderá vir a receber uma subvenção no âmbito do presente convite à apresentação de propostas.	<input type="checkbox"/>
5) O coordenador confirma que a proposta abrange apenas produtos e regimes elegíveis referidos no artigo 5.º do Regulamento (UE) n.º 1144/2014.	<input type="checkbox"/>
6) O coordenador confirma que a proposta está em conformidade com a legislação da União relativa aos produtos em causa e à sua comercialização e com as condições específicas aplicáveis quando o mercado interno é visado, estabelecidas no artigo 3.º, n.º 1, do	<input type="checkbox"/>

Regulamento Delegado (UE) 2015/1829 da Comissão.	
7) O coordenador confirma que as ações de informação e de promoção serão executadas pelo(s) organismo(s) de execução, como referido no artigo 13.º do Regulamento (UE) n.º 1144/2014, a selecionar antes da assinatura da convenção de subvenção, garantindo uma boa relação qualidade/preço e a inexistência de conflitos de interesses.	<input type="checkbox"/>
8) O coordenador confirma que as entidades proponentes que pretendem executar certas partes da proposta têm, pelo menos, três anos de experiência na execução de ações de informação e de promoção. Confirma, igualmente, que os custos ligados a essas atividades não excedem os preços habitualmente praticados no mercado.	<input type="checkbox"/>
9) O coordenador confirma que as regras sobre a referência à origem e às marcas, estabelecidas no Capítulo II do Regulamento de Execução (UE) 2015/1831 da Comissão, serão cumpridas.	<input type="checkbox"/>
10) O coordenador confirma que as mensagens transmitidas por uma ação que incidam em informações sobre o impacto na saúde serão aceites pela autoridade nacional competente responsável pela saúde pública no país-alvo ou estarão em conformidade com o anexo do Regulamento (CE) n.º 1924/2006 quando aplicadas no mercado interno.	<input type="checkbox"/>

* de acordo com o artigo 131.º do Regulamento Financeiro, de 25 de outubro de 2012, relativo às disposições financeiras aplicáveis ao orçamento geral da União (Jornal Oficial L 298 de 26.10.2012, p. 1) e com o artigo 145.º das respetivas normas de execução (Jornal Oficial L 362 de 31.12.2012, p. 1), bem como com as disposições específicas aplicáveis às ações de informação e de promoção (Regulamento Delegado 2015/1829 da Comissão), podem ser aplicadas, sob certas condições, sanções administrativas e financeiras às entidades proponentes que tenham prestado falsas declarações.

Proteção dos dados pessoais

A avaliação do seu pedido de subvenção implica o tratamento (por exemplo, registo) dos dados pessoais (por exemplo, nome, endereço e CV), que serão tratados em conformidade com o Regulamento (CE) n.º 45/2001 relativo à proteção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais pelas instituições e pelos órgãos comunitários e à livre circulação desses dados. Salvo indicação em contrário, as respostas às questões do presente formulário e quaisquer dados pessoais solicitados são necessários para avaliar a sua candidatura à subvenção em conformidade com as especificações do convite à apresentação de candidaturas e serão tratados unicamente para esse efeito. Os pormenores relacionados com o tratamento de dados pessoais, bem como informações sobre como exercer os seus direitos, estão disponíveis na declaração de confidencialidade. As pessoas podem, em qualquer momento, apresentar uma queixa sobre o tratamento dos seus dados pessoais junto da Autoridade Europeia para a Proteção de Dados.

Os seus dados pessoais podem ser registados no sistema de deteção precoce e de exclusão da Comissão Europeia («EDES»), em conformidade com o disposto nos artigos 105.º-A e 108.º do Regulamento Financeiro da UE e respetivas normas de execução.

2 - Dados administrativos sobre a(s) entidade(s) proponente(s)

PIC

Denominação jurídica

Designação abreviada:

Endereço da organização:

Rua

Localidade

Código postal

País

Página Web

Tipo da sua organização, em conformidade com o artigo 7.º do Reg. 1144/2014: *Seleção obrigatória*

Organização profissional ou interprofissional estabelecida num Estado- Membro

- Organização de produtores ou uma associação de organizações de produtores
- Organismo do setor agroalimentar

Serviços que efetuam o trabalho proposto

Serviço 1

Nome do serviço

Mesmo que o endereço da entidade proponente

Rua

Localidade

Código postal

País

Pessoa encarregada da proposta

O nome e endereço eletrónico das pessoas de contacto são só para leitura no formulário administrativo; aqui podem apenas ser editadas informações suplementares. Para dar direitos de acesso e introduzir dados de contacto básicos das pessoas a contactar, volte à etapa 4 do assistente para a apresentação e salvguarde as alterações.

Título

Sexo Masculino Feminino

Nome próprio

Apelido

Correio eletrónico:

Posição na organização

Serviço

Mesmo que o endereço da entidade proponente

Rua

Localidade

Código Postal

País

Sítio Web

Tel.

Tel. 2

Fax

Outras pessoas de contacto

Nome próprio	Apelido	Correio eletrónico	Tel.

SAMPLE

3 - Orçamento da proposta

Todos os custos devem ser apresentados em EUR.

Participante	País	(A) Custos diretos de pessoal	(B) Custos diretos de subcontratação	(C) Outros custos diretos	(D) Custos indiretos (4% em A)	Custo total	Taxa de reembolso (%) ¹	Contribuição máxima da UE	Subvenção pedida ^{2,3}	Rendimento gerado pela ação
		(a)	(b)	(c)	(d) = 0,04 * (a)	(e) = (a)+(b)+(c)+(d)	(f)	(g) = (e) * (f)	(h)	(i)
Total										

1 - As entidades proponentes dos Estados-Membros que beneficiam de assistência financeira têm direito a um suplemento de 5 % sobre a taxa de reembolso aplicável ao tema escolhido.

2 - Se uma determinada entidade proponente solicitar uma contribuição da UE superior a 750 000 EUR, deve ser apresentado um certificado de auditoria emitido por um auditor externo autorizado, que certifique as contas do último exercício disponível. Esta exigência não se aplica às entidades proponentes que possuam o estatuto de organismo de direito público, na aceção do artigo 2.º, n.º 1, ponto 4, da Diretiva 2014/24/UE.

3 - A subvenção solicitada não pode ser superior à contribuição máxima da UE.

4 – Informações relativas à ação

País(es)-alvo

Selecione o(s) país(es)-alvo

Selecione cuidadosamente um ou mais países-alvo elegíveis a título do tema selecionado. A lista dos países-alvo elegíveis sob os diversos temas pode ser consultada na página do convite à apresentação de propostas.

A ação promove um dos regimes de qualidade nacionais ou da UE seguintes?

- Regimes de qualidade da UE dos produtos agrícolas e géneros alimentícios, vinhos ou bebidas espirituosas
- Modo de produção biológica
- Símbolo gráfico dos produtos agrícolas de qualidade específicos das regiões ultraperiféricas da União
- Regimes de qualidade nacionais
- A ação não promove qualquer dos regimes *supra*

Produtos promovidos ou utilizados para ilustrar o regime promovido

Selecione a(s) categoria(s) de produtos

Para mais informações sobre as diferentes categorias de produtos, poderá consultar o guia relativo às candidaturas.

Anexos

- Informações sobre a entidade jurídica
- Informações sobre a representatividade
- Informações sobre a capacidade financeira
- Relatório de auditoria (para as entidades proponentes que solicitam uma subvenção > 750 000 EUR)
- Texto idêntico da parte B em inglês
- Orçamento por atividades

Designação da ação:

1. Apresentação da(s) entidade(s) proponente(s)

--

2. Produtos/regimes e análise do mercado

--

3. Objetivos da ação

--

4. Estratégia da ação

--

5. Dimensão da ação à escala da União

--

6. Descrição das atividades e análise das situações orçamentais

Modelo para a descrição das atividades:			
Denominação da atividade			
Objetivos específicos			
Descrição da atividade			
	ANO 1	ANO 2	ANO 3
Prestações concretas			
Análise orçamental			
Execução			

7. Medição dos indicadores de resultados e de ação

--

8. Organização da ação e estrutura de gestão

--

9. Informações adicionais

--

Anexo III: Propostas metodológicas para o cálculo *ex post* do retorno

Na avaliação dos resultados de um programa de promoção devem ser tidas em conta as propostas que se seguem. No entanto, deve assegurar-se a coerência entre a avaliação dos resultados no final do programa e os objetivos definidos no início deste. Por conseguinte, ao elaborar a proposta de programa, queira ter em conta estas recomendações na definição dos objetivos (impacto) e na realização das análises de mercado.

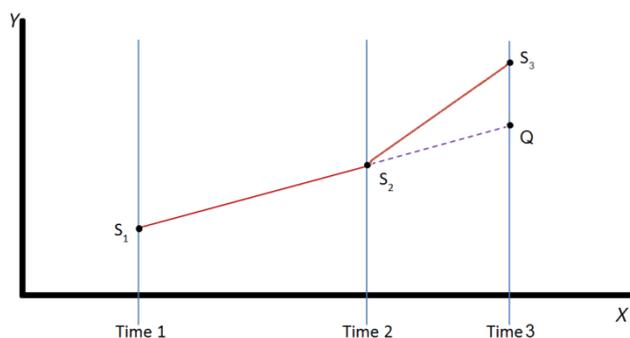
Impacto económico

Os programas de promoção preveem um retorno económico. No entanto, dada a complexidade do ambiente em que é realizado o trabalho de promoção, é difícil identificar o seu impacto económico efetivo. Uma simples comparação entre os parâmetros económicos antes e depois da campanha não tem em consideração variáveis explicativas externas. Para que o verdadeiro efeito da campanha de promoção possa ser separado de outras variáveis explicativas, como as tendências do mercado ou as crises, o cálculo do retorno deve ser efetuado tendo em conta um «cenário de base». Nesse «cenário de base» é estimado o que teria acontecido sem o programa de promoção. Por sua vez, o impacto é estimado comparando o cenário de base com os dados observados. Os resultados desta avaliação devem ser expressos em euros.

Há várias formas de construir o cenário de base. Descrevem-se em seguida dois métodos simples e intuitivos. Outros métodos poderiam também ser adequados, embora fosse necessário justificar a metodologia específica escolhida para construir o cenário de base.

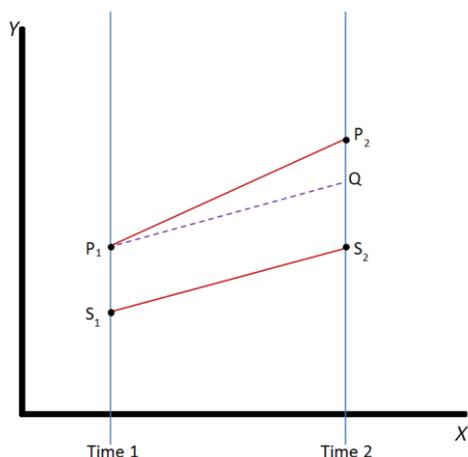
1) Tendência histórica

Se a tendência do mercado observada para um dado produto for estável durante um período significativo, poder-se-á projetar essa tendência no futuro e utilizá-la como cenário de base. Nesse caso, o cenário de base Q pode ser construído projetando a tendência do mercado entre o Tempo 1 (S_1) e (S_2) até ao Tempo 3 (Q). Em seguida, a situação observada no Tempo 3 (S_3) pode ser corrigida da tendência, deduzindo Q de S_3 para obter o efeito do programa. Como já referido, este método depende da existência de uma tendência do mercado estável, não sendo adequado para mercados altamente voláteis.



2) Diferença-das-diferenças

Dado que muitas vezes não há uma tendência do mercado estável, outra abordagem consiste na utilização de um produto comparável para identificar o cenário de base. A imagem seguinte mostra o cenário de base utilizado com a metodologia diferença-das-diferenças. Observa-se em relação a um produto comparável (deve explicar-se por que razão o produto é comparável) uma tendência do mercado específica (S_1 relativamente a S_2). O cenário de base (Q) pode ser construído projetando esta tendência do mercado na situação do produto promovido antes da campanha (P_1). Comparando a situação observada após a campanha (P_2) com o cenário de base, pode deduzir-se o efeito da campanha, tendo em conta as tendências do mercado.



Refira-se que os dois métodos acima descritos são complementares. Se um produto mostrou no passado uma tendência semelhante à do produto promovido/examinado, pode argumentar-se que é comparável e que pode convir para a construção do cenário de base através do método da diferença-das-diferenças.

O retorno do programa consiste no aumento das vendas (euros) durante a execução do programa. Os efeitos a longo prazo não podem ser tidos em conta, uma vez que a avaliação é feita no final do programa.

Recomenda-se igualmente a inclusão do retorno dos investimentos (RI) do programa. Este último será calculado como o rácio entre o aumento das vendas ou exportações dos produtos promovidos ao longo do período em que o programa tem lugar (retorno) e o investimento (que corresponde ao total dos custos do programa).

Impacto da sensibilização

O objetivo final dos programas de informação é aumentar a sensibilização. Para conhecer o número de pessoas que adquiriram novos conhecimentos, pode ser efetuado um inquérito com a estrutura abaixo indicada.

Dado que uma campanha informativa abrange, na maior parte dos casos, uma série de temas e mensagens, com uma única pergunta não é possível determinar se a informação foi bem recebida. Para esse efeito, é necessária uma série de perguntas. Pode considerar-se que uma pessoa está bem informada sobre a mensagem/tema se souber responder a uma parte predefinida dessas perguntas. O quadro seguinte mostra um exemplo de um teste em que foi fixado um limiar de 2/3 para se considerar que uma pessoa está bem informada:

PESSOA X	Resposta pretendida	Resposta dada	PESSOA Y	Resposta pretendida	Resposta dada
Pergunta 1	Sim	Sim	Pergunta 1	Sim	Sim
Pergunta 2	Sim	Sim	Pergunta 2	Sim	Não
Pergunta 3	Não	Sim	Pergunta 3	Não	Não
Resultado	2/3 = êxito		Resultado	1/3 = insucesso	

A pessoa X teve êxito no teste, ao contrário da pessoa Y. O aumento absoluto do número de pessoas com êxito no teste, observado comparando os valores antes e depois da campanha, constitui o impacto da sensibilização. As perguntas devem ser formuladas de modo a que a pontuação seja simples. Devem igualmente ser representativas dos temas e mensagens abrangidos pelo programa. As pessoas incluídas no inquérito devem ser representativas do(s) grupo(s)-alvo. A comparação dos inquéritos antes e depois da campanha deve indicar o número absoluto das pessoas que adquiriram novos conhecimentos.

Podem ser utilizados outros métodos de inquérito, desde que sejam devidamente justificados e atinjam o mesmo objetivo.

Anexo IV: Informações sobre a representatividade

Em conformidade com o artigo 7.º do Regulamento (UE) n.º 1144/2014 do Parlamento Europeu e do Conselho (a seguir designado por «BA») e o artigo 1.º do Regulamento Delegado (UE) 2015/1829 da Comissão (a seguir designado por «DA»), a entidade proponente deve ser representativa do produto ou do setor. O quadro que se segue apresenta uma panorâmica das possibilidades que permitem que a representatividade seja declarada. Os artigos a que é feita referência são extraídos do [DA](#) e do [BA](#).

Tipo de organização	Critérios de representatividade
Organização profissional ou interprofissional, estabelecida num Estado-Membro ou ao nível da UE	50 % do número de produtores ou 50 % do volume ou valor da produção comercializável do(s) produto(s) ou do setor em causa (artigo 1.º, n.º 1, alínea a), subalínea i), do DA)
	<u>Organização interprofissional</u> reconhecida pelo Estado-Membro (artigo 1.º, n.º 1, alínea a), subalínea ii), do DA)
	<u>Grupos no quadro dos regimes de qualidade da UE</u> : 50 % do volume ou valor da produção comercializável do(s) produto(s) com denominação registada (artigo 1.º, n.º 1, alínea b), do DA)
(Associação de) organizações(ão) de produtores	Reconhecida(s) pelos Estados-Membros (artigo 1.º, n.º 1, alínea c), do DA)
Organismo do setor agroalimentar	- cujo objetivo e atividade consistem em prestar informações sobre os produtos agrícolas e em promovê-los; - a que um Estado-Membro confiou uma missão de serviço público neste domínio claramente definida; - legalmente estabelecido pelo menos 2 anos antes da publicação do convite à apresentação de propostas; - contando entre os seus membros representantes do produto ou setor (artigo 7.º, n.º 1, alínea d), do BA)

Descreva de que forma a sua organização satisfaz os critérios de representatividade no Estado-Membro em causa ou ao nível da União. A este respeito, queira

- descrever o tipo e estatuto da sua organização (por exemplo, um consórcio de X e Y, o reconhecimento pelo Estado-Membro, representantes do setor, etc.),
- fornecer dados sobre a produção comercializável, as exportações, o volume de negócios, as vendas, o número de produtores, etc.

Inclua referências às fontes da informação a que se refere na justificação.

Se a sua organização não é representativa de acordo com os critérios acima referidos, explique por que motivo estima que deve ser considerada representativa. Podem ser aceites limiares inferiores aos acima mencionados, se a entidade proponente demonstrar que circunstâncias específicas, incluindo a estrutura do mercado, justificam que a entidade proponente seja considerada representativa do(s) produto(s) ou do setor em causa (derrogação às regras de 50 % - artigo 1.º, n.º 2, do DA).

Se a proposta for apresentada por mais do que uma entidade proponente, inclua todas as descrições num documento único. As informações não devem exceder 2 000 caracteres por entidade proponente.

Formulário de viabilidade financeira da CHAFEA

Língua

PT

Ação & Dados do participante

Designação da ação:

Proposta n.º:

Nome do participante

Contribuição total da UE

Contribuição da UE para o participante

Informação contabilística

Data de início da conta

Data de encerramento da conta

Duração da conta

Contabilidade de caixa

Nova entidade

Data de constituição

Moeda

€ Euro

Taxa de câmbio do euro

1

Formulário de viabilidade financeira da CHAFEA

Balanço dos dois últimos exercícios contabilísticos

Ativos	Em unidade monetária		Em euros	
1. Capital subscrito não realizado				
2. Ativos fixos (2.1 + 2.2 + 2.3)				
2.1. Ativos fixos incorpóreos				
2.2. Ativos fixos corpóreos				
2.3. Ativos financeiros				
3. Ativos correntes (3.1 + 3.2.1 + 3.2.2 + 3.3 + 3.4)				
3.1. Existências				
3.2.1. Créditos a mais de um ano				
3.2.2. Créditos até um ano				
3.3. Depósitos bancários e caixa				
3.4. Outros ativos correntes				
Total de ativos (1 + 2 + 3)				

Formulário de viabilidade financeira da CHAFEA

Balço dos dois últimos exercícios contabilísticos

Passivo	Em unidade monetária		Em euros	
4. Capital e reservas (4.1 + 4.2 + 4.3 + 4.4)				
4.1. Capital subscrito				
4.2. Reservas				
4.3. Ganhos e perdas transitados de exercícios anteriores				
4.4. Ganhos e perdas transitados para o exercício financeiro +/-				
5. Dívidas (5.1.1 + 5.1.2 + 5.2.1 + 5.2.2)				
5.1.1. Dívida não bancária de longo prazo				
5.1.2. Dívida bancária de longo prazo				
5.2.1. Dívida não bancária de curto prazo				
5.2.2. Dívida bancária de curto prazo				
Total do passivo (4 + 5)				

SAMPLE

Formulário de viabilidade financeira da CHAFEA

Conta de ganhos e perdas dos dois últimos exercícios contabilísticos

Contas de ganhos e perdas	Em unidade monetária		Em euros	
6. Volume de negócios				
7. Variação de existências +/-				
8. Outras receitas de exploração				
9. Custos de materiais & consumíveis				
10. Outros custos de exploração.				
11. Custos de pessoal				
12. Resultado bruto de exploração (6 + 7 + 8 + 9 + 10 + 11)				
13. Amortizações e correções de valor de ativos não-financeiros				
14. Resultado líquido de exploração (12 - 13)				
15. Receitas financeiras & correções de valor de ativos financeiros				
16. Juros pagos				
17. Encargos similares				
18. Lucros/perdas das atividades correntes (14 + 15 - 16 - 17)				
19. Receitas e despesas extraordinárias +/-				
20. Impostos sobre os lucros +/-				
21. Lucros/perdas do exercício financeiro (18 + 19 + 20)				

Data e assinatura do chefe de contabilidade, ou função similar, do participante :

Formulário de viabilidade financeira da CHAFEA

Exclusivamente para uso interno da CHAFEA

Critérios primários			
Capitais próprios 1	Capitais próprios > 0,2 x Contribuição total da UE	Capitais próprios	0,2 x Contribuição total da UE
Capitais próprios 2	Capitais próprios > 0,2 x Contribuição da UE para o participante	Capitais próprios	0,2 x Contribuição da UE para o participante
rácio 1	Capital de exploração		>0,00

Critérios secundários			
rácio 2	Capitais & reservas (excetuando capital subscrito)		>0
rácio 3	Lucros/perdas do exercício		>0
rácio 4	Autonomia financeira		>0

Para informação			
rácio 5	Resultado bruto de exploração		>0
Total dos ativos = Total dos passivos		Total dos ativos	Total dos passivos

Due to the type of the form (XFA form) IT IS NOT ALLOWED to attache this document as it is, directly in SEP.

Only flat PDF's (not dynamic PDF) is accepted.

Please print and scan the document in PDF format or print it using the virtual Adobe printer if you have the professional version of Acrobat or another virtual printer for the submission

[CLICK HERE TO PRINT THE VERSION TO ATTACH TO SEP.](#)

Mapa orçamental pormenorizado

Acrónimo da proposta

ID da proposta

Rubrica	Ano	A. Custos diretos de pessoal	B. Custos diretos de subcontratação	C. Outros custos diretos	TOTAL
1. Coordenação do projeto					
Custos de pessoal da(s) organização(ões) proponente(s) (OP)					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
Outras custos de coordenação do projeto					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
TOTAL					
2. Estratégia					
Definição da estratégia de comunicação					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
Definição da identidade visual da campanha					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
Estudos de mercado					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
Outros					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
TOTAL					
3. Relações públicas					
Atividades de RP contínuas (gabinete de RP)					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
Eventos para a comunicação social					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
TOTAL					

Rubrica	Ano	A. Custos diretos de pessoal	B. Custos diretos de subcontratação	C. Outros custos diretos	TOTAL
4. Sítio Internet, meios de comunicação social					
Criação, atualização e manutenção do sítio Web					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
Meios de comunicação social (configuração das contas, comunicações regular)					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
Outros (aplicações móveis, plataformas de aprendizagem eletrónica, webinários, etc.)					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
TOTAL					
5. Publicidade					
Imprensa escrita					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
TV					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
Rádio					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
Em linha					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
Exterior, cinema					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
TOTAL					
6. Ferramentas de comunicação					
Publicações, pastas para a comunicação social e material promocional					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
Vídeos promocionais					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
TOTAL					

Rubrica	Ano	A. Custos diretos de pessoal	B. Custos diretos de subcontratação	C. Outros custos diretos	TOTAL
7. Eventos					
Stands em feiras comerciais					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
Seminários, workshops, reuniões entre empresas (B2B), formações para o comércio/cozinheiros, atividades nas escolas					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
Semanas do restaurante					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
Patrocínio de eventos					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
Viagens de estudo à Europa					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
Outros eventos					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
	TOTAL				
8. Promoção de pontos de venda (PV)					
Dias de degustação					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
Outros: promoção de publicações dos retalhistas, publicidade PV, promoção nas cantinas					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
	TOTAL				
9. Outras atividades					
Outras atividades					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
	TOTAL				
10. Avaliação de resultados					
Avaliação de resultados					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
	TOTAL				

Rubrica	Ano	A. Custos diretos de pessoal	B. Custos diretos de subcontratação	C. Outros custos diretos	TOTAL
Custos indiretos das OP					
Custos indiretos das OP (máx. 4 % dos custos diretos de pessoal das OP)					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
TOTAL					
Outros custos elegíveis das OP					
Outros custos elegíveis das OP (certificados de auditoria, garantias para prefinanciamentos, IVA não recuperável)					
	Ano 1				
	Ano 2				
	Ano 3				
TOTAL					
TOTAL DE TODAS AS RUBRICAS					
	Ano 1				
TOTAL DE TODAS AS RUBRICAS	Ano 2				
TOTAL DE TODAS AS RUBRICAS	Ano 3				
TOTAL GLOBAL					

Due to the type of the form (XFA form) IT IS NOT ALLOWED to attache this document as it is, directly in SEP.

Only flat PDF's (not dynamic PDF) is accepted.

Please print and scan the document in PDF format or print it using the virtual Adobe printer if you have the professional version of Acrobat or another virtual printer for the submission

[CLICK HERE TO PRINT THE VERSION TO ATTACH TO SEP.](#)

Anexo VII: Informação adicional sobre os critérios de atribuição

Como referido no convite à apresentação de propostas, a parte B da candidatura é utilizada para avaliar a proposta relativamente aos critérios de atribuição.

Mais especificamente, cada proposta será apreciada segundo os critérios e subcritérios indicados no quadro *infra* e é fixado um limiar para cada um dos principais critérios de atribuição. Os subcritérios a seguir enumerados devem ser tidos em conta na apreciação de cada um dos principais critérios de atribuição:

CRITÉRIOS	SUBCRITÉRIOS	
1. Contribuição para os objetivos gerais e específicos	Pont. máxima: 20	Limiar: 14
(a) Pertinência das ações de informação e de promoção propostas relativamente às prioridades, objetivos e resultados esperados, anunciados sob a prioridade temática em causa	<ul style="list-style-type: none"> • A proposta está em conformidade com as prioridades, objetivos e resultados esperados, anunciados sob a prioridade temática em causa. 	
(b) Pertinência das ações de informação e de promoção propostas relativamente aos objetivos gerais e específicos estabelecidos no art. 2.º do Reg. 1144/2014	<ul style="list-style-type: none"> • Os objetivos da proposta prendem-se com um ou vários dos objetivos estabelecidos no art. 2.º, alíneas a), b), c) ou d), do Reg. 1144/2014. 	
(c) Pertinência das ações de informação e de promoção propostas relativamente aos fins estabelecidos no art. 3.º do Reg. 1144/2014	<ul style="list-style-type: none"> • As mensagens propostas realçam uma ou várias especificidades mencionadas no art. 3.º do Reg. 1144/2014. 	
d) Dimensão do programa à escala da União	<ul style="list-style-type: none"> • A proposta tem uma dimensão à escala da União, quer no tocante ao conteúdo da mensagem quer ao impacto: <ul style="list-style-type: none"> ○ <u>Conteúdo da mensagem</u> <ul style="list-style-type: none"> - Mensagem principal da União, lema europeu; - Referência à Europa em geral, à UE, à PAC, à legislação da UE, aos produtos da UE ou às normas de produção da UE; - Difusão de informações sobre as especificidades dos modos de produção agrícola, nomeadamente no respeitante aos regimes de qualidade da UE (segurança dos alimentos, rastreabilidade, autenticidade, rotulagem, aspetos nutricionais e sanitários, bem-estar dos animais, respeito pelo ambiente e sustentabilidade, e características dos produtos agrícolas e alimentares, designadamente em termos de qualidade, paladar, diversidade ou tradições) e promoção dessas especificidades. ○ <u>Impacto</u> <ul style="list-style-type: none"> - Cobertura (por exemplo, número e/ou importância relativa dos consumidores/importadores/compradores visados; no mercado interno, número de Estados-Membros abrangidos); - O programa beneficia outros produtores da UE do mesmo setor de produtos. 	
2. Qualidade técnica	Pont. máxima: 40	Limiar: 24
a) Qualidade da análise (descrição dos mercados-alvo, desafios a que devem fazer face os concorrentes da	<ul style="list-style-type: none"> • A análise baseia-se em dados de estudos de mercado e/ou nos valores da importação/exportação que foram referidos na proposta. 	

<p>UE, sensibilização dos consumidores, etc.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • A análise assinala os desafios que serão abordados pela proposta (por exemplo, a diminuição do consumo ou a pequena sensibilização dos consumidores no mercado interno, o potencial de importação para mercados de países terceiros). • A análise descreve a posição concorrencial da(s) entidade(s) proponente(s), de outros fornecedores da UE e dos concorrentes provenientes de países terceiros. • A análise examina a estrutura e funcionamento dos canais de distribuição. • No que diz respeito aos mercados de países terceiros, é feita referência às condições de importação, como as barreiras pautais e não pautais.
<p>b) Adequação da estratégia do programa, objetivos SMART, mensagens principais</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Os objetivos da proposta são coerentes com a análise de mercado. • A estratégia proposta aborda os desafios identificados na análise de mercado e é coerente com os objetivos da proposta. • A estratégia é adaptada a todos os mercados-alvo e grupos-alvo da proposta. • Os objetivos da proposta são SMART. • O nível dos investimentos propostos justifica-se pelo retorno esperado (programas de promoção) e/ou pelo aumento da sensibilização (programas de informação). • As mensagens principais são adaptadas aos grupos-alvo.
<p>c) Descrição clara e pormenorizada das atividades</p>	<ul style="list-style-type: none"> • As atividades são corretamente descritas, respondendo às seguintes perguntas: quem, o quê, quando, onde, porquê? • O nível de pormenor na descrição das atividades e prestações concretas é suficientemente elevado para permitir estimar a relação custo/eficácia das atividades. • O quadro com o orçamento por atividades não contém erros; o orçamento por atividade está conciliado com o orçamento apresentado na parte A do formulário de candidatura.
<p>d) Escolha adequada das atividades em relação aos objetivos e grupos-alvo, complementaridade com outras atividades públicas e privadas realizadas no mercado-alvo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se a proposta for executada em paralelo com outras campanhas públicas ou privadas, está concebida de modo a criar sinergias com estas campanhas.
<p>e) Qualidade dos métodos de avaliação e indicadores propostos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • A avaliação inclui um estudo de avaliação dos resultados das ações de promoção e de informação realizado por um organismo externo independente.
<p>3. Qualidade da gestão Pont. máxima: 10 Limiar: 6</p>	
<p>a) Organização do projeto e estrutura de gestão</p>	<ul style="list-style-type: none"> • A estrutura de gestão e as competências do pessoal são claramente descritas. • A repartição das tarefas entre os organismos de execução e os candidatos está claramente definida. • Em caso de propostas por vários candidatos, as competências dos diversos parceiros na execução da proposta estão claramente definidas e de acordo com os respetivos conhecimentos especializados e capacidade técnica. • Está definida uma estratégia de coordenação interna para a gestão de diferentes parceiros e organismos de execução. • O financiamento da proposta é claramente descrito, tanto no que se refere à introdução de liquidez como ao

	<p>financiamento global da proposta. Se a auto-verificação da viabilidade financeira tiver revelado que esta é reduzida, é explicado o modo como o financiamento próprio será assegurado (por exemplo, através de contribuições específicas para o projeto feitas pelos membros da organização).</p>
b) Mecanismos de controlo da qualidade e gestão do risco	<ul style="list-style-type: none"> • Estão definidos processos adequados para supervisionar o trabalho dos organismos de execução e de outros subcontratantes. Tanto a qualidade das prestações concretas como o respeito do calendário e do orçamento serão objeto de acompanhamento. • Os principais riscos que poderão comprometer o resultado do projeto são identificados e as medidas de atenuação a aplicar são apresentadas.
4. Relação custo-eficácia	Pont. máxima: 30 Limiar: 18
a) Repartição equilibrada de orçamento atendendo ao âmbito das atividades	<ul style="list-style-type: none"> • O orçamento está devidamente repartido pelas atividades. • O orçamento afetado às várias atividades é suficientemente elevado para permitir resultados positivos conformes com a estratégia descrita e os indicadores.
b) Coerência entre o custo estimado e a correspondente descrição das atividades	<ul style="list-style-type: none"> • Os custos das atividades são proporcionais à descrição e âmbito dessas atividades. • Os custos unitários das atividades individuais são comparáveis com os preços habitualmente praticados no mercado.
c) Estimativa realista de dias-homem para atividades realizadas pela entidade proponente, incluindo os custos de coordenação do projeto	<ul style="list-style-type: none"> • O número de dias-homem estimado para as atividades realizadas pelo candidato é proporcional ao nível da sua participação na execução da proposta.
TOTAL	Pont. máxima: 100 Limiar: 62