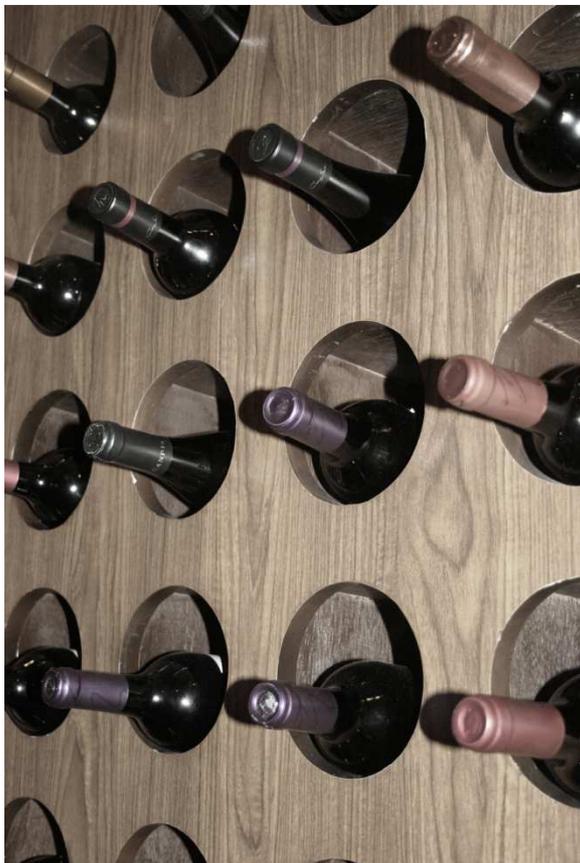


SiAPV



**MANUAL DE
PREENCHIMENTO DO
FORMULÁRIO DE
CANDIDATURA**

**SISTEMA DE APOIO À PROMOÇÃO DE
VINHOS EM MERCADOS DE PAÍSES
TERCEIROS
SiAPV**

CONCURSO N.º 1/2014



INTRODUÇÃO

Este manual pretende ser um auxiliar no preenchimento do formulário SiAPV, formulário eletrónico de candidatura à medida de apoio à promoção de vinhos em mercados de países terceiros.

A consulta deste manual não dispensa a consulta da legislação aplicável.



Legislação:

- Artigo 103.º-P do Reg. (CE) n.º 1234/2007, do Conselho, de 22 de outubro, com as alterações introduzidas pelo Reg. (CE) n.º 491/2009, do Conselho, de 25 de maio;
- Artigos 4.º e 5.º do Reg. (CE) n.º 555/2008, da Comissão, de 27 de junho, com as alterações introduzidas pelo Reg. (CE) n.º 752/2013, de 31 de julho;
- Portaria n.º 257/2013, de 13 de agosto.

Índice

INTRODUÇÃO.....	1
Índice	2
Índice de Figuras	3
1. REGRAS BASE DE FUNCIONAMENTO DO FORMULÁRIO	4
1.1. INSTALAÇÃO DO FORMULÁRIO	4
1.2. GESTÃO DE FICHEIROS GERADOS PELO FORMULÁRIO.....	5
1.3. INFORMAÇÃO INTRODUZIDA	7
2. SIAPV – PREENCHIMENTO DO FORMULÁRIO	9
2.1. PARAMETRIZAÇÃO DA CANDIDATURA.....	9
2.2. CARACTERIZAÇÃO DO BENEFICIÁRIO	12
2.3. EXECUÇÃO.....	27
2.4. INVESTIMENTO	28
2.5. DECLARAÇÕES DE COMPROMISSO	32
2.6. DOCUMENTAÇÃO NECESSÁRIA	33
3. ENVIO DA CANDIDATURA	34
3.1. ENVIO DA CANDIDATURA ELETRÓNICA	34
3.2. ENVIO DA DOCUMENTAÇÃO	35
3.3. ENVIO DA CANDIDATURA EM PAPEL.....	36

Índice de Figuras

Figura 1 – Página eletrónica do IVV (www.ivv.min-agricultura.pt), onde se encontra a informação relativa ao concurso e de onde se pode extrair o ficheiro do formulário.....	4
Figura 2 – Botões de navegação entre páginas.....	6
Figura 3 – Menu Página do formulário	7
Figura 4 – Página 1 do formulário [Parametrização da Candidatura].....	10
Figura 5 – Página 2 do formulário [Identificação do Beneficiário]	13
Figura 6 – Página 3 do formulário [Historial]	16
Figura 7 – Página 4 do formulário [Comercialização e Promoção de Vinhos].....	19
Figura 8 – Página 5 do formulário [Dados Globais da Comercialização].....	21
Figura 9 – Página 6 do formulário [Comercialização].....	22
Figura 10 – Página 7 do formulário [Análise SWOT]	23
Figura 11 – Página 8 do formulário [Identificação das Entidades Associadas]	24
Figura 12 – Página 8.1 do formulário [Identificação das Entidades Associadas]	24
Figura 13 – Página 9 dor formulário [Objetivos, Estratégia e Mensagens].....	25
Figura 14 – Página 10 do formulário [Caracterização dos mercados alvo]	26
Figura 15 – Página 11 do formulário [Descrição dos resultados esperados]	27
Figura 16 – Página 12 do formulário [Entidade Responsável pela execução].....	27
Figura 17 – Página 13 do formulário [Despesas, Lista de ações, Calendário e Descrição da ação]	29
Figura 18 – Página 14 do formulário [Declarações de Compromisso]	32
Figura 19 – Página 15 do formulário [Documentação necessária]	32
Figura 20 – Mensagem relativa ao envio de candidatura, onde consta referência provisória.....	34
Figura 21 – Página do SiAPV onde é feito o envio eletrónico da documentação.....	35

1. REGRAS BASE DE FUNCIONAMENTO DO FORMULÁRIO



1.1. INSTALAÇÃO DO FORMULÁRIO

O formulário de candidatura está disponível na página eletrónica do Instituto da Vinha e do Vinho, IP (IVV), <http://www.ivv.min-agricultura.pt>, podendo ser instalado em qualquer computador que utilize o sistema operativo Windows ou outro sistema operativo (conforme fig. 1).

The screenshot shows the IVV website interface. The top navigation bar includes links for 'IVV, I.P.', 'Vinha', 'Vinho', 'Promoção', 'Informação', 'Exportação', 'Regiões', and 'Estatística', along with a search box. The main content area is divided into three columns. The left column features social media icons for Twitter, YouTube, and Facebook, and the IVV logo. The middle column is titled 'Concurso n.º 1/2014' and contains a list of links: 'Início - Promoção - Países Terceiros - Concurso 1/2013 - Concurso n.º 1/2014', 'Normas Complementares de aplicação da medida de Apoio à Promoção de Vinhos em Mercados de Países Terceiros [PDF]', 'Portaria n.º 257/2013, de 13 de agosto [PDF]', 'Aviso de Abertura de Concurso n.º 1/2014 [PDF]', 'Formulário de Candidatura ao Apoio à Promoção' (highlighted with a red arrow), 'Manual de Preenchimento do Formulário de Candidatura [PDF]', 'Envio dos documentos complementares à candidatura', and 'Minuta Empresa de Distribuição / Prestação de Serviços [DOC]'. The right column contains 'Atualidades', 'Newsletter', 'Links Úteis', and 'SIVV ÁREA RESERVADA'. At the bottom, there are social sharing icons and a 'Share' button.

Figura 1 – Página eletrónica do IVV (www.ivv.min-agricultura.pt), onde se encontra a informação relativa ao concurso e de onde se pode extrair o ficheiro do formulário

Para utilizar o formulário de candidatura deve, em primeiro lugar, ter no seu computador a versão Java adequada à versão do sistema operativo que utiliza. De seguida, é necessário proceder à instalação do formulário através de um "arquivo de instalação" (ficheiro zip) ou de um "instalador" (ficheiro exe), consoante o tipo de sistema operativo:

A- TODOS OS SISTEMAS OPERATIVOS [Arquivo de Instalação - ZIP]

1. Descarregue o arquivo de instalação [ZIP], podendo optar por abrir ou por guardar este ficheiro zipado;
2. Extraia o ficheiro java com a designação **fme-mpt-*nnn*.jar** (*nnn*, identifica a versão);
3. Execute o ficheiro extraído, da seguinte forma:
 - **Para os Sistemas Windows:**
 - Guarde o ficheiro *.jar numa pasta onde tenha todas as permissões, como por exemplo no "Ambiente de Trabalho"/"Os meus documentos";
 - Execute o ficheiro *.jar com um duplo clique do rato.
 - **Sistemas Linux Ubuntu:**
 - Guarde o ficheiro *.jar numa pasta onde tenha todas as permissões;
 - Ative o bit de execução: edite as propriedades do ficheiro com o botão direito do rato e, no separador "Permissões", marque a opção "Permitir executar...";
 - Escolha um *Java Runtime* como aplicação pré-definida dos ficheiros *.jar no separador "Abrir Com" das propriedades do ficheiro;
 - - Execute o ficheiro *.jar com um duplo clique do rato.
 - **Sistemas Mac OS X:**
 - Guarde o ficheiro *.jar numa pasta onde tenha todas as permissões;
 - Se necessário, escolha "Jar Launcher.app" como predefinição para abrir ficheiros *.jar;
 - Execute o ficheiro .jar com um duplo clique do rato.

B- ESPECÍFICA PARA SISTEMAS WINDOWS [Instalador EXE]

1. Descarregue o instalador FPaisesTerceiros*nnn* [EXE] (*nnn* identifica a versão);
2. Execute o instalador e siga os passos da instalação, carregando nos botões "Seguinte" até à conclusão da instalação;
3. Execute o atalho "Apoio à Promoção de Vinhos" instalada no seu ambiente de trabalho.

1.2. GESTÃO DE FICHEIROS GERADOS PELO FORMULÁRIO

GRAVAR FICHEIRO DE CANDIDATURA

À medida que se vai preenchendo o formulário, é conveniente gravar o trabalho no computador ou noutro suporte eletrónico. A gravação pode ser feita da seguinte forma:

1. botão «Guardar»;
2. menu Ficheiro e selecionar a opção "Guardar" ou "Guardar como";

3. Pode atribuir um nome ao ficheiro e escolher a pasta onde este vai ficar gravado.

O ficheiro com os dados de candidatura assume o nome escolhido e a extensão *.mpt.

ABRIR FICHEIRO DE CANDIDATURA

Para abrir um ficheiro de candidatura (*.mpt) previamente gravado, deve proceder da seguinte forma:

1. Abrir o ficheiro do formulário, com a extensão *.jar;
2. Clicar no botão «Abrir» ou através do menu Ficheiro e seleccionar a opção “Abrir”;
3. Seleccionar o ficheiro anteriormente gravado.

ATUALIZAR FICHEIRO GRAVADO NUMA VERSÃO ANTERIOR

Caso tenha sido lançada uma nova versão do formulário pelo IVV, deve atualizar o ficheiro de candidatura gravado numa versão anterior, procedendo da seguinte forma:

1. Descarregar e instalar o novo formulário de acordo com as indicações constantes no ponto 1.1 deste Manual;
2. Abrir a nova versão do formulário (extensão *.jar);
3. Clicar no botão «Abrir» ou através do menu Ficheiro e seleccionar a opção “Abrir”;
4. Seleccionar o ficheiro anteriormente gravado;
5. No menu ficheiro, seleccionar a opção “Guardar como” e atribuir nome ao novo ficheiro de candidatura (*.mpt);
6. Verificar se todos os campos contêm a informação gravada na versão anterior do formulário: se sim, gravar novamente e aconselha-se a apagar o ficheiro gravado na versão anterior, para não causar confusão no momento de envio da candidatura; se não, preencher os campos que não foram automaticamente atualizados antes de apagar o ficheiro inicial.

NAVEGAR ENTRE PÁGINAS

A navegação entre páginas do formulário pode ser feita facilmente através de:

1. Botões de navegação: “Primeira Página”, “Página Anterior”, “Página Seguinte” e “Última Página” (fig. 2);

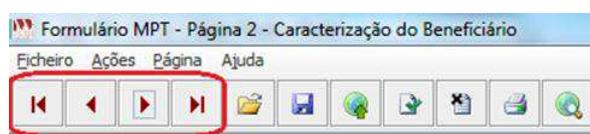


Figura 2 – Botões de navegação entre páginas

2. Menu Página, escolhendo depois a página para onde quer deslocar o cursor, conforme Figura 3.

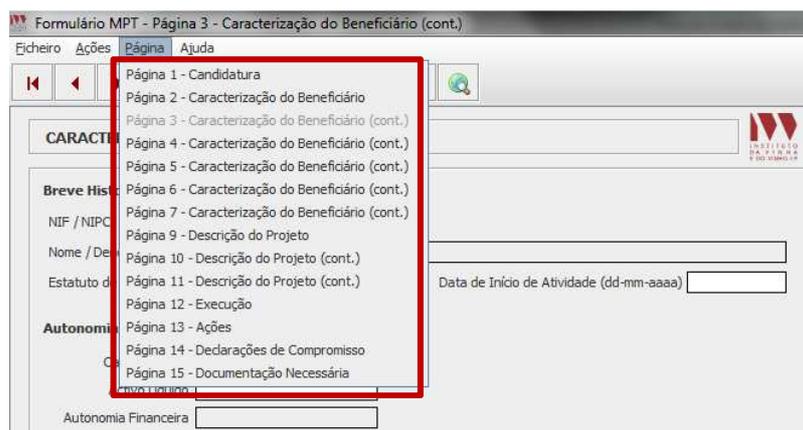


Figura 3 – Menu Página do formulário

IMPRESSÃO

A impressão pode ser feita por página individual, por um conjunto de páginas ou todo o formulário:

- Imprimir uma folha: pode utilizar o botão “Imprimir” ou ir ao Menu “Ficheiro” e selecionar a opção “Imprimir página”;
- Imprimir um conjunto de folhas: ir ao Menu “Ficheiro” e selecionar a opção “Imprimir...” e depois selecionar as páginas que se querem imprimir;
- Imprimir todo o formulário: ir ao Menu “Ficheiro”, selecionar a opção “Imprimir...” e depois carregar primeiro no botão “Marcar”, e depois o botão “Imprimir”.

1.3. INFORMAÇÃO INTRODUZIDA

VALIDAÇÃO DE DADOS

O formulário permite validar os dados inseridos, através da utilização, no menu “Ações”, da opção “Validar Formulário” ou em alternativa “clique” no ícone de validação, para efetuar a validação por página.

Caso existam anomalias no preenchimento, o formulário emite mensagens de erro (*a vermelho*) e alertas (*a amarelo*), sendo que apenas os erros impedem o envio da candidatura.

LIMPAR DADOS INTRODUZIDOS

Caso seja necessário limpar dados já preenchidos no ficheiro, pode utilizar as seguintes opções:

- Limpar um campo: colocar o cursor no campo que se quer limpar, clicar rapidamente 2 vezes e depois carregar na tecla “Delete”, ou arrastar o cursor sobre o campo que se quer apagar, e carregar na tecla “Delete”;
- Limpar uma página: no menu “Ações”, selecionar a opção “Limpar página”;
- Limpar todo o formulário: no menu “Ações”, selecionar a opção “Limpar formulário”.

DICAS DE PREENCHIMENTO

No preenchimento do formulário, deve ser tido em consideração:

- Os campos de texto devem ser preenchidos utilizando a regra da 1ª letra em maiúscula. Não deve ser preenchido utilizando apenas maiúsculas;
- Numa tabela, para passar de um campo para o campo seguinte, pode utilizar a tecla dos *tabs* [↔];
- Numa tabela, para passar de um campo para o campo imediatamente abaixo, deve acionar a tecla “ENTER” duas vezes seguidas.

ERROS GENÉRICOS

Caso ocorram com alguma frequência erros e/ou bloqueios, deve adotar os seguintes procedimentos preventivos durante o preenchimento do formulário:

1. Fechar algumas janelas que eventualmente se encontrem abertas no computador, nomeadamente as relacionadas com Word, Excel ou outras aplicações, de forma a libertar memória para o formulário;
2. Expandir a janela onde está a ser executado o formulário, clicando no botão de maximizar de modo que o formulário ocupe toda a largura do ecrã, permitindo uma menor utilização da barra de *scroll* horizontal;
3. Gravar com frequência os dados para não os perder.

2. SiAPV – PREENCHIMENTO DO FORMULÁRIO



Os dados introduzidos no formulário de candidatura SiAPV são de natureza declarativa, devendo corresponder sempre à verdade dos factos. A prestação de informações falsas sobre a situação do beneficiário ou viciação dos dados fornecidos na candidatura, poderão ditar a sua exclusão imediata do concurso.

O formulário eletrónico SiAPV é um ficheiro composto por 15 páginas que permite o preenchimento *offline* da candidatura ao Apoio à Promoção de Vinhos em Mercados de Países Terceiros, contendo validações que procuram evitar erros de preenchimento e o envio de candidaturas incompletas.

2.1. PARAMETRIZAÇÃO DA CANDIDATURA

Na primeira página do formulário são solicitadas informações necessárias à parametrização da candidatura, nomeadamente identificação do tipo de beneficiário, tipo de candidatura, histórico de candidaturas e mercados-alvo escolhidos (*ver fig. 4*).

O beneficiário tem que preencher e assinalar na página 1 do formulário, os seguintes dados, cujo preenchimento é **obrigatório**:

Tipo de Beneficiário

Deve seleccionar uma das seguintes opções:

- EOP – Empresas e Organizações de Produtores;
- AOPI – Associações e Organizações Profissionais e Interprofissionais.

Tipo de Candidatura

Deve seleccionar uma das seguintes opções:

- Individual – Candidatura apresentada por uma só entidade;
- Conjunta – Candidatura apresentada em conjunto por mais do que uma entidade, sendo o número total de entidades associadas determinado pelo preenchimento da página 8 do formulário, e tendo em conta, que:
 - Estas candidaturas têm obrigatoriamente uma **entidade líder** com a qual serão efetuados todos os contactos necessários e a quem serão

- dirigidas todas as formalidades inerentes aos procedimentos legais aplicáveis;
- As candidaturas conjuntas devem ser precedidas de um **acordo escrito** celebrado entre as entidades beneficiárias, com indicação expressa daquela que for designada como entidade líder e da percentagem de participação de cada uma no investimento em promoção em mercados de países terceiros abrangido pelo projeto apresentado.

Formulário MPT - Página 1 - Candidatura

Ficheiro Ações Página Ajuda

≡ Concurso nº 1/2014 ≡

INSTITUTO DA VINHA E DO VINHO, I.P. APOIO À PROMOÇÃO DE VINHOS EM MERCADOS DE PAÍSES TERCEIROS

Legislação Aplicável:

- » Artigo 103.º-P do Reg. (CE) n.º 1234/2007, do Conselho, de 22 de outubro, com as alterações introduzidas pelo Reg. (CE) n.º 491/2009, do Conselho, de 25 de maio;
- » Artigos 4.º e 5.º do Reg. (CE) n.º 555/2008, da Comissão, de 27 de junho, com as alterações introduzidas pelo Reg. de Execução (UE) n.º 752/2013, da Comissão, de 31 de julho;
- » Portaria n.º 257/2013, de 13 de agosto

Ano de Referência Tipo de Beneficiário EOP (Empresas e Org. Produtores)
 AOPI (Ass. e Org. Prof. e Interprofissionais)

Tipo de Candidatura Individual
 Conjunta Nº de entidades associadas (*)

Histórico de Candidatura(s) 1ª Candidatura
 Concursos anteriores

Concurso	Nº Proj.	Mercados

Duração do Projeto (nº anos do projeto, de 1 a 3)

Mercados

Mercado	Nº Ações (*)	Ano 1 (*)	Ano 2 (*)	Ano 3 (*)	Total (*)

(*) campos de preenchimento automático

Investimento Proposto

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Total
Total dos Mercados	0	0	0	0
Despesas Gerais do Beneficiário	0	0	0	0
Despesas com Recursos Humanos	0	0	0	0
Total	0	0	0	0

Distribuição do financiamento por período de execução financeira (de 16/Out/ano n a 15/Out/ano n+1)

Ano 1
Ano 2
Ano 3
Ano 4 Total

Figura 4 – Página 1 do formulário [Parametrização da Candidatura]

Histórico de Candidatura(s)

Deve selecionar uma das seguintes opções:

- 1ª Candidatura – Opção a assinalar pelos beneficiários que estão pela primeira vez a submeter um projeto no âmbito desta medida de apoio;
- Concursos Anteriores – Caso tenha apresentado projetos em concursos anteriores, o beneficiário deve selecionar da lista os concursos em que participou e o número atribuído ao projeto pelo IVV.

Duração do Projeto

- Deve indicar a duração do projeto, utilizando o ano como unidade de referência, escolhendo um número entre 1 e 3.

Mercados

- Deve selecionar o(s) mercado(s) onde o projeto de promoção vai ser desenvolvido, escolhendo a partir da lista de valores disponível;
- No preenchimento do quadro relativo aos mercados deve ser tido em consideração o seguinte:
 - Cada país terceiro deve corresponder a uma única linha deste quadro;
 - Caso tenha mais do que 5 mercados, pode adicionar linhas adicionais clicando no botão «Nova Linha»;
- O montante de investimento previsto para cada fase por mercado é preenchido **automaticamente** e provém da informação introduzida na página 13 do formulário, no que respeita ao investimento previsto para cada ação (valores excluídos de IVA).

Distribuição do financiamento

- No preenchimento do quadro relativo à distribuição do financiamento deve ser tido em consideração o seguinte:
 - Este quadro só deve ser preenchido após o preenchimento automático do quadro do montante de investimento proposto.
 - O montante total do investimento deve ser repartido pelos períodos de execução financeira (de 16 de outubro do ano n a 15 de outubro do ano n+1) de acordo com a previsão de despesas a realizar e a pagar referentes às ações que pretende efetuar ao longo do período de duração do projeto ou seja, previsão de pedidos de pagamento do apoio a apresentar ao IFAP, I. P.;
 - O investimento de um projeto com 3 anos de duração, pode ser repartido por 4 períodos de execução financeira e, um de 2 por 3 períodos e, assim sucessivamente.
 - O somatório (total) da distribuição financeira tem que ser igual ao total do investimento proposto.

2.2. CARACTERIZAÇÃO DO BENEFICIÁRIO

Na segunda página do formulário constam os dados que identificam o beneficiário, o próprio beneficiário no caso de uma candidatura individual, ou a entidade líder do projeto que representa todas as entidades beneficiárias que se associam numa candidatura conjunta, bem como os representantes legais, o responsável pelos contactos futuros relacionados com a candidatura e, ainda um contacto alternativo (*ver fig. 5*).

Esta página é composta pelos seguintes quadros:

Identificação do Beneficiário

- NIF / NIPC – Campo destinado ao número de identificação fiscal ou número de identificação de pessoa coletiva, cujo preenchimento é obrigatório.
- NIFAP – Número de Beneficiário do Instituto de Financiamento da Agricultura e Pescas, IP (IFAP), é um campo de preenchimento facultativo no momento de candidatura. Importa referir, que, em caso de aprovação do projeto, o beneficiário terá que obrigatoriamente apresentar um formulário IB (Identificação de Beneficiário) nas condições e locais definidos pelo IFAP, para lhe seja atribuído um NIFAP, **indispensável para o pagamento do apoio**.
- Nome / Denominação Social – Campo de preenchimento obrigatório, onde o beneficiário é identificado por:
 - Nome completo do beneficiário, se for individual;
 - Denominação social da empresa/entidade, conforme consta do cartão do Registo Nacional de Pessoas Coletivas, se for pessoa coletiva.
- Morada/Sede Social, Localidade e Código Postal – Identificação da morada completa relativa à sede social do beneficiário. O Código Postal deve conter 4 dígitos iniciais, acrescidos de um subcódigo de 3 dígitos, seguidos da Designação Postal.
- O Concelho onde está sedeedo deve ser selecionado da lista de valores disponível, sendo o Distrito preenchido automaticamente a partir do Concelho escolhido.
- Telefone – Preenchimento obrigatório, podendo ser um número fixo ou móvel.
- E-mail – Endereço de correio eletrónico válido para troca de correspondência/ esclarecimentos, e envio de informação relacionada com a medida de apoio. É de preenchimento obrigatório.
- Telefax – Preenchimento facultativo.
- Página Internet – Endereço eletrónico do beneficiário na Internet, caso exista. Preenchimento facultativo.
- Região Vitivinícola onde está sedeedo – Deverá selecionar a região vitivinícola onde se encontra a sede ou, em alternativa e se justificar, a que seja mais representativa em termos da origem da produção:

- Regiões a considerar: Minho, Trás-os-Montes, Douro, Beiras, Tejo, Lisboa, Península de Setúbal, Alentejo, Algarve, Madeira ou Açores.



As regiões têm como limites geográficos, os definidos na legislação para os vinhos com indicação geográfica em cada uma das regiões. Em caso de dúvidas, sugere-se a consulta do anuário dos “Vinhos e Aguardentes de Portugal” disponível no site do IVV (www.ivv.min-agricultura.pt).

- **Forma Jurídica:** deverá selecionar a forma jurídica que se adequa ao beneficiário da lista de opções disponíveis:
 - Associação;
 - Associação - Entidade Certificadora;
 - Cooperativas (inclui Uniões, Associações e Federações de);
 - Empresário em nome individual;
 - Estabelecimento individual de responsabilidade limitada (EIRL);
 - Fundação;
 - Herança indivisa;
 - Instituto Público;
 - Instituto Público - Entidade Certificadora;
 - Sociedade Anónima;
 - Sociedade em comandita;
 - Sociedade em nome coletivo;
 - Sociedade por quotas;
 - Sociedade Unipessoal por quotas;
 - Outra.

Formulário MPT - Página 2 - Caracterização do Beneficiário

Identificação do Beneficiário / Entidade Líder

NIF / NIPC: NIFAP:

Nome / Denominação Social:

Morada / Sede Social:

Localidade: Código Postal:

Concelho: Distrito:

Telefone(s): E-mail:

Telefax: Página Internet:

Região Vitivinícola onde está sediado: Forma Jurídica:

Representante(s) Legal(is) responsável(eis) pela apresentação da candidatura

N.º	Nome	Qualidade/Cargo	N.º BI / Cartão Cidadão
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Responsável do Projeto

Nome:

Cargo: E-mail:

Morada:

Localidade: Código Postal:

Telefone(s): Telefax:

Contacto Alternativo

Nome:

Cargo: E-mail:

Morada:

Localidade: Código Postal:

Telefone(s): Telefax:

Figura 5 – Página 2 do formulário [Identificação do Beneficiário]

Representante legal responsável pela candidatura

- Deve ser identificado o representante legal responsável pela candidatura, e que assina a cópia em papel, sendo necessário preencher os campos Nome, Qualidade/Cargo, e número do BI / Cartão de Cidadão. Se existir mais do que um responsável, as duas linhas devem ser preenchidas.



Para efeitos de apresentação da candidatura, não é exigida a indicação de mais do que dois responsáveis. No entanto, em caso de aprovação do projeto, para efeitos de assinatura do contrato com o IFAP, deve constar no registo de “Identificação do Beneficiário” do IFAP, todos os responsáveis que constam na certidão permanente.

Responsáveis para contacto

- Deve ser indicada a pessoa responsável para todos os contactos relacionados com a candidatura, preenchendo os campos Nome, Cargo, E-mail, Morada, Localidade, Código Postal, Telefone(s) e Telefax, seguindo as regras definidas anteriormente para estes campos.
- Os mesmos campos devem ser preenchidos para a pessoa que possa vir a substituir o responsável pelo projeto.

Enquadramento do beneficiário no setor

- Os campos NIF / NIPC e Nome / Denominação Social aparecem pré-preenchidos com a informação introduzida na página 2 do formulário (*ver Fig. 6*).
- Estatuto de PME: deve ser selecionada a opção relacionada com o estatuto de Pequena e Média Empresa que se aplica ao beneficiário (micro, pequena ou média empresa) ou a opção “não aplicável” para outras situações.
- Data de início de atividade: deve indicar a data de início de atividade no setor vitivinícola, que deve ser anterior a 1 de agosto de 2012, respeitando o formato dd-mm-aaaa (dia-mês-ano).
- Autonomia financeira: devem ser indicados os valores do Capital Próprio e do Ativo Líquido do Balanço de 2012 para que possa ser calculado de forma automática o rácio de autonomia financeira. Pretende-se caracterizar a situação económico-financeira da empresa, por forma a aferir a sua sustentabilidade.
- Identificação do código de validação da IES - Informação Empresarial Simplificada de 2012: deve ser indicado o código de validação que serve para provar que a IES submetida foi entregue e aceite pela Administração Fiscal. Uma vez que se tratam de dados objeto de avaliação em sede de candidatura, esta informação destina-se a tornar o processo de avaliação de candidatura

mais célere, evitando, assim, um possível pedido de esclarecimentos adicionais.

- Regime de IVA - Imposto sobre o Valor Acrescentado: deve ser indicado o regime de IVA a que o beneficiário está sujeito.
- Principais atividades desenvolvidas no setor: devem indicar as principais atividades desenvolvidas selecionando a partir da lista disponível:
 - Lista de atividades:
 - Armazenista;
 - Certificação de vinhos com DOP/IGP (Denominação de Origem Protegida/ Indicação Geográfica Protegida);
 - Destilador;
 - Engarrafador;
 - Importador ou Exportador;
 - Fabricante de vinagre de vinho;
 - Negociante sem estabelecimento;
 - Preparador;
 - Produtor;
 - Vitivinicultor;
 - Vitivinicultor-engarrafador;
 - Prestação de serviços no setor - divulgação
 - Só é possível selecionar, no máximo, 5 atividades;
 - Só as entidades certificadoras podem selecionar a opção “Certificação de vinhos com DOP/IGP”.



Os beneficiários que estejam ligados **apenas** à divulgação no setor vitivinícola, sem ligação direta à produção ou comercialização de vinhos, devem selecionar a opção “Prestação de Serviços no Setor – Divulgação”.

- A tabela Produtos e regiões onde atua está subdividida em 2 partes. Assim:
 - Na 1ª parte Produtos representados / comercializados / produzidos e regiões onde atua: devem ser assinalados com um visto os vinhos DOP/IGP com que trabalham, e para cada linha assinalada e também para os Vinhos com indicação de casta, deve ser indicado um valor indicativo do volume anual médio (em hl) dos vinhos em causa.
 - Na 2ª parte Produtos a promover nos mercados alvos: tendo em consideração o indicado na 1ª parte, devem ser assinalados com um visto os vinhos DOP/IGP que já exportam para os mercados escolhidos na 1ª página do formulário, e para cada linha assinalada e também para os Vinhos com indicação de casta, deve ser indicado um valor indicativo do volume anual médio (em hl) dos vinhos em causa.

 As empresas que apenas tenham indicado com atividade “Prestação de Serviços no Setor – Divulgação”, devem no campo do Volume Anual (hl) **inscrever o valor zero** mas devem indicar os principais tipos de vinhos DOP/IGP e Vinhos com indicação de casta abrangidos pela sua atividade de Divulgação.

Formulário MPT - Página 3 - Caracterização do Beneficiário (cont.)

Ficheiro Ações Página Ajuda

CARACTERIZAÇÃO DO BENEFICIÁRIO

Breve Historial do Beneficiário / Entidade Líder

NIF / NIPC

Nome / Denominação Social

Estatuto de PME Data de Início de Atividade (dd-mm-aaaa)

Autonomia Financeira 2012

Capital Próprio

Activo Líquido

Autonomia Financeira

Identificação do código de validação da IES - Informação Empresarial Simplificada
2012

Regime de IVA

1. Regime Geral
 2. Regime de afectação real
 3. Regime "pro-rata" Taxa do regime "pro-rata" %
 4. Regime de Isenção

Principais atividades desenvolvidas no sector

Nº	Atividade

Produtos e regiões onde atua

Região	Produtos representados / comercializados / produzidos			Produtos a promover nos mercados alvo			
	Vinhos DOP	Vinhos IGP	Volume Anual (hl)	Vinhos DOP	Vinhos IGP	Comercialização Estimada (hl)	
Minho	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
Trás-os-Montes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
Douro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
Porto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
Beiras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
Tejo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
Lisboa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
Península de Setúbal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
Alentejo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
Algarve	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
Madeira	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
Açores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
Vinhos com indicação de casta (no âmbito da Portaria n.º 199/2010, de 14 de abril)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
Volume total (hl)			<input type="text"/>	Volume total (hl)			<input type="text"/>

Representa / Comercializa / Produz Vinhos sem DOP/IGP? Sim Não

Representa / Comercializa / Produz outros produtos víquicos? Sim Não Quais?

Representa / Comercializa / Produz produtos não víquicos? Sim Não Quais?

Utiliza a imagem Wines of Portugal nos materiais de promoção/publicidade? Sim Não Pretende vir a utilizar

Principais Marcas Representadas / Comercializadas

Nº	Descrição

Outra informação relevante

Figura 6 – Página 3 do formulário [Historial]

De seguida, aparece um conjunto de questões cuja resposta é obrigatória:

- Representa / Comercializa / Produz Vinhos sem DOP/IGP: no caso de trabalhar com vinhos não certificados, deve assinalar a opção “Sim”, caso contrário, deve optar pelo “Não”.
- Representa / Comercializa / Produz outros produtos v\u00ednicos: no caso de trabalhar com outros produtos v\u00ednicos (aguardentes, vinagre de vinho, outros), deve assinalar a op\u00e7\u00e3o “Sim” e indicar quais, caso contr\u00e1rio, deve optar pelo “N\u00e3o”.
- Representa / Comercializa / Produz produtos n\u00e3o v\u00ednicos: no caso de trabalhar com produtos n\u00e3o v\u00ednicos (queijos, azeite, outros), deve assinalar a op\u00e7\u00e3o “Sim” e indicar quais, caso contr\u00e1rio, deve optar pelo “N\u00e3o”.
- Quanto \u00e0 utiliza\u00e7\u00e3o da imagem *Wines of Portugal* (WoP) nos materiais de promo\u00e7\u00e3o e publicidade:
 - deve assinalar “Sim” se j\u00e1 se inscreveu e utiliza normalmente a imagem WoP nos materiais de promo\u00e7\u00e3o e publicidade;
 - deve assinalar a “N\u00e3o” se n\u00e3o utiliza e nem prev\u00ea utilizar a imagem WoP, no per\u00edodo de execu\u00e7\u00e3o do projeto;
 - se n\u00e3o utiliza, mas pretende vir a utilizar num futuro pr\u00f3ximo (ainda durante o per\u00edodo de execu\u00e7\u00e3o do projeto), ent\u00e3o deve assinalar a op\u00e7\u00e3o “Pretende vir a utilizar”.
- Deve haver uma breve men\u00e7\u00e3o \u00e0s Principais Marcas Comercializadas nos mercados selecionados e inclu\u00eddas neste projeto. **Este campo n\u00e3o \u00e9 vis\u00edvel para as entidades certificadoras.**

Outra informa\u00e7\u00e3o relevante

- Campo de preenchimento livre e facultativo, onde o benefici\u00e1rio pode acrescentar alguma informa\u00e7\u00e3o considerada relevante para a an\u00e1lise do projeto, desde que n\u00e3o conste j\u00e1 noutro campo do formul\u00e1rio.

Aspetos relevantes com a Comercializa\u00e7\u00e3o e Promo\u00e7\u00e3o de Vinhos

Para conhecer a experi\u00eancia e recursos afetos \u00e0 promo\u00e7\u00e3o e comercializa\u00e7\u00e3o de vinhos, s\u00e3o solicitados na P\u00e1gina 4 (ver Fig. 7), os seguintes dados:

- Composi\u00e7\u00e3o da equipa de Marketing, Promo\u00e7\u00e3o e Exporta\u00e7\u00e3o: deve ser caracterizada a equipa ligada ao Marketing, Promo\u00e7\u00e3o e Exporta\u00e7\u00e3o, atrav\u00e9s da indica\u00e7\u00e3o do n\u00famero de pessoas existente por:
 - \u00c1rea funcional: selecionar a op\u00e7\u00e3o que melhor se adapta para indicar a principal \u00e1rea de trabalho dos membros da equipa - Administra\u00e7\u00e3o / Dire\u00e7\u00e3o, Comercial / Vendas, Enologia, Exporta\u00e7\u00e3o, Financeira / Contabilidade, Produ\u00e7\u00e3o, Promo\u00e7\u00e3o / Marketing ou Outras;
 - N\u00edvel de habilita\u00e7\u00f5es: selecionar a op\u00e7\u00e3o que caracteriza o n\u00edvel de habilita\u00e7\u00f5es dos membros da equipa - Ensino b\u00e1sico, Ensino

secundário, Bacharelato, Licenciatura, Mestrado/Pós-graduação ou Doutoramento.

- Recursos humanos diretos: para os mercados escolhidos na primeira página do formulário, deve indicar o número de pessoas afetas à realização direta das ações. Estas pessoas, podem ser colaboradores permanentes da empresa ou a contratar.
- Encargos com Promoção: deve indicar os montantes gastos com ações de promoção nos 3 últimos anos:
 - Se não teve encargos relacionados com a promoção de vinhos, não preenche nenhuma linha;
 - Se for possível, deve diferenciar os gastos por mercado: Portugal, União europeia e Países Terceiros;
 - Se só teve encargos num ano, coloca a zeros os campos dos outros anos.
- Apoios Financeiros Comunitários e Nacionais: caso tenha tido qualquer tipo de apoio público, deve indicar os montantes recebidos nos últimos 3 anos, diferenciando por fonte do apoio:
 - Quadro de Referência Estratégico Nacional (QREN);
 - Organização Comum do Mercado Vitivinícola – Programa Nacional (OCM);
 - Promoção de vinhos e produtos víquicos no mercado interno (PMI);
 - Outros programas (por exemplo, PROMAG);
 - Se não teve apoios, não preenche.
- Programas / Projetos em curso: caso tenha um projeto a decorrer ou faça parte indiretamente de um programa que beneficie de qualquer tipo de apoio público, deve indicar as datas de início e fim respeitando o formato dd-mm-aaaa (dia-mês-ano), os montantes a receber e os mercados alvos desse apoio, diferenciando por fonte do apoio:
 - Quadro de Referência Estratégico Nacional (QREN);
 - Organização Comum do Mercado Vitivinícola – Programa Nacional (OCM);
 - Promoção de vinhos e produtos víquicos no mercado interno (PMI);
 - Outros programas (por exemplo, PROMAG);
 - Se não teve apoios, não preenche.

Formulário MPT - Página 4 - Caracterização do Beneficiário (cont.)

Ficheiro Ações Página Ajuda

Caracterização do Beneficiário

Aspetos Relevantes relacionados com a Comercialização e Promoção de Vinhos

Composição da equipa Marketing, Promoção e Exportação

Nº	Área Funcional	Nível de Habilitações	Nº Pessoas

Recursos Humanos Diretos

Nº Pessoas	Existentes/A contratar	Mercado

Encargos com promoção

Mercado	2010		2011		2012	
	Montante (€)	(%)	Montante (€)	(%)	Montante (€)	(%)
Portugal						
U.E.						
Países Terceiros						
Total						

Apoios Financeiros Comunitários e Nacionais (em €)

Apoio	Designação	2010	2011	2012
QREN				
OCM				
PMI				
Outros				
Total				

Programas/Projetos em Curso

Apoio	Designação	Início	Fim	Valor Apoio	Mercados
QREN					
OCM					
PMI					
Outros					
Total					

Tipo de ações que realizou nos últimos 3 anos

Nº	País	Tipologia	Indicação Complementar

Prémios/referências de importância internacional (indicar publicação, evento, nome de personalidades)

Nº	Ano	Designação

Figura 7 – Página 4 do formulário [Comercialização e Promoção de Vinhos]

- Tipos de ações de Promoção que realizou nos últimos 3 anos: deve seleccionar da lista de opções, o tipo de ações que realizou e identificar o país onde foi realizada.
 - As opções pré-definidas para o tipo de ações são:
 - Ações em pontos de venda - canal HORECA;
 - Ações em pontos de venda - superfícies comerciais;
 - Jantares Vínicos;

- Participação em Feiras de cariz nacional/regional;
 - Participação em Feiras Internacionais;
 - Provas de vinho;
 - Publicidade - Imprensa especializada;
 - Publicidade - Imprensa generalista;
 - Publicidade – Outdoors;
 - Publicidade – Rádio;
 - Publicidade – Televisão;
 - Visitas Inversas;
 - Concursos de vinho;
 - Outras (indicar).
- Deve ser preenchida o campo da indicação complementar de uma ação, para melhor identifica-la. Por exemplo, no caso de Feiras de importância internacional, deve ser indicado o nome da feira (Expovinis, Prowein, outra).
- Prémio/Referências de importância internacional: deve indicar por ordem decrescente de ano, os prémios obtidos ou referências feitas ao beneficiário e/ou aos produtos comercializados, que tenham reconhecido impacto internacional, identificando a publicação, evento ou personalidade em causa. **Este campo não é visível para as entidades certificadoras.**

Dados Globais da Comercialização

Na página 5 (ver fig. 8), são solicitados dados globais da comercialização que permitem avaliar a evolução da comercialização, em valor (€) e volume (hl).

- Deve distinguir os dados pelos seguintes critérios:
 - Tipos de produto produzidos/comercializados: DOP, IGP, Vinho com indicação de Casta (sem certificação) e/ou Vinho;
 - Tipo de acondicionamento: acondicionado e/ou a granel;
 - Grandes mercados de destino: Portugal, União Europeia e/ou Países Terceiros.

 As empresas que apenas tenham indicado com atividade “Prestação de Serviços no Setor – Divulgação” nas atividades desenvolvidas no setor, apenas devem preencher o campo do valor (€) nas três linhas de mercado correspondentes à coluna “Serviços”.

Vinhos	Mercado	Modo	2010				2011					
			Valor (€)	%	Volume (l)	%	Preço Médio	Valor (€)	%	Volume (l)	%	Preço
DOP	Portugal	Granel										
		Acond.										
	União Europeia	Granel										
		Acond.										
Países Terceiros	Granel											
	Acond.											
Subtotal												
IGP	Portugal	Granel										
		Acond.										
	União Europeia	Granel										
		Acond.										
Países Terceiros	Granel											
	Acond.											
Subtotal												
Casta	Portugal	Granel										
		Acond.										
	União Europeia	Granel										
		Acond.										
Países Terceiros	Granel											
	Acond.											
Subtotal												
Vinho	Portugal	Granel										
		Acond.										
	União Europeia	Granel										
		Acond.										
Países Terceiros	Granel											
	Acond.											
Subtotal												
TOTAL												
Serviços	Portugal											
	União Europeia											
	Países Terceiros											
	Subtotal											

Figura 8 – Página 5 do formulário [Dados Globais da Comercialização]

Comercialização

- Principais destinos de comercialização/divulgação dos vinhos (em valor): deve indicar os principais países de exportação dos vinhos ou de realização de ações de divulgação, por ordem decrescente de importância em termos de valor gerado (ver Fig. 9).
- Circuitos de comercialização/contactos já estabelecidos nos mercados alvo: para os **mercados escolhidos** na primeira página do formulário, deve identificar aqueles onde já existe uma estrutura de comercialização ou rede de contactos a funcionar.
 - Caso tenha distribuidor num determinado mercado, deve assinalar a respetiva caixa com um visto;
 - No campo Importadores/Distribuidores deve identificar pelo nome os agentes de comercialização.

 Caso se justifique, pode **acrescentar linhas** de países ou de circuitos de comercialização através dos botões que permitem inserir linhas.

- Portfólio a comercializar: a preencher pelas entidades com atividade principal na área da distribuição e que promovem vinhos de terceiros. Deve ser indicado o Número de Identificação Fiscal (NIF) e o nome dos produtores que evidenciem o interesse de participar no projeto das entidades cujos vinhos distribuem nos mercados escolhidos na primeira página do formulário. Deve ainda ser indicado, por produtor, as marcas a promover, o tipo de vinho, a região e o volume estimado (litro). Os dados apresentados devem ser comprovados por uma declaração impressa em papel timbrado do produtor,

em que declara o seu interesse nas atividades de promoção, bem como o seu compromisso em dar resposta adequada, em quantidade e qualidade, quanto ao fornecimento dos vinhos por si produzidos.

Formulário MPT - Página 6 - Caracterização do Beneficiário (cont.)

CARACTERIZAÇÃO DO BENEFICIÁRIO

Comercialização

Principais destinos de comercialização / divulgação de vinho (em valor)

Nº	Países

Circuitos de comercialização / contactos já estabelecidos nos mercados alvo

Nº	Mercado	Tem Distribuidor?	Importadores / Distribuidores / Contactos
		<input type="checkbox"/>	

Portfólio a comercializar (a preencher apenas por Distribuidores que promovam vinhos de terceiros)

Nº	NIF	Produtor	Marcas	Tipo de Vinho	Região	Quantidade estimada (litros)

Outra informação relevante (argumentos a favor das exportações para os mercados selecionados, canais mais utilizados, outros)

Figura 9 – Página 6 do formulário [Comercialização]

- **Outra informação relevante:** caixa de texto de preenchimento livre e facultativo, onde o beneficiário pode, por exemplo, fazer referência a argumentos favoráveis à exportação, canais de comercialização mais utilizados ou outra informação que seja considerada importante para efeitos de análise da candidatura.

Análise SWOT

A análise SWOT – sigla composta pelas iniciais das palavras *Strengths* (Pontos Fortes), *Weaknesses* (Pontos Fracos), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças) - permite ver quais são os riscos a ter em conta e quais os problemas a resolver, assim como as vantagens e as oportunidades a potenciar e explorar. É uma ferramenta que permite analisar o ambiente interno e externo:

- *Ambiente interno*, corresponde aos principais aspetos que diferenciam a entidade ou o(s) produto(s) dos seus concorrentes:

- Pontos Fortes: vantagens internas da entidade ou produto(s) em relação aos seus principais concorrentes;
- Pontos Fracos: desvantagens internas da entidade ou produto(s) em relação aos seus principais concorrentes.
- *Ambiente externo*, são fatores provenientes do mercado e do meio envolvente:
 - Ameaças: aspetos negativos da envolvente, com impacto significativo no negócio da entidade;
 - Oportunidades: aspetos positivos da envolvente, com impacto significativo no negócio da entidade.

Deve apresentar de forma sintética, os aspetos mais relevantes em cada grupo da SWOT (máximo 5 em cada grupo), conforme Figura 10.

The screenshot shows a web browser window with the title 'Formulário MPT - Página 7 - Caracterização do Beneficiário (cont.)'. The browser's address bar and menu bar are visible. The main content area is titled 'CARACTERIZAÇÃO DO BENEFICIÁRIO' and features a logo of the Instituto da Vinha e do Vinho. Below the title, there is a section for 'Análise SWOT (destacar os pontos mais relevantes de cada aspeto, máximo 5)'. This section contains four tables, each with a header row and five data rows. The tables are labeled 'Pontos Fortes', 'Pontos Fracos', 'Oportunidades', and 'Ameaças'. Each table has two columns: 'Nº' and 'Descrição'.

Figura 10 – Página 7 do formulário [Análise SWOT]

Entidades Associadas *(apenas para candidaturas conjuntas)*

Caso tenha assinalado na página 1 do formulário que se trata de uma candidatura conjunta, fica visível a página 8 (ver Fig. 11) onde devem ser identificadas pelo Nome/Denominação Social e NIF/NIPC as entidades associadas nessa candidatura conjunta, seguindo as regras anteriormente definidas.

Figura 11 – Página 8 do formulário [Identificação das Entidades Associadas]

A informação de cada entidade associada aparece individualizada por separadores, conforme é visível na Figura 12.

Figura 12 – Página 8.1 do formulário [Identificação das Entidades Associadas]

Para cada entidade associada, é solicitado o mesmo tipo de informação que já foi preenchido para a entidade líder do projeto, havendo correspondência entre as páginas 2, 3, 4, 5 e 6 da entidade líder, com as páginas 8.1, 8.2, 8.3, 8.4 e 8.5 das entidades associadas, aplicando-se as mesmas regras anteriormente referidas.

Objetivos, estratégia e mensagens

Devem ser indicados os objetivos que pretendem atingir no final do período de execução do projeto bem como, os instrumentos de marketing a utilizar e a

mensagem a transmitir, por forma a evidenciar a adequação da estratégia com as características próprias de cada mercado selecionado (ver Fig. 13).

Figura 13 – Página 9 dor formulário [Objetivos, Estratégia e Mensagens]

- **Objetivos do Projeto** – Neste quadro devem ser concretizados os objetivos do projeto (específicos, mensuráveis, atingíveis, realistas e temporais - SMART), e as metas que se pretendem atingir:
 - Objetivos comerciais;
 - Exploração de novos mercados;
 - Aumentar a rede de contactos na área comercial;
 - Outros consideramos relevantes.

De forma a concretizar os objetivos devem ser assinalados indicadores (de Resultados de Acompanhamento e de Impacto) e respetivas metas. Esses indicadores podem ser (lista não exaustiva):

- N.º de artigos obtidas em revistas e/ou sites de internet de referência na sequência de ações junto de jornalistas, opinion leaders, bloggers, etc.;
- N.º de contactos médios realizados em cada ação (aferido por resposta a inquérito);
- N.º de negócios e contactos estimados como potenciais negócios;

- N.º de consumidores contactados através do impacto nos media.
- Estratégia do Projeto – devem ser indicados os instrumentos de marketing e comunicação a utilizar para alcançar os objetivos do projeto.
- Mensagens a transmitir – devem ser indicadas as mensagens que se pretendem transmitir, tendo presente que essas mensagens devem ser claras e precisas e basearem-se nas qualidades intrínsecas dos vinhos a promover.

Caracterização dos mercados alvo

É disponibilizado **um separador por cada mercado alvo** escolhido na página 1 do formulário ((ver Fig. 14).

- Caracterização dos mercados alvo – deve ser feita de forma sintética e serem destacados os aspetos mais relevantes da comercialização, distribuição e consumo de vinhos, no que diz respeito a:
 - Estrutura e dinâmica dos mercados;
 - Canais de distribuição;
 - Caracterização dos consumidores-alvo;
 - Hábitos e tendências de consumo;
 - Outros relevantes, nomeadamente o posicionamento dos vinhos da empresa nesses mercados.

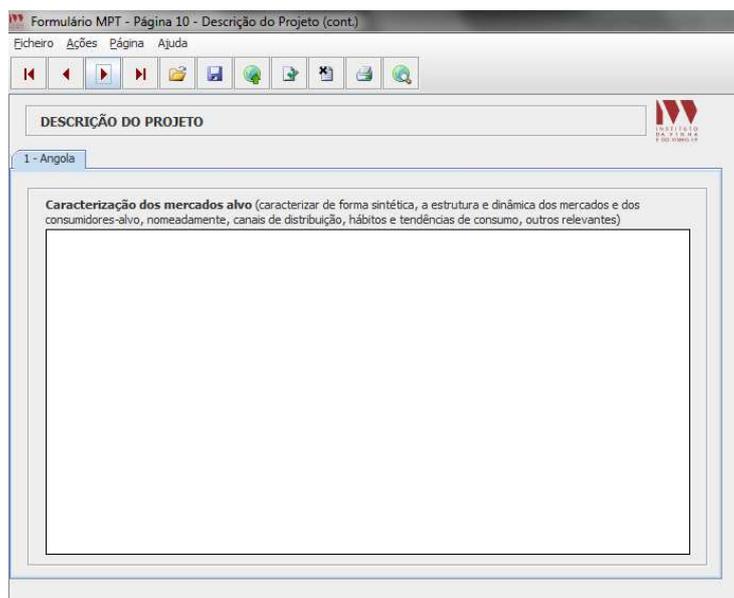


Figura 14 – Página 10 do formulário [Caracterização dos mercados alvo]

Resultados esperados por mercado

- Devem ser concretizados e quantificados os objetivos comerciais por mercado, em termos de volume, valor e preço médio das vendas a atingir, diferenciando por tipo de produto caso pretenda(ver Fig. 15).

Metodologia utilizada para monitorização de resultados

- Indicar os parâmetros avaliados que devem ser mensuráveis, sendo ainda necessário indicar a periodicidade de avaliação dos resultados e outros aspetos que sejam relevantes.

Formulário MPT - Página 11 - Descrição do Projeto (cont.)

Edição | Ações | Página | Ajuda

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Resultados esperados por mercado (concretizar os objetivos comerciais por mercado, em termos de preço médio, valor e volume das vendas a atingir, diferenciando por tipo de produto se necessário)

Nº	Mercado Alvo	Tipo de Produto	Situação Atual			Situação Final		
			Valor (€)	Volume (litros)	Preço Médio (€/litro)	Valor (€)	Volume (litros)	Preço Médio (€/litro)

Metodologia utilizada para monitorização de resultados (indicar parâmetros avaliados, periodicidade de avaliação dos resultados, outros relevantes)

Figura 15 – Página 11 do formulário [Descrição dos Resultados esperados]

2.3. EXECUÇÃO

As ações propostas podem ser executadas pelo próprio beneficiário e/ou pelo importador e/ou por entidades prestadoras de serviços, devendo ser assinalado na página 12 do formulário a situação(ões) que se aplica(m) (ver fig. 16).

Caso o beneficiário recorra a Prestação de serviços, a contratualização destes serviços deve ser precedida por consulta ao mercado a mais do que uma entidade, devendo ser selecionada aquela que apresente o orçamento com a melhor oferta de qualidade e preço.

Formulário MPT - Página 12 - Execução

Edição | Ações | Página | Ajuda

EXECUÇÃO

Entidade Responsável pela Execução

As ações de promoção programadas serão executadas

pelo Beneficiário

por Entidade(s) Executora(s)/Contratada(s)

Identificação de(s) entidade(s) contratada(s)

Nº	Nome / Denominação Social	País	NIF / NIPC	Responsável para contacto	Telefone	E-mail

Figura 16 – Página 12 do formulário [Entidade Responsável pela execução]

2.4. INVESTIMENTO

Existem 5 grandes tipos de ações, conforme definido na legislação comunitária e nacional:

- **A** – Medidas de relações públicas, promoção ou publicidade, que destaquem designadamente as vantagens dos produtos comunitários, especialmente em termos de qualidade, segurança dos alimentos ou respeito pelo ambiente.
 - Inclui ações como: *publicidade em imprensa e noutros meios, provas de vinho comentadas, ações em pontos de venda, entre outras;*
- **B** – Participação em eventos, feiras ou exposições de importância internacional;
- **C** – Campanhas de informação, especialmente sobre os regimes comunitários de denominações de origem, indicações geográficas e produção biológica;
- **D** – Estudos de novos mercados necessários à expansão das saídas comerciais;
- **E** – Estudos de avaliação dos resultados das medidas de promoção e informação.

No topo da página 13 do formulário parece o quadro referente às Despesas Financeiras do Projeto (conforme fig. 17), em que o valor total do investimento é o resultado de:

1. Soma das despesas associadas a cada **ação** proposta, que resulta da soma do subtotal das ações e das despesas com recursos humanos que foram considerados – estas 2 linhas serão automaticamente atualizadas à medida que forem sendo introduzidas ações;
2. Despesas gerais do **beneficiário** – esta linha é de preenchimento manual e obrigatório, ainda que o valor seja zero.



Existem limites máximos percentuais definidos para as Despesas gerais do beneficiário: **4%** da soma dos subtotais das ações.

Investimento

As rubricas de despesa incluídas numa determinada ação podem ser escolhidas da seguinte lista de opções:

- *Aluguer de espaços*, por exemplo: aluguer de salas de hotéis, aluguer de espaços de exposição em feiras, aluguer de espaços em superfícies comerciais, outros;
- *Aluguer de material e equipamento de apoio*: por exemplo, aluguer de câmaras frigoríficas, copos e frapés, outros;
- *Aluguer espaço publicitário: outdoors*, imprensa, rádio, televisão, internet, outros meios, devendo ser complementada com informação adicional para se conhecer o número, duração, identificação dos *media*, entre outros;
- *Catering/Mise en bouche*: quando faça sentido a inclusão desta despesa numa determinada ação, deve ser indicado o número de pessoas a que se destina;
- *Contratação de serviços especializados*: montagem de estruturas, assistência em ponto de venda, hospedeiras, outros. É sempre necessário esclarecer as funções da contratação de serviços, bem como o número de pessoas, se aplicável;
- *Valor das amostras (valor não comercial)*: o custo das amostras utilizadas numa determinada ação de promoção pode ser considerado, devendo o valor ser corresponder ao custo de produção;
- *Material de merchandising*: deve ser dada informação sobre o tipo de material incluído (canetas, t-shirts, saca-rolhas, outros), bem como o número de itens. Deve conter menções às DO e IG a promover;
- *Material promocional e informativo*: deve ser indicado o tipo de material que se pretende utilizar (folhetos, brochuras, livros de prova, etc.), bem como o número de cada tipo de material. Não deve conter menções a produtos que, pela sua natureza, não possam ser alvo de apoio à promoção nesta medida;
- *Relações Públicas/Divulgação*: é sempre necessário esclarecer as funções incluídas nesta contratação, bem como o número de pessoas (se aplicável);
- *Transporte de produtos a promover*: despesa realizada com o transporte do produto utilizado numa determinada ação de promoção. Pode incluir o transporte do material promocional e de merchandising;
- *Viagens*: indicar nº de viagens e/ou nº pessoas; se houver diferença entre anos, distinguir;
- *Viagens dentro do país*: indicar meio de transporte (exemplo: viatura alugada, comboio, autocarro, avião) e/ou nº pessoas; se houver diferença entre anos, distinguir;
- *Alojamento*: indicar nº dias e nº pessoas; se houver diferença entre anos, distinguir;

- *Alimentação e deslocação local*: indicar nº dias e nº pessoas, se houver diferença entre anos, distinguir;
- *Outros*: ao selecionar esta opção, deve preencher a coluna seguinte de forma sintética e esclarecedora quanto à despesa assim classificada.

Nota: As rubricas de despesa escolhidas **devem ser complementadas com informação** na coluna seguinte, por forma a ser possível **apurar custos unitários** e determinar a sua elegibilidade. Se for necessário uma explicação mais detalhada do que o espaço disponível, podem utilizar o campo da descrição da ação.



É importante que o valor de investimento **não seja sobreorçamentado** para assegurar o cumprimento da taxa de execução mínima estipulada (65%), evitando desta forma a possível aplicação de penalizações.

Calendário

O calendário previsto para a realização de uma determinada ação (conforme fig. 17), pressupõe o preenchimento de informação sobre:

- Descrição;
- Localização;
- Trimestre em que a ação vai ser realizada em cada ano do projeto.

Cada ano de projeto é constituído por 4 trimestres, pelo que devem validar todos os trimestres em que a ação/atividade vai ser realizada ao longo dos anos do projeto. Neste caso concreto, o 1º dia do 1º trimestre é o dia 19 de agosto e termina a 30 de novembro. Se uma ação decorrer apenas num mês ou mesmo num único dia de um mês, então deve ser escolhido o trimestre em causa.



As datas dos trimestres estão relacionadas com a data de início de duração do projeto estabelecida no aviso de abertura de cada concurso. Os beneficiários devem ter em consideração estas datas na orçamentação de ações para cada ano.

Descrição da ação

Deve ser feita uma breve descrição da ação, incluindo pormenores que estejam relacionados com as despesas incluídas e que mereçam algum destaque ou explicação adicional, devendo ser mencionados os aspetos referidos no título do campo, nomeadamente:

- Intervenientes com papel ativo na ação (enólogo, escanção, representante do beneficiário, etc.);
- Produtos do *portfólio* a utilizar na ação;
- Público-alvo visado (concretizar);

- Justificação para a escolha de determinado material de merchandising e tipo de material informativo (folhetos, brochuras, etc.) que se prevê incluir na ação, se aplicável;
- Outros.

No retângulo deve ser indicado o número de vezes que a ação/atividade vai ser repetida ao longo da duração do projeto.

2.5. DECLARAÇÕES DE COMPROMISSO

Na página 14 do formulário (ver fig. 18), o beneficiário assinala de forma ativa, as declarações de compromisso que assume ao apresentar a candidatura e que são, no fundo, condições de elegibilidade:

1. **Financiamento Privado** – declara assegurar o financiamento da parte do investimento não abrangido por apoio público;
2. **Duplo Financiamento de Despesas** – declara que as despesas apoiadas no âmbito desta medida não beneficiam de qualquer outro apoio público;
3. **Contabilidade organizada e capacidade de financiamento:** declara ter a contabilidade organizada nos termos da legislação aplicável e ter capacidade de financiamento do projeto, sendo esta documentação suportada documentalmente por declaração do TOC/ROC responsável;
4. **Situação regularizada perante a Segurança Social e Administração Fiscal:** declara ter a situação regularizada perante a Segurança Social e Administração Fiscal, que deve ser suportada documentalmente através do envio da declaração / autorização de consulta da sua situação.
5. **Mensagens a transmitir:** declara que as mensagens a transmitir nas ações de promoção e informação estão em conformidade com a legislação aplicável nos mercados alvos deste projeto.

	Sim	Não Aplic.
1. Financiamento Privado Declaro que assegurarei o financiamento da parte do investimento não abrangido por apoio público.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Duplo Financiamento de Despesas Declaro que as despesas apoiadas, no âmbito da medida Apoio à Promoção de Vinhos em Mercados de Países Terceiros, não beneficiam de qualquer outro apoio público.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Contabilidade Organizada e Capacidade de Financiamento Declaro dispor de contabilidade organizada nos termos da legislação aplicável e ter capacidade de financiamento do projeto, suportada por declaração a enviar emitida por TOC/ROC (anexo).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Situação Regularizada perante a Administração Fiscal e a Segurança Social Declaro ter a situação regularizada face à Segurança Social e à Administração Fiscal, conforme declaração/autorização de consulta (anexo).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Mensagens a Transmitir nas Ações de Promoção Declaro que as mensagens a transmitir nas ações de promoção e informação estão em conformidade com a legislação aplicável nos mercados alvos deste projeto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observações

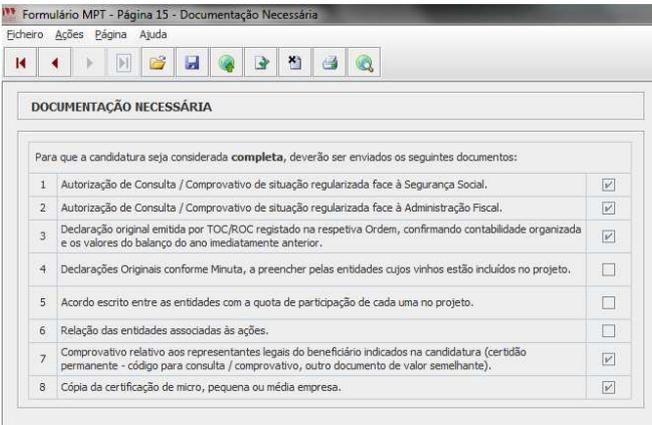
Figura 18 – Página 14 do formulário [Declarações de Compromisso]

2.6. DOCUMENTAÇÃO NECESSÁRIA

Na última página do formulário e com base nas opções assinaladas, o beneficiário pode verificar a documentação que deve remeter ao IVV a fim de completar a candidatura submetida eletronicamente (ver fig. 19), respeitando o prazo estipulado no aviso de abertura.

Caso não entregue os documentos assinalados no prazo previsto no aviso de abertura, a candidatura é considerada incompleta e automaticamente reprovada.

 Esta lista só deve ser verificada quando a candidatura estiver completamente preenchida, uma vez que alterações nos campos do formulário podem originar alterações na documentação que é solicitada.



DOCUMENTAÇÃO NECESSÁRIA	
Para que a candidatura seja considerada completa , deverão ser enviados os seguintes documentos:	
1	Autorização de Consulta / Comprovativo de situação regularizada face à Segurança Social. <input checked="" type="checkbox"/>
2	Autorização de Consulta / Comprovativo de situação regularizada face à Administração Fiscal. <input checked="" type="checkbox"/>
3	Declaração original emitida por TOC/RQC registado na respetiva Ordem, confirmando contabilidade organizada e os valores do balanço do ano imediatamente anterior. <input checked="" type="checkbox"/>
4	Declarações Originais conforme Minuta, a preencher pelas entidades cujos vinhos estão incluídos no projeto. <input type="checkbox"/>
5	Acordo escrito entre as entidades com a quota de participação de cada uma no projeto. <input type="checkbox"/>
6	Relação das entidades associadas às ações. <input type="checkbox"/>
7	Comprovativo relativo aos representantes legais do beneficiário indicados na candidatura (certidão permanente - código para consulta / comprovativo, outro documento de valor semelhante). <input checked="" type="checkbox"/>
8	Cópia da certificação de micro, pequena ou média empresa. <input checked="" type="checkbox"/>

Figura 19 – Página 15 do formulário [Documentação necessária]

3. ENVIO DA CANDIDATURA



3.1. ENVIO DA CANDIDATURA ELETRÓNICA

Após a validação final da informação, para enviar a candidatura deve selecionar no menu “Ações” a opção “Exportar Candidatura” ou em alternativa “clique” no ícone de exportação, sendo nesta fase necessário que esteja **ligado à Internet**. O ficheiro é assim enviado eletronicamente para o servidor do IVV.

Antes de enviar a candidatura, deve verificar se está a utilizar a última versão do formulário, da seguinte forma: no menu “Ações”, selecionar a opção “Verificar versão”.



Não são aceites candidaturas enviadas através de e-mail.

No fim da sessão de envio da candidatura pela Internet, o beneficiário visualiza no ecrã do seu computador a janela abaixo apresentada (fig. 20), com a mensagem que confirma que o seu formulário foi recebido com sucesso e onde consta a referência provisória da candidatura:



Figura 20 – Mensagem relativa ao envio de candidatura, onde consta referência provisória

Posteriormente, é enviada uma comunicação via correio onde consta a indicação da data de receção e do número atribuído à candidatura recebida, bem como a chave de acesso à área reservada no balcão do SiAPV.

O sistema de informação não aceita a repetição do envio de uma candidatura já submetida com sucesso.

3.2. ENVIO DA DOCUMENTAÇÃO

A documentação necessária à candidatura, referida no ponto 2.6 deste formulário, pode ser enviada via correio ou via balcão SiAPV, utilizando neste último caso a referência provisória que foi gerada no momento do envio do formulário (ver fig. 21).

Caso opte pelo envio eletrónico via balcão SiAPV, deve proceder da seguinte forma:

1. Aceda ao balcão SiAPV (<http://213.30.17.35/e-ivv/balcao/cand/wslogin.php>) e introduza a referência provisória para entrar na área exclusiva;
2. Na página de entrada no balcão SiAPV (ver fig. 21), são visíveis os documentos que têm que ser entregues e para iniciar o processo de entrega de cada um, clica-se no símbolo seta (∇) junto o fim de cada linha;
3. Para anexar o ficheiro, deve carregar no botão “Procurar” para aceder à localização do ficheiro em causa e depois no botão “Enviar”;
4. À medida que os ficheiros com a documentação necessária são introduzidos, o estado dos documentos passa de “Pendente para entrega” para “Entregue”;
5. Quando todos os documentos estiverem entregues, o processo está concluído e por clicar no link “Sair”, no canto superior direito.

Ref.º	Design	Aplicável	Estado
1	Autorização de Consulta / Comprovativo de situação regularizada face à Segurança Social.	Sim	Pendente para entrega
2	Autorização de Consulta / Comprovativo de situação regularizada face à Administração Fiscal.	Sim	Pendente para entrega
3	Declaração original emitida por TOC/ROC registado na respetiva Ordem, confirmando contabilidade organizada e capacidade de financiamento.	Sim	Pendente para entrega
4	Declarações Originais conforme Minuta, a preencher pelas entidades cujos vinhos estão incluídos no projeto.	Não	--
5	Acordo escrito entre as entidades com a quota de participação de cada uma no projeto.	Sim	Pendente para entrega
6	Relação das entidades associadas às ações.	Sim	Pendente para entrega
7	Comprovativo relativo aos representantes legais do beneficiário indicados na candidatura (certidão permanente - código para consulta / comprovativo, outro documento de valor semelhante).	Sim	Pendente para entrega

Figura 21 – Página do SiAPV onde é feito o envio eletrónico da documentação

 Cada ficheiro é entregue individualmente, pelo que é necessário repetir os passos 2 a 4 referidos no ponto 3.2..

3.3. ENVIO DA CANDIDATURA EM PAPEL

Após envio eletrónico da candidatura, o beneficiário deve imprimir uma cópia da candidatura, anexar a documentação necessária, e enviar este exemplar completo para o IVV, devidamente assinado pelos responsáveis indicados na página 2 do formulário.

O prazo para o envio do exemplar em papel está definido no aviso de abertura do concurso.