

CONCURSO PARA APRESENTAÇÃO DE CANDIDATURAS

AVISO N.º 09/SI/2018

REFERENCIAL DE ANÁLISE DE MÉRITO DO PROJETO

INCENTIVOS À INOVAÇÃO EMPRESARIAL

EMPREENDEDORISMO

O Mérito do Projeto (MP) é determinado através da utilização dos seguintes critérios:

- A. Qualidade do Projeto
- B. Impacto do projeto na competitividade da empresa
- C. Contributo do projeto para a economia
- D. Contributo do projeto para a convergência regional

$$\text{MP} = 0,3 \text{ A} + 0,2 \text{ B} + 0,2 \text{ C} + 0,3 \text{ D}$$

Cada subcritério é pontuado numa escala de 1 a 5, sendo o resultado do Mérito do Projeto arredondado à centésima. Para que possa ser elegível, o projeto tem que obter as seguintes pontuações mínimas:

- Critério A – 3 pontos;
- Critério B – 2 pontos;
- Critério C – 2 pontos;
- Critério D – 2 pontos;

A. Qualidade do Projeto

Este critério avalia se o projeto apresentado está bem estruturado e comporta os recursos (físicos, financeiros e humanos) necessários para os objetivos que pretende atingir. Mede, igualmente, o grau de inovação das soluções propostas e o respetivo enquadramento na estratégia da empresa, através dos seguintes subcritérios:

- *A1. Coerência e racionalidade do Projeto*
- *A2. Grau de inovação*

$$A = 0,5 A1 + 0,5 A2$$

A1. Coerência e racionalidade do Projeto

Neste critério, é avaliada qualidade do projeto e a sua importância na estratégia da empresa, sendo valorizados os projetos com maior impacto em termos de diversificação do negócio (entrada em novos mercados ou segmentos de clientes).

Constitui um critério de elegibilidade (alínea b) no n.º1 do artigo 26.º do RECI) nesta tipologia de projetos a apresentação de uma análise estratégica da empresa que identifique as áreas de competitividade críticas para o negócio em que se insere, diagnostique a situação da empresa nessas áreas críticas e fundamente as opções de investimento consideradas na candidatura, as quais devem estar devidamente enquadradas numa proposta estratégica e financeira sustentável do negócio desenvolvido pela empresa.

Neste sentido, o projeto é pontuado em função da coerência do plano de investimento com a estratégia apresentada, considerando-se a seguinte escala de avaliação:

- **Pontuação=1:** O plano de investimentos não apresenta coerência com a estratégia apresentada e/ou plano de negócios é irrealista;
- **Pontuação=2:** O plano de investimentos encontra-se fracamente relacionado com a estratégia apresentada para a empresa ou o projeto apresentado não demonstra sustentabilidade técnica, económica e financeira para o negócio da empresa;

- **Pontuação=3:** O plano de investimentos apresentado está suficientemente relacionado com a estratégia da empresa e encontra-se coerentemente formulado, apresentando sustentabilidade técnica, económica e financeira para o negócio;
- **Pontuação=4:** O plano de investimentos apresentado está totalmente alinhado com a estratégia da empresa e o projeto demonstra sustentabilidade técnica, económica e financeira para o negócio de longo prazo;
- **Pontuação=5:** O plano de investimentos está totalmente alinhado com a estratégia da empresa estando associada à consecução e sustentação de vantagens competitivas e aos fatores críticos de sucesso dificilmente replicáveis, pelo que a empresa apresenta sustentabilidade técnica, económica e financeira para o negócio de longo prazo. O plano de negócios deve ainda incluir uma estratégia claramente definida para a distribuição dos produtos nos mercados alvo.

A2. Grau de inovação

O projeto é avaliado em função de:

- Amplitude da Inovação e Adequação ao Mercado – Inovação Tecnológica (produto ou processo); de Marketing ou Organizacional;
- Grau de novidade e difusão - empresa, mercado nacional ou mercado mundial.

A amplitude da inovação e adequação ao mercado é avaliada no âmbito das tipologias de inovação a seguir descritas:

a) INOVAÇÃO TECNOLÓGICA (Inovação de Produto e Inovação de Processo)

- Uma **Inovação de Produto** é a introdução de um bem ou serviço novo ou significativamente melhorado no que concerne às suas características ou usos previstos. Incluem-se neste tipo de inovação melhoramentos significativos em especificações

técnicas, componentes e materiais, software incorporado, facilidade de uso, custo ou outras características funcionais. O termo “produto” abrange tanto bens como serviços;

- Uma **Inovação de Processo** é a implementação de um método de produção ou distribuição novo ou significativamente melhorado. Incluem-se neste tipo de inovação as mudanças significativas de técnicas e de equipamentos e/ou de software;

b) INOVAÇÃO DE MARKETING

- Uma **Inovação de marketing** é a implementação de uma nova abordagem ao marketing-mix do produto, ao nível dos seus elementos intangíveis (qualidade, design, imagem, marca), da distribuição e da comunicação (orientação para cliente), reforçando o seu posicionamento no mercado e sua capacidade de promoção e fixação de preços. A implementação deste tipo de inovação implica a utilização de ferramentas de marketing e de serviço sofisticadas, de acordo com os objetivos do mercado em questão, passando a empresa a recorrer não apenas a estratégias (tradicionais) de comunicação *outbound* (publicidade, outdoors, stands em feiras, etc.) mas também a estratégias de comunicação *inbound* (website design, marketing viral, otimização de motores de busca e instrumentos de análise de eficácia de estratégias de marketing), valorizando-se ainda a implementação de uma estratégia para a distribuição dos produtos nos mercados alvo.

c) INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL

- Uma Inovação Organizacional é a implementação de um novo método organizacional nas práticas de negócios da empresa, na organização do seu local de trabalho ou nas suas relações externas. Na Inovação organizacional valoriza-se também a mobilização de recursos humanos qualificados, o investimento na formação e desenvolvimento profissional e utilização de modelos de gestão de inovação aberta (market-oriented), ou seja, numa ótica de inovação orientada para o mercado, de co-criação com os seu stakeholders, designadamente os seus clientes, divulgando conhecimentos, ideias, processos e pesquisas com vista aproximar os seus bens/serviços das necessidades dos clientes.

Relativamente ao **grau de novidade e difusão**, o projeto pode ser avaliado consoante a abrangência da inovação no mercado:

- **Novo para o mundo (âmbito internacional):** a empresa introduz inovação com o grau de novidade ao nível internacional (inovação no mercado global).
- **Novo para o mercado (âmbito nacional):** empresa introduz inovação no seu mercado. O mercado da empresa é definido pelos concorrentes da empresa, pela região onde exerce a sua influência. O âmbito geográfico para a inovação de mercado depende da própria visão da empresa sobre o seu mercado.
- **Novo apenas para a empresa:** o requisito mínimo para se considerar uma inovação é que a mudança introduzida tenha sido nova para a empresa. A inovação pode já ter sido implementada por outras empresas, mas é nova para a empresa.¹

A pontuação de A2 resulta da aplicação da seguinte matriz:

		Amplitude da Inovação e Adequação ao Mercado		
		Abrange uma tipologia de inovação de forma consolidada	Abrange duas tipologias de inovação de forma consolidada	Todas as tipologias de inovação (abrange as três tipologias de forma consolidada)
Âmbito da novidade	Empresa	3	3,5	4
	Mercado Nacional	3,5	4	4,5
	Mercado Internacional	4	4,5	5

¹ Definições sobre inovação baseadas em OCDE – Manual de Oslo, 2005 e no Inquérito Comunitário à Inovação.

B. Impacto do projeto na competitividade da empresa

O critério B avalia os efeitos do projeto nos resultados da empresa, nomeadamente se os produtos, serviços e processos a desenvolver têm potencialidades para contribuir positivamente para a internacionalização da empresa ou se permitem reforçar as suas capacidades internas de I&D e Inovação, de acordo com os seguintes subcritérios:

- *B1. Propensão para mercados internacionais*
- *B2. Propensão para a geração de valor*

$$B = 0,5 B1 + 0,5 B2$$

B1. Propensão para mercados internacionais

Para avaliar este subcritério, são calculados os seguintes indicadores:

- Intensidade das exportações;
- Qualificação dos mercados internacionais.

IE = Intensidade das Exportações

$$IE = \frac{\text{Volume de Negócios Internacional pósprojeto}}{\text{Volume de Negócios Total pósprojeto}} \times 100$$

Relativamente à **qualificação dos mercados internacionais**, considera-se:

- **Fraca:** quando a empresa apresenta-se com presença internacional concentrada em apenas um mercado, com um ou poucos clientes internacionais, e com apenas um produto;
- **Média:** quando a empresa apresenta já algum nível de desconcentração do processo de internacionalização ao nível dos mercados, dos clientes ou dos produtos;
- **Forte:** quando a empresa apresenta um mercado desconcentrado (3 ou mais mercados internacionais), com elevada diversidade de clientes internacionais, e com vários produtos;

A pontuação é obtida a partir da matriz seguinte:

		Qualificação dos mercados Internacionais			
		Empresas do setor do Turismo	Empresas dos restantes setores de atividade	Fraca	Média
Intensidade das Exportações no pós-projeto	IE < 15%	IE < 10%	1	1,5	2
	15% ≤ IE < 20%	10% ≤ IE < 35%	2,5	3	3,5
	20% ≤ IE < 25%	35% ≤ IE < 65%	3	3,5	4
	IE ≥ 25%	IE ≥ 65%	3,5	4	5

Onde:

- **Volume de Negócios Internacional:** Vendas e Serviços Prestados ao Exterior. O conceito de Volume de Negócios Internacional inclui a prestação de serviços a não residentes e as vendas ao exterior indiretas. As vendas ao exterior devem estar devidamente relevadas na contabilidade da empresa.
- **Prestação de Serviços a não residentes:** Inclui alojamento, restauração e outras atividades de interesse para o Turismo, devendo estas encontrar-se relevadas na contabilidade da empresa e a sua comprovação feita através da IES. Se a prestação de serviços a não residentes não estiver evidenciada na IES, a sua comprovação pode ser efetuada por declaração de ROC ou TOC que certifique o registo contabilístico exigido, ou seja, espelhando a desagregação por contas de prestações de serviços a não residentes.
- **Vendas ao Exterior Indiretas:** Vendas (apenas produtos e mercadorias) a clientes no mercado nacional quando, posteriormente, estas são incorporadas e/ou revendidas para o mercado externo. As vendas ao exterior indiretas serão aceites desde que sejam claramente identificados os clientes exportadores, admitindo-se apenas uma fase de intermediação entre um produtor e um cliente.

O apuramento do montante aceite de vendas ao exterior indiretas, é efetuado da seguinte forma:

$$\begin{aligned}
 & \text{Vendas Indiretas} \\
 &= \sum_{i=1}^n \text{Vendas ao Cliente } i \times \left(\frac{\text{Volume de Negócios Internacional do Cliente } i}{\text{Volume de Negócios Total do Cliente } i} \right)
 \end{aligned}$$

O promotor deve identificar no formulário de candidatura o cliente exportador e respetiva faturação, podendo ser solicitados comprovativos dos cálculos apresentados sobre o montante apurado de vendas ao exterior indiretas.

B2. Propensão para a geração de valor

Neste critério são aferidos os impactos do projeto para o aumento da eficiência produtiva da empresa e na sua capacidade de gerar valor em cada unidade produzida.

Para avaliar este subcritério, são calculados os seguintes indicadores:

- Nível de valor acrescentado;
- Posicionamento na cadeia de valor alargada e vantagens competitivas.

Índice V = Nível de valor acrescentado:

$$\text{Índice V} = \frac{\text{VAB pósprojeto}}{\text{VBP pósprojeto}} \times 100$$

Onde:

VBP = Volume de Negócios + Variação nos inventários da produção + Trabalhos para a própria entidade + Rendimentos Suplementares + Subsídios à Exploração

VAB = VBP – Consumos Intermédios

Consumos Intermédios = Custo das Mercadorias Vendidas e das Matérias Consumidas + Fornecimentos e Serviços Externos + Impostos Indiretos

Quando este rácio apresentar uma variação superior a 10 pontos percentuais entre o valor pós-projeto e valor pré-projeto, os promotores terão de apresentar fundamentação adicional, justificando as razões para aquela variação.

Quanto ao **posicionamento na cadeia de valor alargada e vantagens competitivas** no pós-projeto:

- **Fraco:** A empresa tem presença na cadeia de valor limitada a um conjunto de atividades, pouco agregadoras de valor, não demonstrando a existência de vantagens competitivas sustentáveis, incluindo somente atividades de produção ou de extração de recursos naturais;
- **Médio:** A empresa apresenta já uma estratégia de alargamento da cadeia de valor, iniciando a sua aproximação a um posicionamento valioso e distinto no mercado alvo, possuindo algumas vantagens competitivas sustentáveis, não chegando, no entanto, a um controlo dos elos cruciais da cadeia de valor;
- **Forte:** A empresa tem uma presença importante ao longo da cadeia de valor, controlando elos cruciais da mesma, incluindo a distribuição, *design*, marketing, etc., apresentando uma estratégia ancorada em produtos e/ou processos dificilmente replicáveis ou assente em fatores de competitividade intangíveis traduzidos em marcas (produto e/ou empresa).

	Setor de Atividade		Posicionamento na cadeia de valor alargada no pós-projeto		
	Indústria	Outros Setores	Fraco	Médio	Forte
Nível de valor acrescentado	$V < 20\%$	$V < 40\%$	1	2	3
	$20\% \leq V < 30\%$	$40\% \leq V < 50\%$	2	3	4
	$30\% \leq V < 40\%$	$50\% \leq V < 60\%$	3	4	4,5
	$V \geq 40\%$	$V \geq 60\%$	4	4,5	5

C. Contributo do projeto para a economia

No critério C é aferido o grau em que o projeto contribui para a competitividade da economia, nomeadamente favorecendo a alteração do perfil produtivo em direção a atividades mais intensivas em tecnologia e conhecimento e uma integração mais vantajosa na cadeia de valor. É valorizada a integração em domínios de especialização inteligente e a resposta a desafios societais. São utilizados os seguintes subcritérios:

- C1. Contributo do projeto para os Resultados do PO e para os restantes domínios temáticos do Portugal 2020
- C2. Grau de Qualificação do emprego criado
- C3. Contributo das PME para a Estratégia de I&I para uma Especialização Inteligente (RIS 3)

$$C = 0,4 C1 + 0,4 C3 + 0,2 C3$$

C1. Contributo complementar do projeto para os Resultados do PO e para os restantes domínios temáticos do Portugal 2020

Neste subcritério – a par do subcritérios A2 e C1 - avalia-se complementarmente o contributo para o indicador de resultado do PO, bem como para os restantes domínios temáticos do Portugal 2020, através da seguinte matriz:

		Pontuação
Contributo para os indicadores de resultado dos PO	Não	3
	Sim	4
Majoração	Contributo para outros domínios temáticos	+0,5
	Desafios societais	+0,5

Considera-se que o projeto contribui para os indicadores de resultado dos PO quando a empresa se insere em [setores de alta e média-alta tecnologia e em serviços intensivos em conhecimento](#).

Considera-se que o projeto contribui para um dos domínios temáticos Inclusão Social e Emprego, Capital Humano e Sustentabilidade e Eficiência no Uso de Recursos quando cumpra pelo menos uma das seguintes condições:

Domínio	Condições
Inclusão Social e Emprego	Projetos com criação direta de postos de trabalho
	Projetos que contribuem para a igualdade de oportunidades (e.g. implementação de planos de igualdade)
Capital Humano	Projetos que tenham uma componente de formação profissional associada
Sustentabilidade e Eficiência no Uso de Recursos	Projetos de formação no domínio “economia verde” (<i>green jobs</i>)

Majoração pelo contributo para os Desafios Societais (a) | 0,5 |

(a) Ver tabela de enquadramento em [desafios societais](#).

C2. Grau de Qualificação do emprego criado

Este subcritério pretende valorizar os projetos que criem mais emprego qualificado, de acordo com a seguinte grelha:

				Pontuação
	Micro Empresa	Pequena Empresa	Média Empresa	
Criação Líquida de Emprego altamente qualificado no pós-projeto (N.º de postos de trabalho)	0 a 1	0 a 2	0 a 5	2
	2 a 3	3 a 5	6 a 10	4
	4 ou +	6 ou +	11 ou +	5

EAQ = N.º de trabalhadores com nível de qualificação igual ou superior a 6

C3. Contributo das PME para a Estratégia de I&I para uma Especialização Inteligente (RIS 3)

Neste critério é aferido se projeto contribui para o aumento da especialização do país/região nos domínios considerados prioritários no âmbito da Estratégia de I&I para uma Especialização Inteligente.

		Pontuação
Enquadramento na Estratégia Nacional de Especialização Inteligente	Não	3
	Sim	5

Nota: [Domínios prioritários de especialização inteligente \(ENEI\)](#) .

D. Contributo do projeto para a convergência regional

Este critério avalia o impacto do projeto para a competitividade regional, através do ‘grau de inserção na estratégia regional de especialização inteligente’ (D1) e o ‘impacte do projeto desenvolvimento da região’ (D2), nomeadamente na criação de emprego e ou na criação de valor, tendo em conta as idiossincrasias de cada PO Regional, isto é, com abordagens e grelhas fixadas em anexo para cada um daqueles Programas Operacionais.

$$D = 0,5 D1 + 0,5 D2$$

D1 Nível de enquadramento na RIS3

Neste subcritério avalia-se o grau de alinhamento/pertinência relativamente aos domínios definidos na RIS3 regional, através de matrizes específicas para cada NUTS II. Um projeto localizado em mais do que uma região será pontuado em função da média da pontuação do critério D obtida para cada região, ponderada pelo investimento elegível em cada uma delas.

Tendo em conta a Política Regional de cada região, este critério poderá ser majorado em função das suas prioridades.

D2 Contributo para o desenvolvimento regional

Este subcritério avalia a criação líquida de emprego originada pelo projeto em função das características do mercado local (NUTS III) de trabalho no contexto da respetiva NUTS II.

Este critério pode ser alvo de majorações tendo em conta critérios e prioridades de cada Região.

NUTS II ALENTEJO

D1 - Nível de enquadramento na [RIS3](#)

Neste subcritério avalia-se o grau de inserção relativamente aos domínios de especialização, através de matrizes específicas para cada NUTS II. Um projeto localizado em mais do que uma região será pontuado em função da localização que concentra a maior parcela de investimento elegível.

PME

Inserção em domínios de especialização:		
Grau de inserção	Classificação	
Nulo	3	Não inserção nos domínios de especialização da EREI (≤ 0)
Moderado	4	Inserção em 1 ou 2 domínios de especialização da EREI (1 a 2)
Forte	5	Inserção em mais de dois domínios de especialização da EREI (>2)

Domínios EREI Alentejo

Os domínios de especialização da EREI são: “Alimentação e Floresta”, “Economia dos Recursos Minerais, Naturais e Ambientais”, “Património, Indústrias Culturais e Criativas e Serviços de Turismo”, “Tecnologias Críticas, Energia e Mobilidade Inteligente” e “Tecnologias e Serviços Especializados da Economia Social”.

Em cada um dos domínios supracitados, o grau de inserção com a EREI é avaliado em função do respetivo racional, de acordo com a explicitação do mesmo no documento “Uma Estratégia de Especialização Inteligente para o Alentejo”².

² Documento que está disponível para consulta em:
<http://www.alentejo.portugal2020.pt/index.php/documentacao/category/10-estrategia-regional-de-especializacao-inteligente>

D2 Contributo para o desenvolvimento regional

Este subcritério avalia a criação líquida de emprego originada pelo projeto em função das características do mercado de trabalho da zona onde aquele se localiza, no contexto da respetiva NUTS II. A pontuação do projeto neste subcritério pode ser alvo de majoração tendo em conta um indicador relativo de desempenho na criação de valor (IDCV).

Dimensão da empresa		Criação Líquida de Emprego			
Médias Empresas		≤ 0	1 a 4	5 a 9	≥ 10
Micro e pequenas empresas		≤ 0	1	2	≥ 3
Escalões quanto ao desequilíbrio do mercado de trabalho					
Ligeiro		1	3	3,5	4
Moderado		1	3,5	4	4,5
Acentuado		1	4	4,5	5
Majoração	IDCV ≥ 1,2	+1	+1	+1	+1
	IDCV > 1 e IDCV < 1,2	+0,5	+0,5	+0,5	+0,5

Este parâmetro é avaliado em função do Indicador Local de Desemprego Registrado (ILDR):

$$ILDR = \frac{\text{Valor médio anual do desemprego registado}}{\text{Estimativa de população residente dos 15 aos 64 anos}}$$

Avaliado o ILDR³ para 2014, obteve-se a seguinte classificação:

Localização do Projeto	Desequilíbrio do mercado de trabalho		
	Ligeiro	Moderado	Acentuado
Alentejo	Alentejo Litoral; Lezíria do Tejo	Alentejo Central	Baixo Alentejo; Alto Alentejo

Majoração

Tendo em conta o indicador relativo de desempenho na criação de valor (IDCV):

$$IDCV = \frac{\text{VAB pós-projeto} / \text{VBP pós-projeto}}{\text{Taxa de VAB na CAE do projeto na NUTS II}}$$

³ O “valor médio anual do desemprego registado” deve ser avaliado para o último ano civil completo e corresponde à média dos valores mensais do número de desempregados inscritos nos Centros de Emprego do IEPF, por local de residência. A estimativa de população residente dos 15 aos 64 anos é disponibilizada pelo INE.

A “Taxa de VAB na CAE do projeto na NUTS II” é disponibilizada pelo INE no âmbito do Sistema de Contas Integradas das Empresas (SCIE) e, segundo a definição oficial do conceito, disponível no “site” do INE, representa “o peso do Valor acrescentado bruto em cada unidade produzida”. Deve ser observada por divisão da CAE Rev. 3 (CAE a dois dígitos) e por NUTS II, com referência ao ano mais recente para o qual exista informação do SCIE disponível por NUTS II.

Na eventualidade de a “Taxa de VAB” para a divisão da CAE e para a NUTS II pretendidas estar numa das seguintes situações: a) “dado não aplicável”; b) “dado confidencial”; ou c) valor igual ou inferior a zero; então deve tomar-se a “Taxa de VAB” para a mesma divisão da CAE mas para o total nacional ou, caso o problema ainda assim persista, a “Taxa de VAB” observada a nível regional para o nível superior de agregação da CAE (secção da CAE, ou CAE a uma letra), ou, em última alternativa, o mesmo indicador observado a nível nacional.

A aplicação da majoração não poderá, em caso algum, resultar na atribuição de uma pontuação superior a “5”.