

Anexo II -Parâmetros e Critérios de Seleção

Critérios de Seleção	Ponderador	Valoração		Orientações
Contributo para alcançar o resultados da Prioridade de Investimento "Aumento da capacidade exportadora da RAM"	25%	0	Ações que não contribuam para reforçar a orientação exportadora	A pontuação é atribuída a operações que permitam alcançar os resultados constantes do Programa, nomeadamente, que aumentem a notoriedade do "Destino Madeira" e que contribuam o aumento das exportações da RAM, sendo mais valorizadas as ações que promovam a diversificação da economia madeirense.
		10	Ações que induzam a melhoria a notoriedade do destino madeira" e contribuam para o aumento a capacidade exportadora do tecido empresarial	
		20	Ações que reforcem a notoriedade do "destino madeira", que alavanquem a capacidade exportadora e contribuam para a diversificação da economia da RAM	
Grau diferenciação das ações propostas	25%	5	Ações convencionais de promoção (participação em feiras, missões, contacto com operadores turísticos)	A pontuação é atribuída a operações que pretendam promover a RAM. As ações com visibilidade internacional e as ações integradas serão mais valorizadas. Nota: Exemplos de estratégias promocionais e de visibilidade internacional: - estratégias de marketing globais do sector para promoção nos vários mercados; -estratégias de comunicação específicas para os vários mercados.
		10	Ações de natureza complementar e de valorização das ações convencionais de promoção, nomeadamente estratégias promocionais e de visibilidade internacional do "Destino Madeira"	
		20	Ações integradas de valorização e promoção do "Destino Madeira"	
Capacidade de promoção de parcerias e envolvimento de entidades externas, assegurando a visibilidade e presença efetiva no exterior	25%	0	Não são estabelecidas parcerias	A pontuação é atribuída a operações que envolvam diretamente parceiros, sendo mais valorizadas as ações que envolvam direta e indiretamente outros parceiros, tirando partido do conhecimento e experiência de cada uma desses parceiros.
		10	Promove o envolvimento direto de entidades no projeto (parcerias)	
		20	Para além dos parceiros diretos do projeto, envolve indiretamente outras entidades, instituições ou empresas	
Grau de diversificação dos mercados emissores/ reforço dos mercados emissores atuais	25%	0	Iniciativas de promoção em mercados tradicionais	A pontuação é atribuída a operações que pretendam promover o "Destino Madeira" em mercados emissores não tradicionais, ou em mercados tradicionais que se revelem fundamentais para a manutenção dos fluxos turísticos da RAM, sendo mais valorizadas as ações que promovam o "Destino Madeira" em mercados emergentes. Nota: Exemplos de estratégias promocionais e de visibilidade internacional: -estratégias de marketing globais do sector para promoção nos vários mercados; -estratégias de comunicação específicas para os vários mercados.
		10	Ações promoção do "Destino Madeira" em mercados emissores não tradicionais, ou em mercados tradicionais que se revelem fundamentais para a manutenção dos fluxos turísticos da RAM	
		20	Ações promoção do "Destino Madeira" em mercados emergentes	