
Ações de VALORIZAÇÃO DA OFERTA do Cluster do Calçado

2025

Enquadramento

Janeiro de 2025

A APICCAPS vem desenvolvendo ao longo dos últimos anos um Programa designado de Valorização da Oferta, com o objetivo de complementar os apoios às empresas em matéria de internacionalização das empresas portuguesas do cluster do Calçado e Moda.

É reconhecidamente importante, tal como definido no Plano Estratégico do cluster do Calçado e Moda 2030, alavancar os investimentos das empresas nas suas marcas, em especial nas áreas da comunicação e marketing, bem como ao nível da imagem das próprias empresas do Cluster.

A APICCAPS, com este objetivo, apresentou uma candidatura, no âmbito do PORTUGAL 2030, para dar continuidade às ações de Valorização da Oferta, que a seguir se detalham.

1. Enquadramento dos investimentos

O presente documento pretende enquadrar a metodologia de implementação de investimentos a realizar no âmbito do programa de Valorização da Oferta para 2024. Este programa prevê intervenções nas seguintes tipologias de investimento (cujo detalhe se anexa a este documento – Anexo I):

- a. Assessorias de comunicação/RP no estrangeiro (5 países)**
- b. Publicidade (*anúncios em revistas*) no estrangeiro (5 países)**
- c. Adesão a Plataformas de Comércio e Comunicação Online**
- d. Catálogos**
- e. Marketing Digital – Social Media (gestão de conteúdos)**
- f. Marketing Digital – Advertising (Google Ads, Facebook Ads, Linked In Ads, etc)**
- g. Marketing Digital – Outros (Newsletters, Influencers, etc)**
- h. Produção de conteúdos digitais (fotografia/vídeo)**
- i. Registo de marcas e proteção de modelos**
- j. Websites e lojas online próprias (internacionalização), incluindo SEO**
- k. Definição de estratégia digital da marca/empresa**
- l. Plano de Internacionalização e Marketing da marca**

Estes investimentos estão enquadrados numa candidatura submetida pela APICCAPS ao Portugal 2030, e que se encontra ainda em análise, no âmbito dos projetos conjuntos de Internacionalização das PME – Programa de Internacionalização do Cluster do Calçado - 2025 (candidatura C717416143-00019789), apresentada no âmbito do Aviso MPR 2024-5. Neste sentido, **a APICCAPS não pode ainda garantir a disponibilidade do incentivo para os investimentos** que venham a ser realizados, **só o podendo fazer se, quando e na medida em que a candidatura seja aprovada.**

Estas intervenções têm como objetivo principal qualificar as empresas para o processo de internacionalização e desta forma alavancar os resultados da sua participação em feiras internacionais. Pretende-se, também, que a realização de todos estes investimentos seja coordenada com a Campanha Portuguese Shoes, permitindo assim que a intervenção ao nível das empresas reforce também a imagem global do sector.

2. Procedimentos

A inscrição por parte das empresas nas ações de Valorização da Oferta é formalizada mediante o envio da **ficha de inscrição** em anexo. Esta inscrição apenas será considerada efetiva se todos os campos necessários forem corretamente preenchidos e apenas depois de validada pela APICCAPS.

No momento da inscrição, a APICCAPS procurará validar o enquadramento, na candidatura, do plano de investimentos proposto pelo associado. No entanto, essa validação deve ser sempre entendida como prévia e limitada, na medida em que as Autoridades de Gestão poderão, a qualquer momento, limitar a inserção dos investimentos.

Juntamente com a ficha de inscrição, deverá a empresa associada enviar também os documentos necessários para demonstrar o cumprimento de todas as **condições de elegibilidade**, obrigatórios para acesso ao incentivo que, se a candidatura for aprovada, lhe venha a ser atribuído.

A inscrição por parte da empresa associada neste programa é validada pelo pagamento de uma **taxa de inscrição**. O montante da taxa de inscrição é definido no momento da apresentação do plano de investimentos (ficha de inscrição) e em função deste – tendo em conta o valor acumulado dos investimentos propostos, o número estimado de documentos envolvidos em todo o processo e todos os procedimentos deles decorrentes bem como outros custos que a APICCAPS preveja suportar com a implementação do plano de investimentos apresentado pela empresa. Essa taxa nunca poderá assumir um valor inferior a 500€ (acrescidos de IVA).

Se, durante a execução do plano de investimentos apresentado e anteriormente referido, for necessário incluir novas ações e/ou aumentar os valores inicialmente previstos, haverá lugar a reavaliação do valor relativo à taxa de inscrição já definida. Nesse caso, será emitida, se necessário, fatura adicional para regularização do montante adicional.

A análise da **elegibilidade dos investimentos** não é da responsabilidade da APICCAPS, sendo da competência dos organismos gestores dos projetos e realizada sempre em fase de acompanhamento/encerramento do projeto.

A **contratação dos serviços** é efetuada pela empresa associada da APICCAPS diretamente ao fornecedor escolhido – previamente qualificado pela APICCAPS – que deverá emitir a fatura dirigida à APICCAPS e enviar no formato pdf para o email carlossilva@apiccaps.pt e em cc/ para o associado. Adicionalmente, com vista ao cumprimento da regra que obriga a que as despesas resultem “*de aquisições em condições de mercado a terceiros não relacionados com o adquirente*”, o associado deverá seguir o procedimento de contratação previsto na Circular 98/2022 da APICCAPS, relativa à aquisição de Bens e Serviços.

O primeiro passo é, por isso, consultar o mercado e recolher o(s) orçamento(s) obrigatório(s) junto do(s) fornecedor(es) qualificado(s) previamente pela APICCAPS. A lista dos fornecedores qualificados num determinado momento (dado ser dinâmica) poderá ser consultado no website da APICCAPS (<https://www.apiccaps.pt/documents/bolsa-fornecedores-qualificados/122.html>). Na sequência, a empresa associada deverá formalizar a adjudicação do serviço ao fornecedor selecionado. **Só a partir**

desse momento se pode iniciar a prestação do serviço pelo fornecedor e, quando for caso disso, a emissão da respetiva fatura pelo fornecedor qualificado à APICCAPS.

Após o recebimento da fatura, a APICCAPS validará o seu conteúdo (em termos de serviço e de montantes) junto da empresa associada e, em caso de aprovação, emitirá uma correspondente fatura ao seu associado de montante idêntico.

Na sequência da receção do **pagamento efetuado pelo associado**, e validada a qualificação do respetivo fornecedor, a APICCAPS procederá ao pagamento da fatura do fornecedor, caso não se verifique qualquer instrução em contrário por parte da empresa associada. Será igualmente necessário que a empresa associada/fornecedor remeta à APICCAPS tanto o(s) **orçamento(s) solicitado(s) e a adjudicação**, como o **comprovante de execução física** (evidência dos trabalhos realizados).

Apenas quando estiver na posse de todos estes elementos, e caso a candidatura tenha sido já aprovada, a APICCAPS apresentará à Entidade Gestora do respetivo projeto os investimentos realizados, em nome das empresas associadas. No momento em que a APICCAPS receba o incentivo procurará que este seja transferido de imediato à empresa associada. Todo este procedimento poderá demorar alguns meses (a experiência diz-nos que no mínimo 2 a 3 meses) na medida dos timings de apresentação dos pedidos de pagamento e da análise pelo Organismo Intermédio. **Naturalmente que estes prazos serão aplicáveis apenas a partir do momento em que a candidatura seja aprovada, dado que até lá estamos impossibilitados de fazer qualquer pedido de incentivos.**

Para efeitos de cálculo do incentivo, é aplicada às despesas elegíveis a taxa de incentivo prevista na Portaria n.º 181/2024/1. Relembremos que a taxa indicada no Artº 34º da referida Portaria se trata de uma taxa máxima sobre o montante de investimento que vier a ser considerado elegível. A experiência da APICCAPS indica que, na prática, as taxas aplicadas resultam de diversas restrições na operacionalização dos sistemas de incentivo, podendo eventualmente ser menor. A taxa final apenas é definida em sede de encerramento do projeto o que ocorre normalmente alguns anos após a realização dos investimentos.

3. Condições de Elegibilidade

No caso da candidatura apresentada vir a ser aprovada, para o **recebimento dos incentivos** a empresa associada deverá demonstrar, o mais tardar até ao momento da apresentação do plano de investimentos, que cumpre todas as condições de elegibilidade a que o recebimento de incentivos está sujeito. Deverão, por isso e o mais tardar juntamente com a entrega da ficha de inscrição, ser entregues à APICCAPS documentos comprovativos do cumprimento das condições de elegibilidade das empresas para o recebimento dos incentivos que lhe venham a ser atribuídos.

Sem prejuízo de outros requisitos formais previstos em Legislação Comunitária e Nacional, deverá ser comprovado pela empresa associada o cumprimento das condições de elegibilidade abaixo elencadas e detalhadas no **Anexo II** a este documento:

- a. Declaração de Pré-adesão**
- b. Declaração de Financiamento**
- c. Certificação PME**
- d. Certidões atualizadas de inexistência de dívidas à Segurança Social e à Autoridade Tributária**
- e. Registo no Balcão dos Fundos**
- f. Declaração de Empresa Única/Autónoma**
- g. Situação Financeira equilibrada, empresas em dificuldade e outras**

Adicionalmente, decorrente de exigências formais dos projetos no domínio da transparência e cumprimento das regras de consulta ao mercado, é necessário que os fornecedores de serviços destas ações estejam previamente qualificados através de procedimento próprio definido em regulamento específico, disponível no website da APICCAPS.

É da responsabilidade desses fornecedores solicitar à APICCAPS a sua qualificação prévia à prestação dos serviços que lhes venham a ser contratados. Deverá ser enviado um pedido por escrito para o endereço de correio eletrónico aureamendonca@apiccaps.pt, com vista a iniciar do processo de qualificação.

O regulamento de qualificação encontra-se disponível no website da APICCAPS, bem como a lista dos fornecedores entretanto qualificados para prestar serviços em cada uma das tipologias de investimento.

4. *Comprovantes de execução física (evidências)*

A empresa associada assume a responsabilidade pelo envio, completo e atempado, para a APICCAPS, dos comprovantes de execução necessários para suportar os investimentos previstos em cada uma das faturas emitidas em nome desta Associação. A verificação que vier a ser realizada pela APICCAPS e a correspondente atribuição do incentivo a título de adiantamento fica sempre condicionada à posterior validação das autoridades de gestão dos resultados apresentados pela empresa e respetivo enquadramento no critério de razoabilidade.

Tendo em conta que os investimentos poderão ter diferentes enquadramentos, apresentamos de seguida exemplos do que poderão ser comprovativos de execução para cada uma das tipologias.

- a. **Assessorias de comunicação/RP no estrangeiro (5 países):** lista das comunicações efetuadas com a comunicação social local, fotografias de eventuais eventos que promovam em nome da empresa, entre outros;
- b. **Publicidade (anúncios em revistas) no estrangeiro (5 países):** 3 exemplares da revista onde foi colocado o anúncio, ou no caso de ser digital, exemplar digital da revista;
- c. **Adesão a Plataformas de Comércio e Comunicação Online:** Documento comprovativo da entrada e presença da empresa/produtos na Plataforma, incluindo print-screens. Deverão igualmente evidenciar o registo dos contactos efetuados (registo de presenças) e resultados obtidos com a presença na plataforma;
- d. **Catálogos:** 3 exemplares dos catálogos impressos (ou ficheiro eletrónico pdf, no caso de não ter havido impressão);
- e. **Marketing digital:** Relatório emitido pelo fornecedor, que sintetize a atividade desenvolvida (eventualmente juntando print-screens) e quais os resultados obtidos com essa campanha (nº de anúncios, nº de visitas, nº de leads, nº de conversões, etc);
- f. **Produção de conteúdos digitais (fotografia/vídeo):** Conteúdos desenvolvidos (fotos ou vídeo) aplicados no website da marca/empresa, ou noutro local onde tenham sido utilizados;
- g. **Registo de marcas e proteção de modelos:** Comprovativo do registo da marca e/ou do(s) modelo(s), em nome da empresa associada;
- h. **Websites e lojas online próprias (internacionalização):** Documento com link direto para o website/loja online desenvolvida, bem como alguns print-screens das principais páginas desenvolvidas, ou Relatório das alterações implementadas no caso de SEO;
- i. **Definição de estratégia digital da marca/empresa:** Relatório em formato pdf com o resumo da análise e definição da estratégia proposta para a marca/empresa;
- j. **Plano de Internacionalização e Marketing da marca:** Relatório em formato pdf do Plano de Internacionalização e marketing proposto para a marca/empresa.

5. Atividades de acompanhamento, disseminação e avaliação

A empresa associada está – tal como a APICCAPS – obrigada a fazer a **publicitação dos apoios** imposta, mediante a colocação dos logotipos das entidades financiadoras dos investimentos, a saber, o Compete 2030, o Portugal 2030 e a União Europeia (FEDER).

As regras de publicitação e os três logotipos são obrigatórios e estão disponíveis em:

<https://www.compete2030.gov.pt/regras-de-publicitacao/>

<https://www.dropbox.com/scl/fo/syfwpt8jirwelmp1a3hh0/h?rlkey=72s9vwkubb5eluo1kqmn90lvh&dl=0>.

É da **responsabilidade da empresa associada** zelar pela **correta colocação e manutenção dos logotipos nos outputs desenvolvidos** no âmbito destas ações, bem como garantir que estejam presentes nos comprovantes de execução referidos no ponto anterior.

O facto dos investimentos das diversas empresas se enquadrarem num único programa conjunto obriga a que exista um nível mínimo de integração entre os investimentos realizados por cada empresa participante. Com vista a atribuir esse carácter conjunto e uniforme das intervenções deverá ser aposto ainda, na medida do possível, os logotipos ‘Portuguese Shoes’ e ‘APICCAPS’, os quais poderão ser solicitados diretamente à APICCAPS.

Cumpra às empresas participantes nestas Ações de Valorização da Oferta promover a disseminação dos resultados obtidos pela sua empresa, bem como marcarem presença numa ação de *benchmarking* conjunta quer com outras empresas do *cluster* do calçado, quer com outros sectores de atividade.

A empresa associada da APICCAPS deve ainda assegurar a resposta, completa e atempada, a todas as solicitações efetuadas pela Associação a todos os níveis (inquéritos, emails, entre outros), com vista a possibilitar à Associação o correto acompanhamento e instrução de todo o projeto.

Anexo I

Tipologias de investimento elegíveis

a. Assessorias de comunicação/RP no estrangeiro (5 países)

Descrição

- Contratação de serviços especializados de assessoria de comunicação/relações públicas (RP) a empresas ligadas à área da moda locais. Esta ligação com empresas de assessoria de comunicação global/ RP deverá permitir um destaque dos produtos das empresas portuguesas nas revistas da especialidade e em outros media locais dos países elegíveis, em conjunto com os anúncios anteriormente referidos, aumentar a notoriedade das marcas nacionais.

Mercados

Apenas estão abrangidos os mercados principais do *cluster* do calçado (Alemanha, França e Espanha), Itália e os EUA.

Objetivos

- Reforçar a presença das empresas nos seus principais mercados e aumentar a sua notoriedade;
- Complementar a participação em eventos internacionais;
- Contribuir para os objetivos da campanha sectorial “Portuguese Shoes”.

b. Publicidade (anúncios em revistas) no estrangeiro (5 países)

Descrição

- Publicação de anúncios das empresas portuguesas nas mais importantes revistas de moda a nível internacional;
- Anúncios poderão ser efetuados tanto em revista física como em revista online.

Mercados

Apenas estão abrangidos os mercados principais do *cluster* do calçado (Alemanha, França e Espanha), Itália e os EUA.

Objetivos

- Reforçar a presença das empresas nas revistas internacionais da especialidade;
- Complementar a participação em eventos internacionais;
- Aumentar a notoriedade das marcas nacionais;
- Contribuir para os objetivos da campanha sectorial “Portuguese Shoes”.

c. Adesão a plataformas de Comércio e Comunicação Online

Descrição

Nem todas as empresas têm características que recomendem a criação de lojas online próprias. Por exemplo, porque não têm capacidade para atrair tráfego suficiente para a sua loja que garanta um nível interessante de vendas. Ou porque não tem os meios e competências para gerir toda a logística associada à relação direta com o cliente final. Tal como no “mundo físico” para muitas empresas não faz sentido estabelecer uma rede de lojas próprias sendo preferível assegurar a presença em lojas multimarca, também no “mundo digital” a presença em plataformas multimarca pode ser preferível ao estabelecimento da sua própria loja online.

Amazon, Zalando, Zappos e Spartoo são exemplos, entre outros, de plataformas internacionais de grande relevância. Mas também a nível nacional existem exemplos relevantes, como a Overcube e a The Feeting Room, entre outras, que permitem às marcas iniciarem o seu processo de internacionalização e venda ao exterior. A sua dimensão e reputação asseguram níveis de tráfego na loja que nenhum fabricante poderia individualmente conseguir, à custa, inevitavelmente, de uma menor visibilidade para a oferta específica de cada empresa.

Objetivos

- Criação de canais de venda alternativos;
- Aumentar a presença da marca nos canais digitais;
- Aproveitar o know-how das plataformas sobre clientes e processo de venda, aliada a alguma redução de custos para as empresas.

d. Catálogos

Descrição

Inclui a conceção, a edição gráfica e a publicação de catálogos das coleções de empresas do sector, que poderão ser utilizados por estas na comunicação com os seus clientes em particular como suporte à participação em feiras internacionais.

Trata-se de um poderoso instrumento de comunicação e de apresentação da coleção. Poderá assumir também formatos digitais, de forma a permitir um envio mais abrangente e rápido a potenciais clientes em diversos momentos e contextos.

Objetivos

- Promover a imagem das empresas;
- Cativar clientes potenciais e fidelizar clientes habituais;
- Apresentar de forma detalhada o conceito de cada coleção;
- Divulgar a presença das empresas nos grandes eventos internacionais.

e. Marketing Digital – Social Media (gestão de conteúdos)

Descrição

As redes sociais assumem-se cada vez mais como um importante veículo de comunicação entre compradores internacionais/consumidores e as empresas. Atualmente, não é só condição obrigatória estar presente nas redes sociais, como também é preciso fazer-se ouvir, alimentando com conteúdos orgânicos as suas páginas, para que as marcas/empresas continuem sempre presentes na mente dos compradores.

Objetivos

- Desenvolver estratégias de comunicação digital;
- Criar *engagement* entre os clientes e as empresas/marcas.
- Atrair tráfego para o site/lojas on-line com o objetivo de o utilizador percorrer as várias etapas do funil de marketing.

f. Marketing Digital – Advertising (Google Ads, Facebook Ads, linked In Ads, etc)

Descrição

A concorrência é elevada, mas as oportunidades também o são. A implementação de campanhas, abrangendo as várias etapas do funil de marketing - atrair, envolver e converter – têm de se tornar uma constante nas empresas para que o aumento da promoção e divulgação dos produtos portugueses desemboque na renovação e/ou angariação de clientes e, conseqüentemente, de mais vendas.

No mundo digital quando este tema surge na nossa mente rapidamente o associamos às campanhas nas redes sociais, mas também podemos e devemos associá-lo à rede de Publishers websites como por exemplo a Google, não obstante de o ecossistema de *Display Advertising* não se resumir apenas a este, é sem dúvida um importante *player*.

Estes canais de marketing constituem importantes instrumentos por conhecerem muito bem os seus utilizadores, em particular no que concerne aos seus gostos e hábitos de consumo. Se considerarmos o conhecimento que por exemplo a Google detém sobre cada um dos seus utilizadores rapidamente entendemos a mais-valia do seu uso, potenciando uma maior eficácia e alcance sobre os públicos-alvo que pretendemos atingir.

Importa, assim, que as empresas adotem mais estas ferramentas de promoção.

Objetivos

- Fomentar a adoção de ferramentas de promoção que têm um potencial de alcance maior de públicos-alvo;
- Promover atividades de divulgação dos produtos portugueses junto dos clientes habituais e potenciais e gerar conversões (vendas/*leads*);

g. Marketing Digital – Outros (Newsletters, Influencers, etc)

Descrição

O aumento da visibilidade dos sites/lojas online não se esgota nas redes sociais e *Display Advertising*. Aliás, um dos aspetos que é muitas vezes menosprezado, mas que a longo prazo poderá dar excelentes resultados, é a implementação de uma estratégia de *Influencer Marketing*.

Paralelamente, o e-mail marketing apesar de ser um instrumento já bastante antigo, permite, através de *newsletters*, divulgar a oferta de cada uma das empresas do sector e chegar rapidamente aos compradores internacionais e/ou consumidores finais. Além disso, se monitorizadas as *newsletters*, possibilitarão obter valiosos *insights* sobre o comportamento dos utilizadores, como por exemplo quais os conteúdos que consideram mais relevantes.

Objetivos

- Promover a notoriedade da marca/empresa de forma orgânica no mundo digital;
- Promover a oferta dos produtos portugueses junto dos stakeholders do mundo do calçado (sejam consumidores finais e/ou empresas);
- Dinamizar uma comunicação constante, através do e-mail marketing, entre as empresas e o seu público-alvo.

h. Produção de conteúdos digitais (fotografia/vídeo)

Descrição

Pretende-se criar conteúdos fotográficos e multimédia considerados indispensáveis para a promoção de proximidade, quer com o público profissional, quer com os consumidores finais. Nesta tipologia contempla-se a contratação de fotógrafos, *stylists*, cabeleireiros, maquilhadores, manequins profissionais, equipas de vídeo, entre outros, capazes de conceber e criar conteúdos multimédia de grande impacto, passíveis de utilização nos diversos suportes de comunicação utilizados pela marca.

Objetivos

- Promover o *upgrade* de imagem das marcas do sector;
- Fomentar uma imagem de excelência das empresas e dos seus produtos;
- Captar a atenção de quem se depara com qualquer das formas de promoção da empresa;

i. Registo de marcas e proteção de modelosDescrição

Aprofundamento da prática de registo da marca nos países da U.E. e seu alargamento a países terceiros.

Generalização e sistematização do registo do(s) modelo(s) para adequada e eficaz proteção do crescente investimento efetuado na conceção de produtos.

Por se tratar de um projeto de internacionalização, não são elegíveis investimentos de registos em Portugal.

Objetivos

- Reforçar o papel das marcas e dos novos modelos com o elemento diferenciador da oferta;
- Minimizar os riscos de investimento e de litigância.

j. Websites e lojas online próprias (internacionalização), incluindo SEODescrição

Contratação de serviços especializados capazes de projetarem a presença das empresas no domínio digital, passando pela criação de novos websites, pela implementação de lojas online ou ainda pela reformulação profunda (em termos de funcionalidades) de websites e/ou lojas online já existentes.

Também a otimização dos websites para responderem melhor às procuras efetuadas nos motores de buscas, através da implementação de Campanhas de SEO (*Search Engine Optimization*), podem trazer resultados muito positivos as marcas.

Objetivos

- Permitir a apresentação da empresa de um ponto de vista global e apresentação de coleções;
- Implementar áreas de clientes (B2B) e de localização de pontos de venda;
- Promover e aprofundar um contacto digital com o consumidor final (B2C);
- A integração de sistemas entre as lojas online e os diferentes sistemas de gestão das empresas;
- Promover a participação das empresas portuguesas no domínio digital.

k. Definição de estratégia digital da marca/empresaDescrição

Reforço das competências das empresas na área digital logo no momento de uma correta definição da estratégia digital a implementar pela marca.

Pretende-se por isso apoiar as empresas na contratação de consultoria com vista à definição da agenda digital das marcas. Esta consultoria deverá versar sobre uma análise aprofundada do posicionamento atual da marca no universo online e, de seguida apresentar proposta(s) de ajustes a fazer para que a empresa possa melhorar o seu posicionamento digital.

A estratégia proposta deverá ter sempre como objetivo o aprofundamento do processo de internacionalização e o posicionamento da empresa em termos de produto.

Objetivos

- Definir o posicionamento da marca em termos digitais;
- Identificar os canais onde a empresa possa melhorar o seu posicionamento online;
- Diversificar os mercados de exportação das empresas e aprofundar a aproximação ao cliente final.

l. Plano de Internacionalização e Marketing da marcaDescrição

Estruturação de planos de Internacionalização e Marketing que definam, além da forma de atuação ao nível da internacionalização, as intervenções ao nível comercial e de marketing da marca.

A análise dos mercados-alvo definidos deverá ser contemplada de forma a ser proposto um plano de intervenção nesses mercados consistente e assente em pressupostos válidos e alcançáveis. A referida proposta de plano deverá ter em conta também o posicionamento da empresa em termos de produto.

Objetivos

- Promover a participação de novas empresas no processo de internacionalização;
- Apoiar o processo de definição estratégico das empresas, especialmente na ótica da internacionalização das marcas;
- Permitir a diferenciação de mercados e introdução de novos segmentos de produto.

Anexo II

Condições de Elegibilidade

Sem prejuízo de outros requisitos formais previstos em Legislação Comunitária e Nacional procura-se aqui estruturar uma síntese das condições de elegibilidade cujo cumprimento tem de ser demonstrado pelas empresas participantes no projeto.

a. Declaração de Pré-Adesão

Este documento é preenchido e apresentado apenas uma vez para o período de vigência do projeto onde se enquadram estes investimentos. As empresas que não o apresentaram no momento da candidatura deverão proceder ao seu preenchimento e apresentação até à inscrição numa qualquer ação.

A declaração de pré-adesão deverá ser preenchida através do procedimento eletrónico implementado pela APICCAPS acedendo ao *website*:

<https://adesao.apiccaps.pt/Myportugueseshoes/Login/>

Depois de acederem deverão identificar a v/ empresa recorrendo aos dados de acesso utilizados nas candidaturas anteriores. Caso não tenham efetuado até ao momento qualquer pré-adesão o pedido de atribuição de *login* e *password* poderá ser realizado para o endereço de correio eletrónico carlossilva@apiccaps.pt.

No final do preenchimento, o *website* promove a **impressão da declaração que deve ser assinada, carimbada e remetida para a APICCAPS** (preferencialmente **via email** e, eventualmente, via postal).

Obs.: os valores (médios) a suportar por cada empresa referidos no campo 8 são meramente indicativos e correspondem ao custo total médio estimado deduzido da respetiva comparticipação das despesas elegíveis estimadas.

b. Declaração de financiamento

Juntamente com a declaração de pré-adesão será disponibilizada uma declaração de Financiamento já preenchida com os dados da empresa.

Esta declaração pretende que a empresa se comprometa a financiar a sua quota-parte dos investimentos no projeto.

A declaração deverá ser **assinada e carimbada pela empresa e remetida para a APICCAPS** (preferencialmente **via email** e, eventualmente, via postal).

c. Certificação PME

A regulamentação em vigor impede a atribuição de apoio financeiro às empresas de dimensão “Não PME”. É necessário, por isso, que todas as empresas participantes comprovem o seu estatuto de PME.

O processo de certificação é efetuado eletronicamente no *website* do IAPMEI, em www.iapmei.pt, ao qual as empresas associadas deverão aceder para atualizar o respetivo registo. Nos casos em que esta certificação já tenha sido efetuada deve, mesmo assim, ser verificada se esta ainda se encontra válida, designadamente através da confirmação dos valores definitivos relativos ao último exercício disponível.

d. Certidões de inexistência de dívidas à Segurança Social e à Autoridade Tributária

As empresas que pretendam participar em qualquer das ações são obrigadas enviar para a APICCAPS – e a manter atualizadas – certidões comprovativas de que têm a situação contributiva regularizada.

Essa prova deverá ser feita mediante o envio dos ficheiros pdf obtidos no website de cada uma das Instituições (Segurança Social e Portal das Finanças), que contêm o respetivo código de validação. O envio e quaisquer esclarecimentos sobre estes procedimentos deverão ser dirigidos para o endereço de correio eletrónico fernandacarvicais@apiccaps.pt.

Reforçamos que estes documentos devem ser mantidos atualizados, e em posse da APICCAPS, até à data do pagamento do último incentivo correspondente à participação no projeto, pelo que deverão remeter periodicamente certidões de inexistência de dívida para substituir as que, entretanto, caduquem.

e. Registo no Balcão dos Fundos

A participação em qualquer sistema de incentivos obriga ao registo da empresa beneficiária no Balcão dos Fundos.

Caso a empresa ainda não se encontre registada, poderá fazê-lo através do link abaixo, utilizando para tal as credenciais do portal das Finanças. No final da validação do registo, deverão proceder a um print-screen da área dos ‘dados da entidade’ e enviar para a APICCAPS.

<https://balcaofundosue.pt/>

f. Declaração de Empresa Única/Autónoma

Cada empresa deverá submeter a declaração de empresa única/autónoma, através da PAS 2.0 e remeter o ficheiro comprovativo com a respetiva declaração para a APICCAPS.

Para efetuar o registo, a empresa deverá seguir o procedimento descrito no documento abaixo.

[Registo de Empresa Autónoma Única.pdf](#)

g. Situação Financeira equilibrada, empresa em dificuldade e outras

A empresa associada deverá ainda assegurar-se de que cumpre e manterá o cumprimento no futuro das seguintes condições:

1. Deve ser demonstrado, por cada empresa participante no projeto, que possui uma situação financeira equilibrada, a saber:
 - a. Caso a declaração de pré-adesão tenha data anterior a 8 de agosto de 2024, deverá a empresa demonstrar que possuía uma autonomia Financeira mínima de 15,0% nas últimas contas encerradas, ou em Balanço Intercalar posterior até à data da pré-adesão;
 - b. Caso a declaração de pré-adesão tenha data posterior a 8 de agosto de 2024, deverá a empresa demonstrar que possuía uma situação líquida positiva, aferida através do montante de Capital Próprio da empresa superior a 0€, nas últimas contas encerradas, ou em Balanço Intercalar posterior até à data da pré-adesão.
2. A empresa participante não poderá ser considerada uma empresa em dificuldade, de acordo com a definição prevista no ponto 18 do artigo 2.º do Regulamento (UE) n.º 651/2014;
3. Deverá atestar que não é uma empresa sujeita a uma injunção de recuperação, ainda pendente, na sequência de uma decisão anterior da Comissão que declara um auxílio ilegal e incompatível com o mercado interno, conforme previsto na alínea a) do n.º 4 do artigo 1.º do Regulamento (UE) n.º 651/2014;
4. Nos termos da legislação aplicável, a empresa deve ainda manter-se em atividade por um período mínimo de 3 anos após o encerramento do projeto em que participou, podendo – se tal não acontecer – haver lugar à devolução dos incentivos já recebidos pela empresa.