










CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO 2024

A análise das candidaturas pela Deloitte tem em consideração um conjunto de critérios de avaliação, abrangendo 3 dimensões de análise: geral, qualitativa e quantitativa.







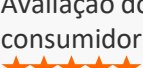


DIMENSÃO GERAL

	Impacto	▶ Aferição de impactos positivos (gerados ou induzidos) no desenvolvimento turístico, junto do consumidor e/ou dos colaboradores, nomeadamente quanto ao perfil da procura, comportamentos e hábitos de consumidores e colaboradores
	Formação	▶ Estratégia de investimento e incentivo à formação da equipa de colaboradores
	Sustentabilidade	▶ Contributos e iniciativas promovidas que visem a sustentabilidade ambiental
	Comunicação	▶ Estratégia de comunicação e alcance da mesma, nomeadamente canais utilizados, planeamento das campanhas, mercados alvo, entre outros

DIMENSÃO QUALITATIVA

	Turismo Autêntico	▶ Identificação dos fatores promotores de uma oferta abrangente e equilibrada do ponto de vista territorial, bem como da utilização e alavancagem de recursos locais e endógenos
	Turismo Gastronómico	▶ Identificação de oferta gastronómica diferenciada e autêntica, alicerçada na valorização e promoção da gastronomia regional e nacional
	Turismo Inclusivo	▶ Caracterização da estratégia para reforço da relação com o consumidor, através da comunicação ou de iniciativas que visem a sua inclusão e fidelização
	Turismo Inovador	▶ Estabelecimento de parcerias e desenvolvimento de oferta inovadora, incluindo a utilização de ferramentas e meios digitais para a distribuição e análise do desempenho do Projeto
	Turismo Sustentável	▶ Descrição dos fatores de sustentabilidade ambiental, económica e responsabilidade social subjacentes à estratégia de médio/longo prazo

DIMENSÃO QUANTITATIVA

	Nº de entidades parceiras/envolvidas		Nº de postos de trabalho gerados		Nº de horas de formação		Investimento total		
	Nº de Clientes / utilizadores		Receitas geradas/ custos evitados		Avaliação do consumidor ¹		Presença geográfica		Distinções recebidas

1) Critério de avaliação específico da categoria “Turismo Gastronómico”.