

Presente à Sessão da Assembleia Municipal  
de 26/4/2008, e foi deliberado  
aprovar a 3ª alteração  
ao Regulamento de  
Organização dos serviços  
do Centro de Saúde de Vila Verde  
do 1.º dist. - 1.º sub

a UBI, IPG e outras Instituições, bem como a criação e regulamentação da Zona Franca Cultura, em parceria interna com o Turismo e Marketing Territorial;

5) .....

6) .....

7) Apoiar a criação de empresas nas futuras instalações das “Incubadoras” de Almeida e Vilar Formoso, criando o “Cartão do Empreendedor” com o apoio na implementação do HCCP (Segurança Alimentar), SHST (Saúde Higiene e Segurança no Trabalho) e outras acções administrativas implementadas em espaço Co-Working, tornando o Concelho de Almeida mais competitivo.

8) Apoiar, acompanhar e implementar a certificação de qualidade, nos serviços e produtos endógenos no Concelho de Almeida (Mel, Azeite, Queijos, Enchidos, Licores, Compotas e outros), bem como apoiar candidaturas a programas comunitários e ao licenciamento das Microempresas do Concelho, em parceria com o Turismo e Marketing Territorial.

a)- Implementar o Manual de Boas Práticas do Termalismo no balneário Termal da Fonte Santa, apoiando directamente a gestão da qualidade organizacional e promocional do mesmo, em parceria com o Turismo e Marketing Territorial.

b)- Apoio na Gestão Estratégica do Município através da aplicação de um Sistema de Gestão da Qualidade, implementando e monitorizando o Sistema de Avaliação de Desempenho em todos os serviços da CMA.

9) Ao nível do apoio ao sector agro-pecuário, proceder ao tratamento de dados junto das plataformas digitais do IFAP; Elaborar candidaturas agrícolas e submeter pedidos de subsídios agrícolas aos agricultores do Concelho; Elaborar e propor à CMA regulamentos de apoio e incentivo aos agricultores do Concelho de Almeida.

## Artigo 32º

Subunidade Orgânica Administrativa de Assuntos Sócio-Económicos, Culturais, Turismo e Marketing Territorial, Desporto, Educação, Saúde e acção Social.

### 3. Na Área de Turismo e Marketing Territorial:

a)- Gerir e coordenar o funcionamento da Área de Turismo e Marketing Territorial, bem como os Postos de turismo de Vilar Formosos e Castelo Mendo e o Polo Museológico de Vilar Formoso;

b) .....

c) .....

d) ....

e) ....

f) ....

g) ....

h) ....

i) ....

j) Criar o Plano de Comunicação Estratégico;

l) Catalogação, planeamento, gestão e valorização do território, análise e diagnóstico do território, quantificar e qualificar as segmentações do mercado, serviços, actividades e segmentações de visitantes;

m) – Segmentar o mercado turístico e adequar à procura, posicionar e diferenciar a actividade turística, definir a estratégia de marketing adequada a cada mercado e segmentação, estruturar uma estratégia de eventos diferenciadores, aplicar estratégias de combate à sazonalidade e a sustentabilidade;

n)- Incentivar o artesanato local e os produtos endógenos, através dos produtores locais tendo por base a certificação do produto, imagem de marca aliada ao território e à gestão da qualidade e possível distribuição, em parceria com o Gabinete de Gestão Estratégico e potenciar a carta gastronómica do território, criando festivais/eventos pelo território;

o) Afirmar a marca territorial, elaborar um plano de promoção e merchandising dos produtos locais, elaborar campanhas de marketing e de comunicação: Concertação dos suportes de comunicação, Newsletter, site da CMA e comunicações diversas às actividades turísticas agendadas, organizar visitas guiadas inter-freguesias e adequar os pacotes turísticos. Calendarização das actividades turísticas do território e segmenta-las;

p) – Promover acções de formação profissional ligadas ao sector do turismo da CMA.