

							C) Informação	
ID Indicador	Tipo Indicador	designação	Contratualização de resultados e de realizações	unidade	Definição / Metodologia	Fonte / Meta-informação	ii) Desenvolvimento do Cadastro Nacional dos Valores Naturais Classificados, nomeadamente através de trabalhos no terreno e de fotointerpretação para recolha de informação, bem como o desenvolvimento de novas funcionalidades para os softwares que se revelem necessárias;	viii) Desenvolvimento de conteúdos e ações de sensibilização para a conservação da natureza junto da comunidade jovem e escolar
O.06.04.01.E	Realização	Superfície do território de Sítios de Importância Comunitária (SIC – RN2000) abrangida por cartografia de valores naturais protegidos	Sim	Hectares	Área dos 61 SIC do Continente coberta por cartografia georeferenciada dos habitats naturais e semi-naturais protegidos do anexo I da Diretiva Habitats constantes da lista de referência de Portugal. As áreas a apoiar deverão ser georeferenciadas, prevenindo a sobrecontagem dessas áreas em caso de apoio em mais que uma operação.	SIPOSEUR - Recolha direta em sede de candidatura / Relatório Anual / Relatório Final	X	
O.06.04.03.P	Realização	Sistemas de Informação e Monitorização e Portais Eletrónicos desenvolvidos ou modernizados	Sim	Nº	Sistemas de Informação e Monitorização desenvolvidos ou modernizados, neste caso apenas considerados quando respeitem à inclusão de novas funcionalidades	SIPOSEUR - Recolha direta em sede de candidatura / Relatório Anual / Relatório Final	X	
R.06.04.07.P	Resultado	Espécies protegidas cujo o estado de conservação ou tendência passa a ser conhecido	Sim	Nº	Nº de espécies protegidas cujo o estado de conservação ou tendência passa a ser conhecido	SIPOSEUR - Recolha direta em sede de candidatura / Relatório Anual / Relatório Final	X	
O.06.04.05.P	Realização	Produtos de comunicação, divulgação e sensibilização	Sim	Nº	Nº de instrumentos de comunicação e conteúdos/suportes produzidos, consideram-se, entre outros, materiais e-learning, peças de merchandising, folhetos ou brochuras, sites criados ou reestruturados, vídeos Jogos didáticos e spots publicitários, peças de merchandising, sendo que apenas se contabiliza o tipo de conteúdo/suporte e não as respetivas tiragens/visualizações	SIPOSEUR - Recolha direta em sede de candidatura / Relatório Anual / Relatório Final		X
O.06.04.06.P	Realização	Campanhas, Ações ou Estudos de Sensibilização e Informação	Sim	Nº	Nº de Campanhas e Ações de Sensibilização para a conservação da natureza e da biodiversidade apoiadas	SIPOSEUR - Recolha direta em sede de candidatura / Relatório Anual / Relatório Final		X
O.06.04.01.G	Realização	Entidades envolvidas nas campanhas de sensibilização e ações de informação		Nº	Nº de Entidades (Escolas de diferentes ciclos e Universidades) envolvidas nas Campanhas de Sensibilização e Ações de Informação para a conservação da natureza e da biodiversidade	SIPOSEUR - Recolha direta em sede de candidatura / Relatório Anual / Relatório Final		X
O.06.04.02.G	Realização	População abrangida pelas Campanhas de Sensibilização e informação		Nº	Nº de jovens abrangidos pelas campanhas de sensibilização para a conservação da natureza e da biodiversidade, considerando o(s) público(s) alvo (comunidade jovem e escolar) e as áreas geográficas privilegiadas no âmbito das mesmas	SIPOSEUR - Recolha direta em sede de candidatura / Relatório Anual / Relatório Final		X
R.06.04.08.P	Resultado	Grau de adesão do público-alvo da campanha / ação	Sim	%	O grau de adesão do público-alvo da campanha será avaliado de acordo com a diversidade de meios envolvidos nas ações implementadas e o âmbito geográfico do público alvo que pretende atingir, o que quer dizer que o grau de adesão pode ser medido por: - % de Escolas Aderentes aos materiais de e-learning; - % de Downloads da aplicação móvel criada/ Jogos (Nº de downloads efetuados face ao âmbito geográfico e público alvo abrangido pela aplicação - jovens universitários, jovens escolas do 1º ciclo, 2º ciclo, 3º ciclo, secundário, âmbito nacional, regional) - % de Audiência de spots TV, rádio - % de exemplares de material de sensibilização e informação distribuídos face ao nº de exemplares produzidos - % de subscrições de newsletters ou de alertas automáticos (feeds rss) nas plataformas desenvolvidas (sites, p.e) - % Visitantes de exposições em que são apresentados os suporte multimédia, vídeos promocionais A meta será calculada da seguinte forma, quando a operação contemplar mais do que um conteúdo: Somatório do número de pessoas que aderem aos vários conteúdos/somatório do número de pessoas correspondente ao público alvo relativo aos vários conteúdos. O cálculo da meta deverá ser devidamente justificado na Memória Descritiva da candidatura.	SIPOSEUR - Recolha direta em sede de candidatura / Relatório Anual / Relatório Final		X