



REPÚBLICA DE CABO VERDE

Termos de Referência

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DO PORTAL CONSULAR

1. Preâmbulo

O Governo da República de Cabo Verde recebeu da Associação Internacional de Desenvolvimento (Banco Mundial) financiamento no valor de US\$ vinte milhões de dólares (\$20.000.000) para o custeio da implementação do PROJECTO DIGITAL CABO VERDE, que tem como objetivo de contribuir para transformar o país num hub digital regional para acelerar sua economia digital por meio de uma infraestrutura digital aprimorada e uma demanda fortalecida de serviços e habilidades digitais. O projeto apoiará a estratégia do governo de transformar o país em uma economia de serviços habilitada digitalmente, aumentando sua competitividade e atraindo mais investimentos. Aumentar a oferta e a demanda de conectividade de banda larga e depósitos de dados (infraestrutura digital) é fundamental para apoiar o desenvolvimento de plataformas digitais públicas e privadas e criar novos serviços para indivíduos, empresas e governos.

O projeto compreende três componentes principais, a saber:

- **Componente 1:** Ambiente Legal e Regulatório Favorável. Apoiar o Governo de Cabo Verde (GovCV) na melhoria do ambiente legal e regulatório para uma economia digital.
- **Componente 2:** Competitividade Digital. Equipar melhor os indivíduos e as empresas em todo o país para serem mais competitivos no mercado de trabalho da economia digital e para estimular a inovação e o crescimento da produtividade.
- **Componente 3:** Serviços Públicos e Mercados Digitais. Atividades de apoio destinadas a aumentar a capacidade do GovCV para melhor prestar serviços públicos digitais.

Esta Consultoria enquadra-se no objetivo da Componente 3 de apoiar o Governo de Cabo Verde em seus esforços recentes para apoiar atividades destinadas a aumentar a sua capacidade para melhor fornecer serviços públicos digitais nos domínios: G2G; G2B e G2P, num contexto em que a maturidade digital do utilizador para aceder a serviços online continua a colocar desafios.

1.1. Antecedentes relevantes do país

Cabo Verde é uma nação arquipelágica, com a maioria da sua população a viver no estrangeiro, um pouco por todo o mundo.

O governo definiu uma estratégia nacional para transformação digital do país e decidiu implementar esta reforma de fora para dentro, com foco na Diáspora e no investimento

Estrangeiro.

Em 2018, o governo criou o projeto de transformação digital das missões diplomáticas e designou a embaixada em Portugal como entidade gestora do projeto com a missão de adotar e experimentar soluções que posteriormente seriam replicadas em todas as outras Missões Diplomáticas de Cabo Verde no exterior, contribuindo para uma redução substancial do tempo de espera para atendimento e prestação de serviços finais aos seus cidadãos que procuram os serviços consulares. O projeto inclui ainda a construção de um novo sistema integrado de gestão financeira que privilegia processos totalmente desmaterializados.

No âmbito do projeto está em desenvolvimento um novo Portal Consular de Cabo Verde com foco na desmaterialização, interoperabilidade com outros sistemas de informação da administração pública e serviços online. O Governo reforçou as competências da equipa do projeto ao criar a Unidade de Missão para a Diáspora Digital (UMDD) composta por várias instituições públicas e definiu objetivos mais ambiciosos para a equipa.

Foi lançado um primeiro concurso para a elaboração da estratégia e implementação do plano de comunicação e marketing do Portal Consular, mas o trabalho foi interrompido a meio por razões alheias à nossa vontade. Neste sentido, as empresas devem consultar a UMDD para informações adicionais em caso de necessidade e dimensionar as propostas tendo em conta os trabalhos desenvolvidos até aqui.

2. Objetivos

2.1. Objetivo geral

O objetivo geral deste TdR é a contratação de uma empresa consultora, especializada na prestação de serviços na área da comunicação e marketing para apoiar a UMDD (o Cliente) na promoção e divulgação do Portal Consular de Cabo Verde junto da maioria dos cidadãos e empresas e ajudar alcançar o objetivo de mais de 50% de pedidos de serviços online e a distância durante o ano 2024. Portanto, ter um meio estratégico para aumentar a visibilidade e utilização do portal consular através de diferentes canais de comunicação digital e impressa e ser um instrumento de apoio para uniformização do serviço consular e como uma ferramenta acessível e que pode melhorar significativamente a vida dos cidadãos no que concerne à obtenção de serviços públicos.

A empresa deverá apresentar na proposta técnica e logo depois da adjudicação um plano de comunicação e marketing específico e direcionado aos cidadãos que procuram as embaixadas e consulados e o portal consular, quer presencialmente quer através do portal consular online, potenciando as iniciativas em curso de inclusão digital e promoção do portal consular. A proposta técnica deverá ainda incluir um plano específico e direcionado à promoção na Google e outras plataformas de pesquisa na internet que deverá ser implementado logo depois da adjudicação.

A empresa deverá equacionar na proposta financeira todos os custos previstos com aquisição de quaisquer materiais ou equipamentos necessários para suportar todo o plano

de comunicação e marketing que deve ser detalhado na proposta técnica.

2.2. Objetivos específicos

- a) Elaborar e executar um plano de divulgação e comunicação 360 graus do Portal Consular ¹ e apoiar na implementação das melhores soluções para os vários pontos de contacto, com foco em:
 1. Definir e criar conteúdos de comunicação para as entidades dos países recetores, onde existem representações consulares de CV;
 2. Ajudar a definir e implementar um plano de comunicação específico para os cidadãos que procuram as embaixadas e consulados e o portal consular online, potenciando o programa de inclusão digital em curso, logo depois da adjudicação;
 3. Definir e implementar um plano de comunicação e marketing do portal consular na Google e outras plataformas de pesquisa na internet, implementando um sistema de *reviews* para as aplicações web e mobile e configurar os sistemas no *analytics* da Google para as várias plataformas, logo nos primeiros dias após a adjudicação;
 4. Criar conteúdos comunicativos digitais e impressos com qualidade e criatividade visando cativar os cidadãos e empresas e principais stakeholders. Os conteúdos devem ser multilingue: Português, Inglês, Francês e espanhol;
 5. Definir e criar conteúdos padronizados para a comunicação interna (digital e impresso);
 6. Criar um manual de procedimentos internos para os colaboradores com base nos conteúdos do Portal Consular
 7. Formação dos colaboradores para acompanharem as ações em curso;
 8. Criar um cronograma para o plano de comunicação;
 9. Definir e segmentar o público-alvo (interno e externo, nacionais e internacionais);
 10. Identificar os canais de comunicação disponíveis e associá-los aos públicos-alvo;
 11. Identificar e ajudar a implementar as melhores ferramentas para os diferentes pontos de contato com os públicos-alvo;
 12. Elaborar uma estratégia de comunicação para os utilizadores do portal consular, consoante o estado dos pedidos;
 13. Elaborar e executar um plano de uniformização dos procedimentos para os utilizadores particulares e institucionais;

¹ [Portal Consular \(gov.cv\)](http://PortalConsular.gov.cv)

14. Ajudar a potenciar o plano de combate à infoexclusão utilizando o portal consular nas salas de espera das missões diplomáticas;
15. A empresa será responsável pela gestão de conteúdos do portal consular e do sítio da embaixada de cabo verde em Portugal enquanto vigorar o contrato e deve atualizar todo o conteúdo do portal consular indo ao encontro dos objetivos definidos e da nova estratégia de comunicação:
 - i. Elaborar e executar um plano de uniformização dos procedimentos para os utilizadores particulares e institucionais;
 - ii. Apresentar e atualizar toda a comunicação e conteúdos do portal em português, inglês, francês e espanhol;
 - iii. Ajudar a adaptar todos os modelos de documentos emitidos no portal para multilingue;
 - iv. Criação do manual de procedimentos para os utilizadores;
 - v. Implementação do plano de comunicação.

Vantagens de se ter uma boa estratégia de comunicação e divulgação do Portal Consular:

- a) Elucidar os potenciais beneficiários sobre a disponibilização de serviços públicos no Portal Consular de Cabo Verde;
- b) Melhor entendimento dos procedimentos, possibilitando uma diminuição dos erros procedimentais por parte dos operadores e cidadãos;
- c) Maior transparência na gestão dos processos;
- d) Divulgação de uma fonte única de informação para todo o ecossistema Consular;
- e) Adequação, coerência e continuidade nas normas e nos procedimentos pelas várias unidades orgânicas, fixando critérios e padrões de procedimentos;
- f) Divulgação de um efetivo instrumento de consulta e orientação;
- g) Padronização de procedimentos, boas práticas, melhorias na prestação de serviço traduzidos na redução das burocracias e dos tempos de espera;
- h) Atração das novas gerações com serviços simplificados e acessíveis de qualquer lugar.

3. Público-Alvo

Uma campanha de comunicação eficaz requer que todos os grupos identificados como público-alvo sejam alcançados. Estes grupos terão que identificar facilmente as mensagens que lhes serão dirigidas para que o potencial do Portal Consular seja alcançado. Assim, importa que as mensagens sejam claras e perceptíveis. Estas devem ser transmitidas

de forma eficaz e concertada, com recurso a um mix diversificado de meios e suportes de comunicação que facultem índices elevados de compreensão, esclarecimento e adesão. Esta clareza deve ser extensiva a todos os conteúdos do portal consular, garantindo uma boa experiência aos cidadãos. A título de exemplo seguem algumas linhas orientadoras:

- Maior celeridade e qualidade de informação;
- Eficiência, Qualidade e Comodidade na utilização do Portal Consular;
- Ponto de informação com informações fidedignas;
- Aproximação dos serviços de informação aos utilizadores, através de momentos de contato com estes;
- Mais Qualidade de Serviço, Maior Satisfação dos Utilizadores;
- Modernização, Rigor e Transparência na Prestação de Serviços Públicos;
- Melhoria da imagem institucional das entidades do Estado e gestores envolvidos no processo;
- Administração Pública mais próxima dos cidadãos, maior qualidade de Serviço.

4. Produtos e Resultados Esperados

O escopo do trabalho será dividido em duas etapas. Durante a primeira etapa, a empresa deverá desenvolver um Plano Estratégico de Comunicação (PEC) em conformidade com os objetivos detalhados acima. Posteriormente, na segunda etapa, uma vez aprovada o PEC pela UMDD, a UGPE e o Banco Mundial (BM), a empresa deverá implementar o referido PEC.

Etapa 1: Plano Estratégico de Comunicação (PEC)

a) Elaboração de uma Estratégia de Comunicação

A elaboração da estratégia de comunicação e divulgação do Portal Consular consiste em realizar um breve diagnóstico para o entendimento do trabalho em curso; análise ao público alvo de modo a determinar a melhor forma de disseminação das mensagens no quesito da linguagem a ser utilizada de forma a atingir todos os interessados; objetivos da campanha; alinhamento dos canais de divulgação a serem utilizados; alinhamento do cronograma para a implementação do plano alinhado com os objetivos de negócio estabelecidos.

b) Elaboração do Plano Estratégico de Comunicação (PEC)

A campanha de divulgação do Portal Consular permite informar e disseminar informação sobre os procedimentos mais eficientes implementados e seus benefícios para a comunidade. Aos indivíduos identificados como público-alvo deve ser proporcionada informação relevante e específica que os permita aceder ao Portal Consular, entender as suas vantagens e promover a sua utilização. Especificamente vai permitir:

- Explicar os objetivos do Portal Consular, os processos e respectivos procedimentos;
- Informar e mobilizar atuais e potenciais utilizadores;
- Divulgar as vantagens e dar visibilidade no âmbito do programa de reformas da administração pública utilizando o digital;
- Consciencializar para a importância de uma mudança de paradigma na prestação de serviços públicos e melhor ligação com a população e entidades;
- Maior transparência nos processos e redução de morosidades e burocracias recorrendo as novas tecnologias de comunicação e informação.

As mensagens da campanha devem ser divulgadas num conjunto de meios combinados por forma a atingir os diferentes indivíduos, adiante designados como grupo-alvo.

Entregáveis Etapa 1:

A primeira etapa inclui, mas não se limita, aos seguintes entregáveis:

- 1. Estratégia de comunicação:**
 - i. Diagnóstico global;
 - ii. Matriz forças, fraquezas, oportunidades e ameaças.
- 2. Plano Estratégico de Comunicação (PEC): Concretamente:**
 - i. Plano estratégico de comunicação simplificado;
 - ii. Plano estratégico de comunicação específico e direcionado aos cidadãos que procuram o portal consular tanto presencialmente nas salas de espera das embaixadas e consulados como online, potenciando o programa de inclusão digital em curso;
 - iii. Plano estratégico específico e direcionado para a plataforma de marketing da Google, aproveitando todo o potencial das ferramentas disponibilizadas pela plataforma para promoção do portal consular e análise de dos dados.

Etapa 2: Implementação do Plano Estratégico de Comunicação (PEC)

A segunda etapa envolveria a implementação dos componentes do Plano aprovado na primeira etapa. Em consulta com a UMDD, a UGPE e o Banco Mundial (BM), a empresa implementará o Plano segundo o aprovado. As diversas atividades a serem realizadas na fase de implementação são, mas não limitadas, as seguintes:

a) Campanha publicitária e promocional

É necessário elaborar uma campanha de marketing e um plano de implementação, destinados a alcançar os objetivos identificados. A empresa deverá sugerir a combinação preferida dos vários componentes publicitários e promocionais como parte da estratégia, que deverá abranger:

- Preparação de anúncios, slogans, banners e outros;

- Fornecimento de informações e orientações aos cidadãos através de consultas, comunicando à UMDD quais informações o público busca;
- Estratégias especiais de divulgação para captar a atenção e compreender as necessidades de grupos especiais, tais como de responsáveis de instituições públicas ou privadas, pessoas singulares, investigadores, empresas e startups de base tecnológica, menores e pessoas vítimas de tratamento inadequado de dados pessoais, entre outros.

b) Conteúdos comunicativos, conteúdos internos e abordagem comunicativa 360°

Os conteúdos deverão conter informações que serão disponibilizadas ao utilizador e a todo o ecossistema do Portal Consular, que possibilite uma melhor utilização e padronização dos procedimentos bem como melhorar a comunicação entre os setores organizacionais e o utilizador, fazendo uso de imagens e/ou infografias com as quais a maioria da população se identifique.

Os conteúdos digitais e impressos devem ser distribuídos em sítios onde as pessoas procuram informações ou são suscetíveis de ter questões, em locais físicos e nas plataformas digitais.

A empresa consultora deve contemplar todos os custos envolvidos na elaboração da estratégia, plano de ação e todos os materiais necessários para a operacionalização do plano de ação no seu todo. Nomeadamente deve contemplar os custos dos espaços de promoção nos média com maior destaque em Cabo Verde e nos países de maior concentração da comunidade como estados unidos, França, Portugal e outros, custos com a implementação da estratégia de social media influencers e com a impressão ou aquisição de qualquer material ou equipamento considerado importante para os objetivos definidos. Estas questões devem ser detalhadas na proposta técnica e financeira.

A empresa consultora será responsável por:

- Adaptar as mensagens chave com linguagem e imagens que sejam compreensíveis para o cidadão comum, tanto nos conteúdos do portal como nos matérias publicitárias;
- Recolher imagens e elaborar elementos gráficos concebidos de forma a atingir os grupos-alvo;
- Disponibilizar as artes finais de todas as peças ao contratante para aprovação final;
- Coordenar a impressão das artes finais;
- Gerenciar a aquisição de brindes;
- Promover os conteúdos nas redes sociais, google e outras plataformas;
- Coordenar as atividades em estreita colaboração com a equipa da UMDD assegurando a coerência das mensagens;
- Elaborar um plano de trabalho com cronograma que serão aprovados pela UMDD e pela UGPE;
- Formar e capacitar os colaboradores que gerem a comunicação através das várias plataformas;
- Fornecer todos os materiais impressos;
- Adquirir espaços nos mídias em Cabo Verde e em países de maior concentração da comunidade (Televisão, jornais de maior tiragem, rádios) com para a promoção do projeto e do Portal Consular;

- Apresentar e implementar uma estratégia de utilização dos social media influencers para a comunidade cabo-verdiana.
- c) **Mecanismos de reclamação e feedback:** Ajudar o cliente a estabelecer mecanismos para receber feedback do usuário/público conforme recomendado no Plano.
- d) **Formação dos colaboradores para acompanharem as ações em curso;**
- e) **Documentação de Processos**
- Preparar documentos e vídeos para apresentar os processos e atividades envolvidos na conceção e implementação do Plano.
 - Desenvolver planos trimestrais para disseminação de informação, partilha de perspetivas e gestão de riscos.
 - Preparar um boletim informativo mensal a ser publicado no sítio da internet da UMDD e preparar um relatório trimestral, indicando as diversas atividades realizadas.

f) **Monitoramento e avaliação**

Os esforços de divulgação pública dos objetivos traçados devem ser continuamente avaliados para encontrar as abordagens mais eficazes. A tarefa deve incluir uma avaliação no final de cada esforço de divulgação para recolher informações que possam ser utilizadas em futuros esforços de divulgação. A empresa deve:

- Acompanhar como as partes interessadas ouviram falar do Plano e da sua resposta para uma amostra suficientemente representativa para compreender melhor a eficácia de diversas iniciativas. Isto pode ser realizado em duas fases, uma após as atividades iniciais e perto do final do programa de divulgação.
- Acompanhar o número de pessoas que participaram nos esforços de divulgação e as suas sugestões e comentários.
- Gravar Atas de Reuniões/Programas por Áudio Visual.
- Rastrear a resposta da mídia.
- Criar um relatório resumido de observações e recomendações.

Entregáveis Etapa 2:

A segunda etapa inclui, mas não se limita, aos seguintes entregáveis:

1. Campanha publicitária e promocional

- a. Anúncios, *slogans*, *banners*
- b. Consultas
- c. Estratégias especiais de divulgação

2. Sistema de Comunicação: Ajudar o cliente a montar uma célula de comunicação, Centros de Informação Pública (CIPs) e auxiliar no treinamento da equipe.

3. Conteúdos digitais e impressos:

- a. Plano de Comunicação elaborado e implementado.
- b. Mensagens-chave adaptadas para linguagem acessível ao cidadão comum.
- c. Elementos gráficos concebidos para atingir os grupos-alvo.
- d. Artes finais de todas as peças submetidas e aprovadas pelo contratante.
- e. Impressão de materiais promocionais e informativos. Será responsabilidade da empresa fornecer todos os materiais impressos propostos no plano
- f. Aquisição de brindes e têxteis personalizados.

4. Atividades de Promoção e Distribuição:

- a. Estratégia de promoção de conteúdos nas redes sociais implementada.
- b. Coordenação eficiente na distribuição dos materiais impressos.
- c. Relatório mensal de distribuição e alcance das campanhas.
- d. Todos os custos com a promoção dos conteúdos na Internet e redes sociais serão suportados pela empresa que deve apresentar um plano detalhado para o efeito na proposta técnica.
- e. Aquisição e disponibilização de todos os materiais e equipamentos necessários para a realização de toda a campanha, tais como:
 - i. Mupis digitais para as salas de espera;
 - ii. Polos, t-shirts e brindes;
 - iii. Stand multifunções e stand promotor para as ações de campanhas de rua;
 - iv. Rollups;
 - v. Tripicos;
 - vi. Tote bags.

As sugestões para a aquisição destes e outros materiais relevantes para a campanha devem ser detalhadas e justificadas na proposta técnica apresentada.

5. Mecanismos de reclamação e feedback

6. Formação dos colaboradores para acompanharem as ações em curso

7. Documentação de Processos

- a. Documentos e vídeos
- b. Planos trimestrais
- c. Boletim informativo mensal

8. Monitoramento e avaliação

- a. Número de pessoas
- b. Atas
- c. Relatório de monitoramento e avaliação

9. Relatórios e Avaliação: Relatórios quinzenal de progresso e desempenho da campanha e do portal consular. Avaliação da eficácia das campanhas em relação aos objetivos de negócio e sugestões de melhoria.

Nota: Todos os entregáveis devem ser submetidos para revisão e aprovação pelo contratante antes da implementação final.

5. Resumo de produtos e resultados a atingir

PRODUTOS		QUANTIDADES	TIPOLOGIA
PLANO E ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	Elaborar e executar o Plano e estratégia de comunicação:	1	
	- Rádios públicos e privados		
	- Públicos e privados		
	- Jornais eletrônicos e impressos		
	- Entidades publicas e privadas a nível nacional		
	- Websites e redes sociais		
- Plataformas digitais de comunicação			
KIT INSTITUCIONAL	Aquisição	3000 un	Caneta, Saco, bloco de notas, porta chaves
	Design gráfico e Conceção dos itens	4	
	Impressão	3000 un	
DESDOBRÁVEIS/FLYERS	Design gráfico dos desdobráveis/ flyers	3	Tipo de papel: couché Espessura de papel: 135g Formato: aberto A4 fechado 99x210mm Cores: a cores
	Conceção de desdobráveis/flyers	3	
	Impressão dos desdobráveis/ flyers	25 000 un	
	Disponibilização dos desdobráveis/flyers em versão digital	1 de cada	
Banners	<i>Banners</i> para sites e redes sociais;	Pelo menos 2	Dimensão dos banners:
	- para divulgação da plataforma;		site: responder às dimensões de cada post instagram e facebook
	- para divulgação do evento de lançamento.		capa de facebook 820x312px
SPOTS PUBLICITÁRIOS	Spots (tempo mínimo de 30s) para televisão, rádio;	Pelo menos 2	
	- para divulgação da plataforma RGM		
	- para divulgação do evento de lançamento		

PRODUTOS		QUANTIDADES	TIPOLOGIA
EVENTO DE LANÇAMENTO	Organização e realização do evento de Lançamento (Organização Logística para 200 [100 presenciais e 100 online] pessoas)	3 (Santiago, Sal, Svicente)	
	De entre outros aspetos, precaver (Notas de imprensa; Elaboração e envio do convite digital; Confirmação de convidados; Reserva de sala com assento e púlpito (já equipada com Som; Microfone com/sem fio; Computador Portátil; Ecrã; Projetor, etc.); Mestre cerimónia; Protocolos);		
	Registo Fotográfico profissional; Organização e decoração do espaço de acordo com o modelo do evento; <i>Cocktail</i> ; Disponibilização de água; Condições de projeção; etc.)		

6. Requisitos dos Relatórios

Relatório Inicial

Um Relatório Inicial e um Plano de Trabalho detalhado são necessários dentro de 1 semana após a assinatura do contrato. O Relatório Inicial atualizaria a metodologia e o programa de trabalho, incluindo o destacamento de pessoal que seria incluído na proposta do serviço de consultoria a contratar usado como base para o preço acordado, observando as mudanças e detalhando quaisquer dificuldades encontradas, juntamente com uma proposta sobre como elas poderiam ser superadas. A UMDD revisaria e comentaria o Relatório Inicial e forneceria a aceitação final. O Plano de Trabalho estabelecido pelo serviço de consultoria a contratar pode ser revisado de tempos em tempos, mas a aceitação pela UMDD deverá ser solicitada sempre que necessário.

As tarefas previstas nesta consultoria devem ser desenvolvidas em estreita colaboração com a UMDD e a UGPE, sendo que serão realizadas reuniões periódicas de acordo com o prazo acordado e sempre que se mostrarem necessárias. A equipa da Consultoria deve realizar entrevistas com as partes interessadas na preparação dos trabalhos previstos nestes TdRs e será responsável pela recolha e tratamento de todos os dados e informações necessários para executar as tarefas no âmbito desta contratação. A Consultoria será responsável pela organização logística de suas atividades e pela comunicação com os representantes dos sectores, ou outros que se mostrarem necessários, mantendo sempre em conhecimento a UMDD e a UGPE em relação aos contactos realizados. Havendo necessidade, poderão contar com apoio da equipa da UMDD e da UGPE no agendamento de reuniões com outras instituições.

Relatórios de Progresso

O serviço de consultoria a contratar reportaria o progresso da implementação do Projeto ao Coordenador do Projeto na UMDD por meio de relatórios provisórios a cada duas semanas. Os relatórios intercalares incluiriam o estado de implementação do projeto (descrição das atividades para o período e comparação do progresso do trabalho com o plano de trabalho projetado), calendário de trabalho atualizado, questões principais e ações corretivas propostas. Os relatórios seriam em português.

Relatório de Conclusão

Um Relatório de Conclusão no final da tarefa seria apresentado imediatamente após a conclusão das atividades e resumiria as atividades e abordagens/métodos utilizados durante a tarefa, incluindo uma breve seção sobre recomendações com lições aprendidas para projetos futuros de natureza semelhante.

7. Prazo de Execução

O prazo para prestação dos serviços de consultoria objeto do presente TdR tem a duração de seis (6) meses para a elaboração e implementação dos planos de comunicação e marketing, a partir da data de assinatura do contrato.

O prazo previsto na presente cláusula não é aplicável às obrigações acessórias a favor da Entidade Adjudicante previstas no presente termo de referência, que perdurarão para além da cessação do contrato.

Aspetos relevantes da presente consultoria que deverão ser assegurados:

- Comunicar de imediato quaisquer conflitos de interesses ou de deveres que possam comprometer ou afetar o cumprimento integral das suas obrigações;
- Informar de imediato quaisquer fatos de que tenha conhecimento e que possam ser considerados objetivamente relevantes para o cumprimento integral das suas obrigações;
- Responder a qualquer incidente ou reclamação relativamente ao serviço contratado no prazo máximo de 24 horas.

8. Responsabilidades

A empresa consultora trabalhará em estreita articulação com a Unidade de Missão para a Diáspora Digital, cabendo-lhe:

- a. Elaboração e implementação do plano de comunicação e marketing;
- b. Executar a prestação de serviços em conformidade com o disposto no presente Termo de Referência;
- c. Adquirir e disponibilizar todos os materiais e equipamentos necessários para a implementação do plano detalhado na proposta técnica bem como a previsão e assunção de todas as despesas de impressão e promoção dos conteúdos digitais;
- d. Garantir a efetivação do Plano de Comunicação, assegurando sua aplicação bem-sucedida e contribuir para o alcance dos objetivos de negócio;
- e. Respeitar toda a legislação em vigor que lhe seja aplicável.

9. Experiência do fornecedor e composição da equipa

Empresa profissional de comunicação que tenha pelo menos três anos de experiência na concepção e execução de planos estratégicos de comunicação e sensibilização. Evidenciar pelo menos três projetos similares. A empresa deverá:

- Ser nacional ou ter uma parceria com empresa local;
- Possuir um histórico comprovado de desenvolvimento e implementação de uma campanha de comunicação e sensibilização;
- Ter técnicos com experiência na tradução e capacidade de comunicação verbal e escrita em Português e capacidade de comunicação verbal e escrita em Inglês, Francês e Espanhol;
- Ter experiência comprovada no desenho gráfico e abordagens de divulgação adequadas à realidade de Cabo Verde;
- Ter conhecimento de estratégia de divulgação digital;
- Ter portfólio de trabalhos realizados, pelo menos 3, exemplos recentes de trabalhos práticos similares (links ou cópias) áreas de gestão de Consultoria, publicidade, marketing, designer e outros afins;
- Ter capacidade de produção de material impresso;
- Ter experiência comprovada em revisão e edição de textos;
- A equipa técnica deve ter conhecimentos e habilidades relevantes e experiência na área;
- Ter os seguintes perfis na equipa:
 - Coordenador de equipa
 - Revisor de texto
 - Designer Gráfico
 - Tradutor Inglês, Francês e Espanhol
 - Expert em Marketing e comunicação em plataformas digitais
- Os técnicos apresentados devem fazer parte das reuniões de trabalho de seguimento e apresentação de resultados periódicos.

Perfil	Requisitos
Coordenador de equipa	<ul style="list-style-type: none"> • Grau Mínimo de licenciatura em Marketing, Administração, Gestão ou área relacionada • Mínimo de 3 anos de experiência comprovada como coordenador de projetos ou função similar • Experiência em planeamento e gestão de projetos, desde a conceção até a entrega • Capacidade de preparar e interpretar fluxogramas, cronogramas e planos de ação passo a passo • Sólidas habilidades organizacionais e de gestão de tempo • Fortes habilidades em relação ao cliente e trabalho em equipe • Familiaridade com gestão de riscos e controle de garantia de qualidade
Revisor de texto/Redator	<ul style="list-style-type: none"> • Grau mínimo de Licenciatura em Letras, línguas, Jornalismo ou área similares • Mínimo de 3 anos de experiência comprovada como revisor de texto ou função similar • Familiaridade com ferramentas básicas de trabalho (Office, etc.) • Domínio da norma padrão da Língua -portuguesa (Gramática, ortografia e pontuação) • Fortes habilidades em relação ao cliente e trabalho em equipe
Designer Gráfico/Multimédia	<ul style="list-style-type: none"> • Grau mínimo de licenciatura em Design Gráfico, Design Multimédia ou áreas relacionadas • Mínimo de 3 anos de experiência comprovada como designer Gráfico e/ou Multimédia ou função Similar • Possuir portfolio detalhado de trabalhos anteriores • Fortes habilidades com as ferramentas básicas de trabalho na área • Conhecimento das especificações de anúncios nas principais mídias digitais • Fortes habilidades em relação ao cliente e trabalho em equipe

Perfil	Requisitos
Expert em Marketing e Comunicação em plataforma digitais	<ul style="list-style-type: none"> • Grau mínimo de licenciatura em Marketing Digital, Marketing, Mídias Digitais, Publicidade ou áreas relacionadas • Mínimo de 3 anos de experiência comprovada • Possuir portfolio detalhado de trabalhos anteriores • Fortes habilidades com as ferramentas básicas de trabalho na área • Conhecimento das especificações de anúncios nas principais mídias digitais • Fortes habilidades em relação ao cliente e trabalho em equipe
Tradutor	<ul style="list-style-type: none"> • Mínimo de 3 anos de experiência comprovada como tradutor • Domínio comprovado da língua portuguesa • Domínio comprovado das línguas inglesa, francesa e espanhola; • Fortes habilidades em relação ao cliente e trabalho em equipe

10. Reporte

A empresa selecionada deve desempenhar as tarefas em estreita coordenação com a UMDD e reporta diretamente a esta Unidade de Missão e à Unidade de Gestão de Projetos Especiais no concernente à gestão das entregas e do contrato.

11. Propriedade dos materiais e divulgação

Todo e qualquer material produzido, resultado da presente consultoria, em qualquer formato, é propriedade do contratante, assim como, qualquer direito associado à propriedade intelectual desenvolvida como decorrência destas atividades.

Todos os materiais a serem entregues relativos ao contrato solicitados para esta atividade, em formato escrito, gráfico, áudio, visual, eletrónico ou em outros formatos deverão reconhecer o suporte do Governo de Cabo Verde. Este reconhecimento se dará pela inclusão, obrigatória, do logotipo do Governo em todos os documentos publicados e distribuídos.

12. Contrato

Deve ser assinado um contrato de montante fixo, os pagamentos estão dependentes à aprovação das entregas pela UMDD e UGPE e o pagamento das despesas reembolsáveis é feito mediante apresentação do recibo das despesas ocorridas ao custo real.

13. Calendário e pagamento

A duração prevista da atribuição é de seis (6) meses. Se quaisquer ajustes forem necessários, eles devem ser acordados por ambas as partes. O quadro a seguir apresenta os prazos das entregas previstas para os produtos/serviços, bem como o cronograma de pagamento. Os pagamentos serão de acordo com os percentuais descritos na tabela.

PRODUTO	CONCEITO	FORMATO	TEMPO	PAGAMENTO
Plano de trabalho	Apresentação e aprovação do plano de trabalho com cronograma detalhado de cada produto	Formato Digital	1 semana após assinatura do contrato	10%
Plano de Comunicação	Draft da estratégia de comunicação, incluindo elementos gráficos e imagens em formato aberto; Aprovação do plano de comunicação incluindo elementos gráficos e imagens em formato aberto; Aprovação de um plano específico para os cidadãos que procuram as embaixadas e consulados presencialmente ou online. Estratégia de promoção na plataforma de marketing da google e estratégia de social media influencers. Todas estas ações devem iniciar em simultâneo e logo após aprovação.	Formato Digital	Até 3 semanas após assinatura do contrato	10%
Comunicação, divulgação e entregáveis	Proposta de cronograma de implementação; Gestão de redes sociais e aplicação de entidade visual . Facebook . Instagram . Linkedin . Twitter <hr/> Google Social influencers;	Formato digital	Até 4 semanas após assinatura do contrato	30%

PRODUTO	CONCEITO	FORMATO	TEMPO	PAGAMENTO
	<p>Proposta do design de templates em sede de plano de comunicação</p> <ul style="list-style-type: none"> . Newsletter . Press Realese . Apresentações . Conteúdos graficos . Brindes, Texteis personalizados . Ações de formação . Elaboração e entrega de manual de atendimento consular; <p>Proposta de tradução das peças em língua Inglesa, Francesa e espanhola, incluindo os conteúdos web e mobile do portal;</p> <p>Aprovação e entrega de artes Finais.</p>	Formato digital e impresso	Até 7 semanas após assinatura do contrato	
Multimídia e assessoria de imprensa	<p>Guião divulgação de Spot TV + Radio + anúncios imprensa + banners digitais;</p> <p>Promoção redes sociais e gestão dos social media influencers;</p> <p>Proposta de seleção de meios e aquisição de espaços para a divulgação nas televisões, rádios e jornais.</p> <p>Gestão da plataforma de marketing da google</p>	Formato digital e impresso	Até 10 semanas após assinatura do contrato	15%
Execução do cronograma de comunicação	<p>Desenvolvimento, implementação e avaliação quinzenal do cronograma criação de conteúdos digitais e impressos</p> <ul style="list-style-type: none"> . Gestão de redes . Newsletter . Social Influencers . Google <p>Avaliação</p>		18 semanas após assinatura do contrato	20%

PRODUTO	CONCEITO	FORMATO	TEMPO	PAGAMENTO
Fecho	Aprovação do relatório final	Formato digital e impresso	6 meses após assinatura do contrato	15 %