



Termo de Referência

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DO MANUAL DO COMÉRCIO

1. PREÂMBULO

A República de Cabo Verde solicitou ao Banco Mundial um empréstimo de US \$ 20 milhões para financiar o projeto Digital Cabo Verde. O projeto terá como objetivo de apoiar o governo de Cabo Verde na implementação das principais iniciativas prioritárias das estratégias nacionais de implementação de políticas de TIC e governação eletrónica, bem como continuar apoiando o fortalecimento do sector nacional de telecomunicações e pretende aplicar parte dos recursos para o recrutamento de uma Assistência Técnica para a implementação de projetos, cujo objetivo é contribuir para transformar o país num polo digital regional para acelerar a sua economia digital através de uma infraestrutura digital melhorada e demanda fortalecida de serviços e habilidades digitais.

É neste quadro que se pretende desenvolver **uma estratégia de comunicação sobre o manual do comércio de Cabo Verde. Um plano** que permita a qualquer pessoa individual ou coletiva, encontrar as informações e conteúdos do comércio de forma dinâmica e harmonizada.

O programa do Governo para a IX legislatura (2016-2021) propõe uma aposta num estado parceiro, amigo da economia e das empresas, focalizado na planificação, regulamentação e fiscalização das atividades económicas, deixando para as demais entidades estatais e privadas nos respetivos sectores, a responsabilidade pela execução das mesmas, contribuindo para a melhoria da qualidade dos serviços prestados às empresas e aos cidadãos.

O Governo tem notado que o desconhecimento dos processos e procedimentos afetos ao comércio internacional, vem prejudicando muito a performance do país nessa matéria, dentro e fora do país com indicadores extremamente negativos. A forte queda nos rankings do ambiente de negócios e da competitividade (137, num universo de 190 economias avaliadas) rotula Cabo Verde como um País menos competitivo, quando comparado com os seus concorrentes pela atração de negócios e de investimentos empresariais privados. Este desconhecimento dos processos e procedimentos tem trazido outros impactos negativos a nível dos operadores dos quais pode-se destacar os custos não tarifários acrescidos a todo o processo de importação e/ou exportação, aumento no tempo dos procedimentos administrativos e no desembarque aduaneiro, bem como desfragmentação de informações, o que leva o operador a procurar diferentes pontos de informações para conseguir realizar o seu processo de importação/exportações.

A situação pandémica, ora vivenciada, trouxe altos impactos para o país o que arrefeceu a dinâmica do crescimento do ambiente de negócio. De acordo com a avaliação do impacto da pandemia realiza pela INE, destaca-se o seguinte:

- ❖ 20% das empresas suspenderam a sua atividade durante o primeiro trimestre de 2020 devido à pandemia da COVID19 e 80% mantiveram em atividade, mesmo que de forma parcial;



- ❖ Cerca de 45% das empresas inquiridas responderam que, no período de referência dos dados (primeiro trimestre), ocorreram factos relevantes, destacando o surgimento do primeiro caso da COVID19;
- ❖ O turismo foi o sector mais afetado pela pandemia da COVID19 em Cabo Verde (83% das empresas encerraram temporariamente).
- ❖ Cerca de 68% das empresas inquiridas afirmaram que houve redução no seu volume de negócios devido à pandemia da COVID19. A redução ou falta de encomendas/clientes e as restrições impostas foram apontadas como as principais causas do forte impacto no volume de negócios no primeiro trimestre;
- ❖ Das empresas que afirmaram ter registado aumento do volume de negócios, 40% estimaram que esse acréscimo se situou entre 51 e 75%;
- ❖ As empresas, na sua maioria, apontaram como medidas para fazer face a crise, o recurso a benefícios concedidos pelo governo. Realça-se, ainda, que cerca de 14% das empresas pretendem diversificar a produção/atividade como forma de combater a crise provocada pela pandemia;

No sector do comércio externo, os dados relativos ao 3º trimestre de 2020, indicam um decréscimo das Exportações na ordem de (32,0%) relativamente ao mesmo período de 2019. As Importações diminuíram em 8,9% face ao 3º trimestre de 2019. Ainda, uma diminuição das Reexportações em (63,9%) comparativamente ao mesmo período de 2019. No período em análise, o deficit da balança comercial diminuiu 6,7% e a taxa de cobertura decresceu em 2,3 pontos percentuais.

Esta situação dá mais enfase à necessidade de se disponibilizar mais e melhores informações que proporcionem um alavancar da economia de Cabo Verde. Neste sentido, com o objetivo de colmatar/inverter a situação, o Governo pretende implementar o disposto no artigo 1.º do Acordo de Facilitação do Comércio, Publicação e Disponibilização de Informações, desenvolvendo ferramentas que regem, suportem e organizem o comércio externo, melhorando deste modo o posicionamento de Cabo Verde no ranking de ambiente de negócios e paulatinamente a as condições de operação dos cidadãos/operadores.

Ainda neste contexto, para fazer face aos desafios, foram criados o Projeto Digital Cabo Verde e a Comissão Nacional do Comércio. Os projetos apoiam a estratégia do Governo de transformar o país em uma economia de serviços habilitada digitalmente, aumentando sua competitividade e atraindo mais investimentos; relativamente a Comissão Nacional do Comércio , no quadro da Organização Mundial do Comércio (OMC), da Comunidade Económica dos Estados da África Ocidental (CEDEAO) e da União Africana (UA), foi criada através do decreto-lei nº65/2016, de 28 de dezembro a Comissão Nacional do Comércio, que é um órgão interinstitucional de coordenação, consulta e proposição da política comercial nacional bem como a preparação da participação nas negociações comerciais de índole bilateral, regional e internacional presidida pelo membro do Governo responsável pela área do Comércio.

Sendo o Manual Do Comércio um projeto que está dentro das especificações seja da Digital Cabo Verde como da Comissão Nacional do Comércio, este está totalmente alinhado com as diretrizes e expectativas governamentais.



Portanto, o Manual de Comércio Exterior surge da necessidade de implementar medidas de facilitação do comércio. Seu objetivo é orientar o operador econômico no tratamento administrativo, logístico e aduaneiro na entrada e saída de produtos importados e exportados no país. Adicionalmente, destacam-se os instrumentos de política comercial que o Governo de Cabo Verde disponibiliza para estes negócios, indispensáveis para o estabelecimento de uma estratégia de inserção a nível internacional.

Ao final deste processo, espera-se que seja possível disponibilizar aos potenciais beneficiários um manual que possibilite uma melhor organização e uniformização dos procedimentos, bem como a melhoria da comunicação entre os setores organizacionais e o cidadão / operador.

Dado que o Manual de Comércio agrega informação transversal a várias entidades que operam no âmbito do comércio exterior, já foi realizado o trabalho de recolha e compilação de toda a informação a trabalhar neste ToR, pelo que se espera o seguinte:

2. OBJETIVO GERAL DA CONTRATAÇÃO

Com o intuito de melhorar o ambiente de negócio no país e por conseguinte a vida dos cidadãos/operadores, pretende-se contratar uma firma para revisão semântica e gramatical do manual do comércio bem como produção de materiais gráficos e de divulgação e também preparar e efetivar a divulgação e lançamento do mesmo.

3. OBJETIVO ESPECÍFICO - ESCOPO DO TRABALHO

Os objetivos específicos compreendem:

1. Revisar e finalizar o manual no âmbito semântico e gramatical;
2. Criar o design gráfico do manual;
3. Produzir desdobráveis/flyers a partir do manual, na ótica de fluxos de procedimentos;
4. Traduzir para os idiomas inglês e francês do manual e dos desdobráveis/flyers;
5. Disponibilizar manual e desdobráveis/flyers nas versões impressas e digitais;
6. Elaborar e executar um plano de divulgação/comunicação do manual do comércio
7. Elaborar e executar um plano de lançamento do manual do comércio

4. VANTAGENS

Pode-se indicar as seguintes vantagens de se ter uma boa estratégia de comunicação e divulgação do manual de procedimentos:

- a. Elucidar os potenciais beneficiários sobre a disponibilização de um novo produto extremamente importantes para o processo de importação e exportação



- b. Melhor entendimento dos procedimentos, possibilitando uma diminuição dos erros de procedimentos por parte dos operadores;
- c. Maior transparência nos processos e por conseguinte uma massa crítica de qualidade;
- d. Divulgação de uma fonte única de informação para todo o ecossistema do comércio;
- e. Adequação, coerência e continuidade nas normas e nos procedimentos pelas várias unidades organizacionais, fixando critérios e padrões de procedimentos;
- f. Divulgação de um efetivo instrumento de consulta e orientação;
- g. Representa uma restrição para a improvisação; e
- h. Divulgação de um importante elemento de revisão e avaliação objetivas das práticas e dos processos institucionalizados;
- i. Padronização de procedimentos, boas práticas, melhorias na prestação de serviço, traduzidos na redução de morosidades e burocracias

5. PRODUTOS E RESULTADOS A ATINGIR

	PRODUTOS	QUANTIDADES	TIPOLOGIA
MANUAL DO COMÉRCIO	Revisão semântica e gramatical do <i>draft</i> do manual	1	
	Design gráfico do manual de Comércio	1	
	Tradução do manual em língua inglesa e francesa	1	
	Impressão do Manual	Exemplares <ul style="list-style-type: none">50 FR50 EN150 PT	Tipo de papel: capa coucle e miolo papel normal Espessura de papel: capa 300g e miolo 135g Formato: A4 Cores: a cores Encadernamento: Costurado
DESDOBRAVEIS/ FLYERS	Design gráfico dos desdobráveis/ flyers	7 variantes	
	Conceção de desdobráveis/flyers	7	
	Tradução dos desdobráveis/ flyers em língua inglesa e francesa	7	



	Impressão dos desdobráveis/ flyers	Exemplares • 600 pt • 200 fr • 200 ing	Tipo de papel: couché Espessura de papel: 135g Formato: aberto A4 fechado 99x210mm Cores: a cores
	Disponibilização do manual e dos desdobráveis/flyers em versão digital	1 de cada	
COMUNICAÇÃO /DIVULGAÇÃO	Elaborar e executar o Plano e estratégia de comunicação: ❖ Rádios públicos e privados ❖ TV públicos e privados ❖ Jornais eletrónicos e impressos ❖ Entidades publicas e privadas a nível nacional e internacional ❖ Websites e redes sociais ❖ Plataformas digitais de comunicação	1	
	<i>Banners</i> para sites e redes sociais; ❖ para divulgação do manual; ❖ para divulgação do evento de lançamento.	Pelo menos 2	Dimensão dos banners: -site, depende do site - post instagram e facebook 1000x1000px -capa de facebook 820x312px
	Spots (tempo mínimo de 30s) para televisão, radio; ❖ para divulgação do manual; ❖ para divulgação do evento de lançamento.	Pelo menos 2	
EVENTO DE LANÇAMENTO	Organização e realização do evento de Lançamento (Organização Logística para 100 [50 presenciais e 50 online] pessoas)	1	



	<p>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>Cofeebreak</i>; Disponibilização de água; Condições de projeção; etc.)</p>		
--	---	--	--

6. DIVULGAÇÃO E COMUNICAÇÃO

A campanha de divulgação do manual permite informar e disseminar informação sobre os procedimentos mais eficientes implementados e seus benefícios para os clientes/utentes.

Aos indivíduos identificados como público-alvo, deve ser proporcionada informação relevante e específica que os permita aceder ao manual, entender o propósito do mesmo bem como promover uma sensibilização no seio dos clientes/utentes para o uso do respetivo manual.

Especificamente a campanha vai permitir:

- **Explicar** os objetivos do manual, os processos e respetivos procedimentos do comércio externo;
- **Informar e mobilizar** atuais e potenciais clientes/utentes;
- **Divulgar** as vantagens e dar visibilidade no âmbito do processo de reformas nacionais da administração pública, dentro do contexto do comércio externo;
- **Consciencializar** os colaboradores da importância de sua adesão para obtenção de uma mudança de paradigma na prestação de serviços públicos e melhor engajamento da população;
- **Lançamento**, organizar e executar o evento de lançamento do manual.

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

7. PÚBLICO ALVO



O desenvolvimento e implementação de um Manual do Comércio traduz em vantagens para as diferentes instituições enquanto provedores de serviços por um lado e enquanto utilizadores por outro, sendo de realçar, contudo que o público-alvo primário desta campanha serão os operadores económicos que fazem parte da esfera do comércio.

Estes operadores económicos são doravante definidos como beneficiários. No entanto, sem prejuízo de serem identificados outros grupos alvo ao longo do processo de implementação dos sistemas, por hora, fica assim definido o público-alvo desta campanha:

Público-alvo
Primário

Operadores Económicos (Importadores, exportadores, etc.); DNRE - Direção Nacional de Receitas do Estado; MAA - Ministério de Agricultura e Ambiente; ASA-Aeroporto de Segurança Aérea; Empresa Nacional de Administração dos Portos - ENAPOR; Câmaras de Comércio; DNICE - Direção Nacional de Indústria, Comércio e Energias; TradeInvest; Agências e Transitários; Despachantes Aduaneiros; Agências Reguladoras; MNEC - Ministério dos Negócios Estrangeiro, Cooperação e Integração Regional; DGTR- Direção Geral dos Transportes Rodoviários; PN- Polícia Nacional; ERIS- Entidade Reguladora Independente de Saúde; Direção Nacional de Pesca; Casas do Cidadão; Emigrantes; cidadãos em geral.

8. POSICIONAMENTO E MENSAGENS

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 inicial da adesão seja prontamente alcançado. Assim, importa que as mensagens sejam claras e percepíveis, sem distorções.

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.

A mensagem principal deve evidenciar as vantagens da utilização do Manual do Comércio. Deve ser clara e de fácil memorização de modo a permitir que o cidadão/operador, enquanto principal beneficiário, reconheça vantagens e se identifique com as mesmas.

As mensagens devem também elucidar os beneficiários primários e os cidadãos em geral sobre os avanços conseguidos pelas instituições nacionais com a implementação do Manual do Comércio, bem como o seu impacto dentro da esfera do Comércio Internacional. Deste modo, as mensagens devem ser repetidas e difundidas ao longo de todo o período em que durar a campanha de comunicação.

A título exemplificativo indicamos algumas linhas orientadoras:

- ❖ Maior celeridade e qualidade de informação e Melhoria do Clima de investimentos;
- ❖ Ponto de informação único com informações fidedignas de todas as entidades que fazem parte da esfera do comércio externo.



- ❖ Aproximação dos serviços de informação aos utentes, através da redução dos pontos/momentos de contacto com estes.
- ❖ Mais Qualidade de Serviço, Maior Satisfação dos Utentes, Maior Investimento;
- ❖ Modernização, Rigor e Transparência na Prestação de Serviços Públicos;
- ❖ Reformas Institucionais, Modernização, Melhoria do Ambiente de Negócio;
- ❖ Negócios Seguros, com Administração Pública Eficiente;
- ❖ Administração Pública Amiga do Cidadão, Maior qualidade de serviço

9. ATIVIDADES

Para ajudar a cumprir os objetivos acima mencionados, os presentes termos de referência abrangem atividades para uma campanha que abrangerá a comunicação em dois suportes diferentes;

1. Elaboração de uma estratégia

A elaboração da estratégia de comunicação/divulgação do manual consiste em realizar um breve diagnóstico global para entendimento do que seria a comunicação no sector do comércio externo; de seguida uma 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, a implementação do plano, bem como a forma como será analisado a eficiência do plano de comunicação.

2. Produção de materiais impressos

Os materiais impressos deverão conter informações de que será disponibilizado ao operador e a todo o ecossistema do comércio um manual de procedimentos do comércio exterior, que possibilite uma melhor organização e padronização dos procedimentos bem como melhorar a comunicação entre os setores organizacionais e o cidadão/operador, fazendo uso de imagens e/ou histórias que com as quais a maioria da população se identifique.

Os materiais impressos devem ser distribuídos em locais onde as pessoas procuram informações ou são suscetíveis de ter questões, dúvidas relacionadas com o comércio exterior (por exemplo, Alfândegas, Enapor, DNICE, DGASP, TradeInvest, Câmaras de Comércio, Casas do Cidadão, Agências, Despachantes, portos e aeroportos, etc.), mas também pela web.

A consultoria será responsável por:

- ❖ Adaptar das mensagens chave com linguagem e imagens que sejam compreensíveis ao cidadão comum;



- ❖ Recolher imagens, e elaboração de elementos gráficos dos materiais impressos, concebidos de forma a atingir os grupos alvo;
- ❖ Disponibilizar as artes finais de todos os produtos ao contratante para aprovação final;
- ❖ Coordenar das atividades em estreita colaboração com a equipa interna, especificamente para assegurar a coerência das mensagens;
- ❖ Elaborar um plano de trabalho com cronograma e produtos detalhados, que serão aprovados pelo contratante.

3. Desenvolvimento e transmissão de spot radiofónicos e de spot TV

Como boa parte das pessoas recebem informações importantes através da rádio e da televisão, haverá spots repetidos nas estações de rádio e TV. Estes programas destinam-se a fornecer às pessoas informações gerais e ajudá-las a ter consciência da existência desta ferramenta que é o manual do comércio, bem como da utilidade do mesmo.

O conteúdo da campanha incluirá, pelo menos:

- ❖ Maior celeridade e qualidade de informação e Melhoria do Clima de investimentos;
- ❖ Ponto de informação único com informações fidedignas de todas as entidades que fazem parte da esfera do comércio externo.
- ❖ Reformas Institucionais, Modernização, Melhoria do Ambiente de Negócio;
- ❖ Administração Pública Amiga do Cidadão, Maior qualidade de serviço,

As mensagens serão desenvolvidas pela consultoria, com apoio da equipa interna disponibilizada pelo contratante, sendo responsável por assegurar linguagem e imagens apropriadas para as mensagens-chave nos produtos a desenvolver e entregar, de acordo com o seguinte plano:

- ❖ Desenvolvimento de conteúdos de pelo menos 2 (dois) spots radiofónicos e de pelo menos dois spots televisivos, focados na prestação de informações descritas acima em linguagem comum e de uma forma simples interessante e eficaz para empresas, instituições e cidadãos comuns, afim de garantir que a mensagem se identifique com as situações reais do público-alvo;
- ❖ Criação de Banners para Uso/divulgação em sites e Redes Sociais;
- ❖ Fornecimento das artes finais de todo o conteúdo dos produtos (com transcrições, versão áudio e vídeo) ao contratante, para aprovação antes da transmissão e divulgação;
- ❖ Fornecimento das transcrições das transmissões e do spot TV;
- ❖ Desenvolvimento e partilha com o contratante dos principais parâmetros que ajudam a comprovar o sucesso dos programas no alcance do público-alvo;
- ❖ Coordenação das atividades em estreita colaboração com o contratante, especificamente para assegurar a coerência das mensagens.
- ❖ Desenvolvimento de um plano de trabalho com cronograma e produtos detalhados, que serão aprovados pelo contratante.



4. Evento de lançamento

Um evento de lançamento é uma importantíssima estratégia de comunicação de um produto, daí a importância de se ter um evento bem concebido e para um público alvo bem definido. A organização do evento deverá ocupar-se de toda e qualquer logística que será necessária.

O evento será em formato misto, pelo que terá, em média, 50 pessoas presenciais mais 50 online. O evento centrará a volta da sessão de apresentação do Manual do Comércio pelo que se faz preciso uma sala com assentos, púlpito e todo o equipamento de imagem e som pertinentes. Para a transmissão live, o organizador do evento também terá de se munir da logística indispensável para tal.

Além das responsabilidades já especificadas, a parte organizadora, em concertação com o contratante, também terá de:

- ❖ Elaborar e enviar Notas de imprensa;
- ❖ Elaborar o convite do evento e enviar para os respetivos parceiros, a lista de convidados será fornecida pelo contratante. Além da elaboração e envio dos convites, o organizador também terá de fazer as confirmações dos convidados para o evento;
- ❖ Fazer contratações. A cerimónia será presidida por um Mestre de Cerimónia. A contratação do mesmo será da responsabilidade da equipa organizadora do evento assim como a contratação de 5 protocolos para dar resposta às demandas dos convidados durante o evento.
- ❖ Além da imprensa também se prevê que o evento tenha cobertura fotográfica para registo e posterior continuidade na divulgação;
- ❖ Organização e decoração do espaço. O organizador terá de investir em mobiliário, decoração e iluminação adequados ao perfil do público e à sensação que se quer passar, além de pensar em ações ou pontos de atenção que permitam a demonstração do produto e a interação dos convidados. A decoração do evento de lançamento do Manual do Comercio deve carregar simbolismos e frequente referência ao produto. A decoração conta também com os aspectos de ambientação que reforçam o conceito
- ❖ Disponibilização de água durante o evento e Cofeebreak para o momento de pausa. Uma vez que o evento esteja acontecendo, ele precisa ser um sucesso! Por isso, o organizador deverá garantir um buffet de qualidade, que esteja no nível dos convidados, com uma equipe de serviço competente e um cardápio completo. É importante deixar o local aonde os convidados irão se servir em um espaço em que eles consigam interagir, conversar e estar próximos uns dos outros.
- ❖ Elaborar um plano de trabalho com cronograma e produtos detalhados, que serão aprovados pelo contratante.

O(s) fornecedor(es) de serviço(s) devem estar sempre em estreita concertação com o contratante para realização de todas as atividades, garantindo desta forma o alinhamento entre as partes.



10. CALENDÁRIO E PAGAMENTO

A duração prevista da atribuição é de 5 (cinco) meses. Se quaisquer ajustes forem necessários, eles devem ser acordados por ambas as partes. O quadro a seguir apresenta os prazos de entrega previstos para os produtos/serviços, bem como o cronograma de pagamento. Os pagamentos serão de acordo com os percentuais descritos na tabela.

PRODUTOS		MÉTODO DE ENTREGA	PRAZO PREVISTO	PAGAMENTO
MANUAL DO COMÉRCIO	Apresentação e aprovação do plano de trabalho com cronograma detalhado de cada produto		2 semanas após assinatura do contrato	10%
	Draft da revisão semântica e gramatical do Manual do Comércio incluindo elementos gráficos e imagens em formato aberto;	Formato Digital	Assinatura do contrato + 4 semanas	10%
	Aprovação do Draft da revisão semântica e gramatical do Manual do Comércio incluindo elementos gráficos e imagens em formato aberto;	Formato Digital	Assinatura do contrato +5 semana	
	Proposta do Design Gráfico do Manual de Comércio	Formato Digital	Assinatura do contrato +6 semanas	
	Aprovação do Design gráfico do manual de Comércio	Formato Digital	Assinatura do contrato +7 Semanas	10%
	Proposta da Tradução do manual em língua Inglesa; Francesa e Espanhola	Formato Digital	Assinatura do contrato +11semanas	
	Aprovação da Tradução do manual em língua inglesa e francesa	Formato Digital	Assinatura do contrato +12 semana	
	Impressão do Manual	Formato Impresso (250 cópias)	Assinatura do contrato +13 semana	
	Proposta do design gráfico dos desdobráveis/flyers	Formato Digital	Assinatura do contrato + 9semana	
	Aprovação do Design gráfico dos desdobráveis/ flyers	Formato Digital/ Formato Impresso (1 cópia)	Assinatura do contrato + 10semana	



DESDOBRÁVEIS /FLYERS	Proposta de tradução dos desdobráveis/flyers em língua Inglesa, Francesa e Espanhol.	Formato Digital	Assinatura do contrato + 12semana	30%
	Aprovação da Tradução dos desdobráveis/ flyers em língua inglesa; francesa e espanhol	Formato Digital/ Formato Impresso (1 copia)	Assinatura do contrato + 13semana	
	Impressão dos desdobráveis/ flyers	Formato Impresso (1000 copias)	Assinatura do contrato + 14semana	
	Disponibilização do manual e dos desdobráveis/flyers em versão impresso e digital	Formato Digital/ Formato Impresso	Assinatura do contrato + 18semanas (após a aceitação dos produtos pelo cliente)	
COMUNICAÇÃO /DIVULGAÇÃO	Proposta do Plano e Estratégia de Divulgação	Formato Digital	Assinatura do contrato + 5 semanas	30%
	Aprovação da proposta do Plano e Estratégia de Divulgação	Formato Digital	Assinatura do contrato +6 semanas	
	Proposta de Banner para divulgação do manual;	Formato Digital	Assinatura do contrato +8 semanas	
	Aprovação de Banner para divulgação do manual;	Formato Digital/ Formato Impresso	Assinatura do contrato +9 semanas	
	Proposta de Banner para divulgação do evento de lançamento.	Formato Digital	Assinatura do contrato +11 semanas	
	Aprovação de Banner para divulgação do evento de lançamento.	Formato Digital/ Formato Impresso	Assinatura do contrato +12 semanas	
	Proposta de Spot Publicitário para divulgação do manual (max 55s)	Formato Digital	Assinatura do contrato +10 semanas	



	Aprovação de Spot publicitário para divulgação do Manual	Formato Digital	Assinatura do contrato +11 semanas	
	Proposta de Spot Publicitário para divulgação do evento de lançamento (max 55s)	Formato Digital	Assinatura do contrato +15 semanas	
	Aprovação de Spot publicitário para divulgação do evento de lançamento	Formato Digital	Assinatura do contrato +16 semanas	
	Entrega da versão final dos conteúdos audiovisuais, digitais, bem como os planos estratégicos de divulgação do manual.	Formato Digital	Assinatura do contrato +18 semanas	
	Draft proposta do plano de Realização do evento de Lançamento (Organização Logística)	Formato Digital	Assinatura do contrato + 6 semanas	
	Aprovação do plano de realização do Evento de Lançamento	Formato Digital	Assinatura do contrato +7 semana	
	Entrega do plano final de lançamento do manual	Formato Digital/ Formato Impresso	Assinatura do contrato + 9 semanas	
	Organizar e efetivar o evento de lançamento do manual		Assinatura do contrato + 11 semanas	

11. EXPERIÊNCIA DO FORNECEDOR E COMPOSIÇÃO DA EQUIPA

A firma será uma empresa profissional de comunicação que tenha pelo menos cinco anos de experiência na conceção e divulgação de materiais impressos e programas de rádio e televisão para informação, comunicação e sensibilização em Cabo Verde. A empresa deverá:

- ❖ Nacionalidade Cabo-verdiana;
- ❖ Possuir um histórico comprovado de desenvolvimento e implementação de uma campanha de comunicação e sensibilização;
- ❖ Ter técnicos com forte capacidade de comunicação verbal e escrita em Português e Crioulo e capacidade básica 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 conhecimentos aprofundados e comprovados na produção audiovisual e ter conhecimento de estratégia de divulgação digital;
- ❖ Ter portfolio de trabalhos realizados sobre objeto do presente procedimento, concretamente nas áreas de gestão de eventos, publicidade, marketing, designer e audiovisual e outros afins.
- ❖ Ser capaz de apresentar um dossier com exemplos recentes de trabalhos práticos similares (links ou cópias)
- ❖ 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 e incluir os seguintes perfis:
 - Coordenador de equipa
 - Revisor de texto
 - Designer Gráfico
 - Tradutor Inglês/Francês/Espanhol
 - Expert em Marketing e comunicação em plataformas digitais
 - Organizador/Produtor/ Promotor de Evento

Perfil	Requisitos
Coordenador de equipa	<ul style="list-style-type: none">● Grau Mínimo de licenciatura em Marketing, Administração, Gestão ou área relacionada● Mínimo de 5 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, Língua Portuguesa, 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 médias digitais• Fortes habilidades em relação ao cliente e trabalho em equipe
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 médias 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
Organizador/Produtor e Promotor de Evento	<ul style="list-style-type: none">• Experiência comprovada de no mínimo 3 anos na organização e execução de eventos similares;• Fortes habilidades em relação ao cliente e trabalho em equipe



12. REPORTE

A empresa selecionada deve desempenhar as tarefas em estreita coordenação com a Direcção-Geral das Alfândegas (DGA), entidade responsável pela coordenação técnica, acompanhamento e apoio ao desenvolvimento dos trabalhos.

A Unidade de Gestão de Projetos Especiais (MF-UGPE) gerência o projeto e o contrato resultante. A consultoria deve se reportar a esta unidade para a gestão das entregas do contrato.

13. PROPRIEDADE DOS MATERIAIS E DIVULGAÇÃO

Todo e qualquer material produzido como 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 por este Termos de Referência, 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.

14. CONTRATO

Deve ser assinado um contrato de montante fixo, os pagamentos da remuneração do Consultor estão ligados à aprovação das prestações, e o pagamento das despesas reembolsáveis é feito mediante apresentação do recibo das despesas ocorridas ao custo real.