



Termos de Referência

Consultoria para desenvolver e implementar a Estratégia de Comunicação e Divulgação do Registo de Garantias Mobiliárias – RGM

1. PREÂMBULO

O mercado Cabo-verdiano é constituído maioritariamente por MPME¹ e por um sector informal com grande impacto na economia, entretanto, o acesso ao crédito a esses ainda é limitado por vários motivos, entre os quais a não disponibilidade de garantias. Até recentemente as garantias aceites para acesso à Banca eram basicamente constituídas por imóveis, aval e mais recentemente através da Pró Garante, que se reverte na forma de uma ferramenta do estado para promover o acesso ao crédito através da conceção de garantias.

Para colmatar as lacunas existentes criou-se o Regime de Especial de Penhor, regulado pelo Decreto – Lei nº 40/2020, permitindo constituir garantias mobiliárias com diversos tipos de bens móveis corpóreos ou incorpóreos, perecíveis ou não, desde que alienáveis a título oneroso ou que seja passível de exploração. O público alvo, será qualquer MPME que disponha de bens móveis conforme definido na Lei e que esteja interessado em ter acesso ao crédito. Esses bens podem ser na forma de stocks de produtos agrícolas, matérias primas ou produtos industrializados, numerários, saldos em contas bancárias, veículos, recursos naturais, animais, etc.

A implementação desse regime vai ser feito através da plataforma de **Registo e Publicidade de Garantias Mobiliárias – RGM**, que se trata de um portal web, criado e regulamentado pelo Decreto – Lei nº 48/2020, que se destina a regular e publicitar a constituição, modificação e extinção de garantias mobiliárias. Esse mesmo decreto, define a abrangência de bens móveis, a sua forma de constituição, entre outros, a natureza e finalidade dos registos. A viabilização financeira será feita através de cobranças de taxas que estão definidas através da Portaria Conjunta n.º 17/2023 de 17 de abril, de acordo com os custos associados à existência da plataforma. A sua implementação é da responsabilidade do Ministério de Finanças, sendo a execução do RGM garantida pela Pró Garante, a manutenção pela NOSI e o apoio à

¹ MPME – Micro, Pequenas e Médias Empresas



candidatura dos empresários interessados feitos pelos balcões da Casa do Cidadão, da Pró Empresa e dos próprios bancos.

Na prática, o interessado no crédito deve dirigir-se a um banco e após avaliação positiva da capacidade de uso do bem móvel em causa, é-lhe feito uma declaração ou a lista de garantias e com esse documento o promotor faz o registo na plataforma onde deve pagar uma taxa e obterá uma “**Certidão do Registo**” como prova de que do registo. Caso seja necessário, o registo poderá ser pode ser retificado, alterado ou extinto, por via do averbamento. O não cumprimento, ou fraude são regulados pelo Decreto Lei nº 48/2020, Capítulo V.

O objetivo da implementação do RGM é disponibilizar mais um instrumento que apoie as MPME no acesso ao crédito. Após essa primeira fase de implementação, o objetivo é fazer com que o acesso ao RGM vá além das empresas, podendo beneficiar também as famílias Cabo-verdianas. Esse é um tipo de instrumento que está sendo utilizado em vários países em desenvolvimento e que tem potenciado os mercados locais, pelo que esperamos trazer o mesmo impacto positivo a Cabo Verde.

Pretende-se com este Termos de Referencia a contratação de uma ou mais empresas de comunicação e marketing para realização da **Campanha de divulgação da existência desse novo instrumento o RGM – Registo de Garantias Mobiliarias**, que passa a ser designado de “**Divulgação RGM**” e incluirá a produção e edição de diversos materiais de comunicação.

2. OBJETIVO GERAL

Com o intuito de melhorar o ambiente de negócio no país e por conseguinte a vida dos cidadãos/operadores, pretende-se contratar uma empresa para o desenvolvimento e implementação de um plano de comunicação da Plataforma do Registo de Bens Móveis, bem como, a produção de materiais gráficos, bem assim como, preparar e efetivar a divulgação e lançamento do mesmo.

3. OBJETIVOS ESPECÍFICO

Os objetivos específicos da “**Divulgação do RGM**” encerram:

- i. Lançamento oficial da Plataforma através de um conjunto de atividades e parcerias;
 - a. Dar a conhecer os produtos e objetivos da Plataforma;



- b. Demonstrar as vantagens da criação deste tipo de registo e o impacto esperado no mercado;
 - c. Estimular a procura aos produtos da plataforma de RGM, bem como a celebração de parcerias com instituições com vista à disponibilização de novos instrumentos de financiamento.
- ii. Produzir Kits Institucional;
 - iii. Criar o design gráfico da campanha;
 - iv. Produzir desdobráveis/flyers a partir do manual de utilizador, na ótica de fluxos de procedimentos;
 - v. Disponibilizar desdobráveis/flyers nas versões impressas e digitais;
 - vi. Elaborar e executar um plano de divulgação/comunicação da Plataforma RGM;
 - vii. Elaborar e executar um plano de lançamento da Plataforma RGM;

4. PÚBLICO-ALVO

- **Primário**

- ✓ Empresas e outras instituições com interesse em financiamento mediante a disponibilização de bens suscetíveis a penhora;
- ✓ Cidadãos em geral

- **Parceiros:**

- ✓ Ministério da Administração Interna
- ✓ UTIC/NOSI
- ✓ Casa do Empreendedor;
- ✓ Bancos Comerciais;
- ✓ Câmaras de Comércio
- ✓ Associações Regionais de Municípios
- ✓ Ministério de Modernização do Estado - Casa do Cidadão
- ✓ Ministério da Justiça - RNI
- ✓ Instituições de Micro Finanças
- ✓ Seguradoras e outras que possam apoiar na avaliação dos bens móveis;



5. 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 eletrónicos 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;		site: responder às dimensões de cada post instagram e facebook	
- para divulgação da plataforma;		capa de facebook 820x312px	
	- para divulgação do evento de lançamento.		
SPOTS PUBLICITÁRIOS	Spots (tempo mínimo de 30s) para televisão, rádio;	Pelo menos 2	
	- para divulgação da plataforma RGM		
	- para divulgação do evento de lançamento		
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.)		
RELATÓRIO FINAL	Relatório escrito, descritivo e analítico das tarefas desenvolvidas	1	



6. ATIVIDADES/TAREFAS

Para ajudar a cumprir os objetivos acima mencionados, os presentes termos de referência abrangem atividades para uma campanha que abrangerá a comunicação em suportes diferentes. Assim, contempla-se enquanto atividades:

a. **Elaboração de uma estratégia**

A elaboração da estratégia de comunicação/divulgação da plataforma consiste em realizar um breve diagnóstico global para entendimento do que seria a comunicação no âmbito dos registros de bens móveis. Deve incluir:

- 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;
- Os objetivos da campanha;
- O alinhamento dos canais de divulgação a serem utilizados;
- O alinhamento do cronograma;
- A implementação do plano, bem como, a forma como será analisado a eficiência do plano de comunicação;

b. **Produção de materiais impressos**

Os materiais impressos deverão conter informações tais como:

- A identificação de serviços, locais onde se dirigir e beneficiários, fazendo uso de imagens e/ou histórias que com as quais a maioria da população se identifique.
- Deve ser adaptada a mensagem a uma linguagem e imagens compreensíveis ao cidadão comum;
- A empresa selecionada deve proceder à recolha de imagens, e elaboração de elementos gráficos dos materiais impressos, concebidos de forma a atingir os grupos alvo;
 - Coordenar das atividades em estreita colaboração com a equipa interna, especificamente para assegurar a coerência das mensagens;
 - Disponibilizar as artes finais de todos os produtos ao contratante para aprovação final;



- Elaborar e entregar um plano de trabalho com cronograma e produtos detalhados, que serão aprovados pelo contratante;
- Os materiais impressos devem ser distribuídos em locais onde as pessoas procuram informações ou são suscetíveis de ter questões, dúvidas relacionadas o registo de bens móveis, nomeadamente: TradelInvest, Câmaras de Comércio, Casas do Cidadão, Agências, PRO EMPRESA, ProGarante, RNI, Câmaras Municipais, etc.), assim como pela web.

c. Produção de Material Digital para Sites e Redes Sociais

A elaboração e produção de *Banners* para a campanha de sensibilização e informação no que tange à Plataforma RGM, bem assim como, de divulgação dos eventos a ter lugar na Cidade da Praia, Cidade do Mindelo e Cidade de Santa Maria, deverão:

- Ser publicados em sites previamente coordenados com o contratante;
- Ser publicados nas redes sociais de maior interesse e utilização do público alvo
- Cumprir antecedência necessária de publicação para garantir uma divulgação atempada dos eventos e maior alcance em número de potenciais interessados;

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

Tendo em consideração a maioria do público alvo ter acesso a informações importantes através da rádio e da televisão, haverá spots repetidos nas estações de rádio e TV. Estes programas destinam-se a fornecer conteúdos informativos e educativos referentes à disponibilização e uso da plataforma, pela sensibilização quanto ao tema. O conteúdo da campanha incluirá, pelo menos:

- Maior celeridade, qualidade e facilidade no exercício no âmbito do ambiente de negócios;
- Uma plataforma única de registo, gestão e acompanhamento das garantias disponibilizadas, com informações fidedignas de todas as entidades que tomam parte na esfera do registo de bens móveis.
- Reformas Institucionais, Modernização, Melhoria do Ambiente de Negócio;
- Administração Pública Amiga do Cidadão, Maior qualidade de serviço,

A empresa contratada deverá, com o apoio da equipa interna, desenvolver e entregar os produtos, de acordo 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 seja da pertinência e interesse do público-alvo;

- Os spots radiofônicos e televisivos deverão cumprir um tempo mínimo de 30 segundos e máximo de 55 segundos;
- 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.

e. Evento de lançamento

Um evento de lançamento é uma importantíssima estratégia de comunicação de um produto, de sorte 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 vir a ser necessária.

- É previsto a realização de 3 eventos em formato misto, tendo em média 100 pessoas presenciais e 100 participantes online, a ter lugar em Santiago, São Vicente e Sal, em respectivas datas.
- O evento centrará a volta da sessão de apresentação da Plataforma RGM 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;
- 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, sendo a lista de convidados disponibilizada pelo contratante;



- Proceder ao envio dos convites e fazer as confirmações dos convidados para o evento;
- Fazer contratações, uma vez a cerimónia devendo ser presidida por um Mestre de Cerimónia. A contratação do mesmo será da responsabilidade da equipa organizadora do evento assim como a contratação de pelo menos 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 atender ao 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 da Plataforma RGM deve carregar simbolismos e frequente referência ao produto. A decoração conta também com os aspetos de ambientação que reforcem o conceito
- Disponibilização de água e Cocktail durante o evento para o momento de pausa, devendo a empresa contratada/organizadora garantir um buffet de qualidade, que esteja no nível dos convidados, com uma equipe de serviço competente e um cardápio completo.
- A escolha do local deve garantir um ambiente propício para que os convidados possam circular, igualmente sendo um incentivador à interação e contactos B2B;
- Elaborar e entregar um plano de trabalho com cronograma e produtos detalhados, que serão aprovados pelo contratante.

f. Relatório Final

Deve a empresa contratada elaborar e entregar ao contratante um relatório final, detalhado e analítico das atividades desenvolvidas no âmbito deste TdR.



Para se qualificar a este trabalho, a empresa candidata (ou parceria de empresas) deve provar sua experiência em trabalhos similares e demonstrar os conhecimentos necessários para realizar com sucesso a gama de tarefas definidas neste TdR.

Detalha-se infra os requisitos:

- Empresa Nacional;
- A empresa contratada deve **comprovar a sua legalidade no mercado e a sua experiência profissional**;
- Ter uma **experiência de um mínimo de 3 anos** no mercado de eventos, publicitário, marketing ou comunicação;
 - Deverá apresentar um **currículo com informações comprovantes**, respeitantes ao período em referência.
- Ter capacidade de negociação com as entidades e potenciais fornecedores a envolver no programa de concretização das atividades previstas neste TdR em coordenação com a Pró Garante.
- A montagem da equipa é da responsabilidade da empresa candidata, e espera-se dela, em sua capacidade profissional, propor os membros certos e geri-los por forma a permitir resultados no prazo e com alta qualidade;
- Deve ter capacidade de adaptação a eventuais **alterações que possam vir a ocorrer**, quanto a horários, planificação e cumprimento do cronograma de divulgação.

8. CALENDÁRIO E PAGAMENTO

PRODUTOS	MÉTODO DE ENTREGA	TEMPO	PAGAMENTO
----------	-------------------	-------	-----------



Apresentação e aprovação do plano de trabalho com cronograma detalhado de cada produto		Formato Digital	1 semana após assinatura do contrato	
PLANO E ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	Apresentação da proposta do Plano e Estratégia de Divulgação	Formato Digital	assinatura do contrato + 1 semana após	10%
	Aprovação da proposta do Plano e Estratégia de Divulgação	Formato Digital	assinatura do contrato + 2 semanas após	
KIT INSTITUCIONAL	Proposta do Design Gráfico do KIT Institucional	Formato Digital e Impresso	Assinatura do contrato + 3 semanas após	20%
	Aprovação do Design gráfico do Kit Institucional	Formato Digital e Impresso	Assinatura do contrato + 4 Semanas após	
	Impressão dos Kits	Formato Impresso (400 copias)	Assinatura do contrato + 7 semanas	
DESDOBRÁVEIS	Proposta do design gráfico dos desdobráveis/flyers	Formato Digital	Assinatura do contrato + 3 semana após	20%
	Aprovação do Design gráfico dos desdobráveis/ flyers	Formato Digital/ Formato Impresso (1 cópia)	Assinatura do contrato + 4 semanas	
	Disponibilização dos desdobráveis/flyers em versão impresso e digital	Formato Digital/ Formato Impresso	Assinatura do contrato + 7 semanas após	
BANNERS	Proposta de Banner para divulgação da plataforma;	Formato Digital	Assinatura do contrato + 4 semanas	25%
	Aprovação de Banner para divulgação da plataforma RGM;	Formato Digital	Assinatura do contrato + 5 semanas	
	Proposta de Banner para divulgação do evento de lançamento.	Formato Digital	Assinatura do contrato + 4 semanas	
	Aprovação de Banner para divulgação do evento de lançamento.	Formato Digital/ Formato Impresso	Assinatura do contrato + 5 semanas	
	Disponibilização dos Banners	Formato Digital	Assinatura do contrato + 6 semanas	
SPOTS PUBLICITÁRIOS	Proposta de Spot Publicitário para divulgação da plataforma RGM (min.30s, max 55s)	Formato Digital	Assinatura do contrato + 8 semanas	25%
	Proposta de Spot Publicitário para divulgação do evento de lançamento (max 30s)	Formato Digital	Assinatura do contrato + 8 semanas	
	Aprovação de Spot publicitário para divulgação da Plataforma RGM	Formato Digital	Assinatura do contrato + 9 semanas	
	Aprovação de Spot publicitário para divulgação do evento de lançamento	Formato Digital	Assinatura do contrato + 9 semanas	
	Entrega da versão final dos conteúdos audiovisuais, digitais, bem como os planos estratégicos de divulgação plataforma.	Formato Digital	Assinatura do contrato + 10 semanas	
EVENTO DE LANÇAMENTO	Draft proposta do plano de Realização dos eventos de Lançamento (Organização e Logística)	Formato Digital	Assinatura do contrato + 12 semanas	30%
	Aprovação do plano de realização do Evento de Lançamento	Formato Digital	Assinatura do contrato + 13 semana	
	Entrega do plano final de lançamento da plataforma	Formato Digital/ Formato Impresso	Assinatura do contrato + 14 semanas	
	Organizar e efetivar os eventos de lançamento da plataforma		Assinatura do contrato + 16 semanas	
RELATÓRIO FINAL	Apresentação do draft do Relatório	Formato Digital	Assinatura do contrato + 17 semanas	15%
	Aprovação do draft	Formato Digital	Assinatura do contrato + 18 semanas	

9. PROPRIEDADE DOS MATERIAIS E DIVULGAÇÃO



Todo e qualquer material produzido como resultado do presente TdR e consequente contratação, 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.

10. CONTRATO

Deve ser assinado um contrato de montante fixo, em que os pagamentos estejam ligados à aprovação por cumprimento das tarefas.