



**EME**

Marketing e Eventos, Lda.  
Contribuindo para o seu Sucesso



# PLANO DE COMUNICAÇÃO

**TRIBUNAL DE CONTAS**

## PLANO DE COMUNICAÇÃO

A comunicação é uma ferramenta fundamental para o fortalecimento da sociedade em geral e para as organizações em particular. Torna-se, por conseguinte, necessário e importante a definição de uma estratégia com base nos ideais e necessidades da própria instituição ou organização.

A definição dessa estratégia passa necessariamente pelo conhecimento da própria instituição, pela identificação das necessidades de comunicação quer interno, externamente e quer a nível institucional.

O Tribunal de Contas como Instituição Superior de Controlo externo das finanças públicas de Cabo Verde deve ter uma identidade organizacional forte, traduzida numa imagem corporativa positiva tanto junto do pessoal como da sociedade em geral.

Dos inputs recolhidos internamente verificamos que:

1. O TC dispõe de uma identidade organizacional boa e que influencia na construção de valor que estabelece com os seus diferentes targets;
2. Dispõe também de uma imagem corporativa ajustada aos interesses da mesma;
3. Não dispõe de um sistema de comunicação interna e externa montado, mas dispõe de alguns suportes que eficazmente explorados constituem veículos privilegiados e de comunicação por excelência. São eles a página WEB, o serviço da intranet, face book, a “ rotunda” como ponto de encontro e local onde a comunicação informal acontece, seminários e balanços anuais;
4. Não dispõe de um orçamento de comunicação anual;
5. Não há um momento institucionalizado no TC que é comemorado pelo pessoal. Contudo reúnem-se, anualmente por ocasião do Natal ou fim do ano;
6. Identificamos os seguintes grupos-alvo
  - Pessoal do TC
  - Entidades públicas sujeitas ao controlo
  - Media
  - Sociedade em geral
  
  - Organizações internacionais

- Instituições congéneres em particular da CPLP
- AFROSAI
- CREFIAF

Perante este cenário, propomos um plano de comunicação devidamente orquestrado no tempo, consubstanciado no seguinte:

**OBJECTIVOS A SEREM ALCANÇADOS:**

1. Melhorar a identidade organizacional
2. Melhorar a imagem corporativa do TC
3. Montar um sistema de comunicação interna e externa

**SOLUÇÃO PROPOSTA**

A identidade organizacional depende particularmente da postura do TC na sociedade e da forma como interage com os diferentes grupos-alvo. Esta identidade está directamente relacionada com a sua imagem corporativa, que por sua vez depende, particularmente da eficácia da comunicação quer interna, quer externa.

Há por conseguinte, necessidade de uma correlação entre os dois sistemas de comunicação.

Enquanto, que a comunicação interna tem como alvo o pessoal interno, a externa tem como alvo o público externo.

Nesta óptica, a solução que a seguir apresentamos contempla acções e objectivos que são comuns

**1. COMUNICAÇÃO INTERNA**

A comunicação interna fortalece o espírito da solidariedade, e promove atitudes como motivação, companheirismo e dedicação para com a instituição. Daí que toda a estratégia de comunicação interna deve ser feita em parceria com a área de Recursos Humanos.

Mais do que definir suportes e formas de comunicar é importante que o pessoal esteja satisfeito e sente-se motivado. Daí que a sua valorização é um factor de competência.

Parar além do trabalhador ter o poder da produção acaba sendo parte da informação para o público, participando activamente na criação e manutenção de uma excelente imagem da instituição que pertence.

### **ACÇÕES PROPOSTAS**

1. Definir um slogan que deve ser associado a toda a comunicação e actividades desenvolvidas: **Para uma melhor gestão da coisa pública.** Para isso há necessidade da envolvimento da comunidade TC nos seus propósitos
2. Criar e editar um jornal de parede com a envolvimento do pessoal, mensalmente. Este deve trazer em jeito de síntese as actividades desenvolvidas pelo TC durante o período. Este suporte pode também ser divulgado internamente através da intranet. Há necessidade de definir/indicar um ponto focal internamente para mobilizar e motivar o pessoal na produção de conteúdos para o referido suporte
3. Padronizar a imagem TC em todos os suportes de comunicação interna, conforme se segue:
  - Definição das cores pantone e cmyck do logo
  - Aplicação do logo em todos os suportes de informação, designadamente: papel de nota, envelopes, fax, email, cartões de visita, cartões de recado, etc. ...
  - Aquisição de cartões de Natal com a imagem personalizada da
  - Elaboração do manual de normas de aplicação do logo e sua instalação em todos os computadores do TC por via a sua utilização de forma uniformizada e por todos
4. Implementar um sistema de sinalética internamente consubstanciado no seguinte:
  - Sinalização dos gabinetes  
Este serve para identificar as salas e facilitar a circulação internamente
  - Decoração dos gabinetes com base numa imagem estilizada e associada ao slogan institucional do TC. Na nossa visita de familiarização constatamos que a imagem que se segue tem sido reproduzida de forma natural e espontânea e está em alguns gabinetes, só que de forma não muito adequada.
  - Porque não padronizá-la e defini-la como elemento de decoração e meio de divulgação da imagem institucional do TC?
  - A imagem, para além de imparcial espelha rigor e eficácia na gestão da coisa pública



5. Melhorar a sinalética de exterior com base nos seguintes elementos:
  - a. Caixa luminosa de 300x60, em tela flex para a fachada de exterior
  - b. Placa acrílica de 60x30 para a sinalética a entrada
6. Definir um momento TC que deve ser comemorado, anualmente por todos. Proponho a data da nomeação dos primeiros membros do TC no BO
7. Criar uma identidade própria à “ rotunda” associada ao slogan interno, tendo em conta o que o referido espaço representa: **veículo da informação, troca de impressões, ponto de encontro nos momentos de pausa.** Neste particular propomos decorar o espaço com os seguintes elementos:
  - Poster com os momentos TC (encontros, convívios, etc. ...)
  - Suporte onde será fixado periodicamente o jornal TC, cartão de aniversário para o aniversariante do dia, da semana ou do mês, etc. ...
8. Design e produção da bandeira do TC. Propomos confeccionar 3, sendo uma para o exterior, outra para a sala de reuniões, outra para ser utilizada em qualquer actividade que o TC esteja a realizar ou participar fora da Instituição e que haja necessidade de uma imagem institucional no local
9. Aquisição de uma base com duas hastes para as bandeiras de interior
10. Confecção de bandeiras de secretárias com imagem personalizada do TC
11. Aquisição de brindes para oferta ao pessoal do TC em ocasiões especiais :
  - a. Tsirts polos
  - b. T-shirts normais
  - c. Pins vitrificado e recortado no formato de logo TC

12. Uniformização das fotos e molduras dos Presidentes para a sala de reuniões
13. Conceber e implementar a imagem institucional que servirá de fundo do local de atendimento em vinil transparente
14. Conceber e produzir uma mancha gráfica para porta em vinil do Gabinete do Secretário Judicial
15. Sinalética em vinil para a porta principal
16. Impressão mensal do Jornal em formato A2
17. Reimpressão da placa de sinalética para a recepção
18. Identificação do pessoal conforme se segue:
  - a. Concepção e impressão de crachás
  - b. Aquisição de suportes para os crachás
  - c. Aquisição da respectiva fita para os crachás

## **2. COMUNICAÇÃO EXTERNA**

A imagem institucional é fruto do conjunto de relações que o TC estabelece no seu dia-a-dia. Essa relação é estabelecida directamente pelo pessoal, através de todos os suportes de comunicação do TC e da comunicação social. Neste sentido, todas as acções desenvolvidas e que tenham impacto na imagem da instituição, deve ser cuidadosamente orquestrada.

**É importante responder o seguinte:**

- a. Para a relação com os media, há necessidade de se eleger internamente um ponto focal?
- b. Para as relações com as entidades públicas essa figura é importante?
- c. Quais os veículos de comunicação existente tanto internamente como externo?
- d. A sociedade conhece a missão do TC?
- e. Como melhorar a identidade organizacional do TC?

## **SOLUÇÃO PROPOSTA**

1. Definição da imagem institucional e slogan institucional que devem ser associados a toda informação impressa e pública
2. Finalizar a página Web e fazer a sua atualização permanente
3. Divulgação das instruções e acórdãos em formato digital e impressa, periodicamente
4. Mediatização das ações que carecem de divulgação pública. Este trabalho é de elevado importância na construção e melhoria da notoriedade do TC, não somente junto dos media mas da sociedade em geral. O convite, a nota de imprensa, o espaço onde decorrerão os encontros, o porta-voz da mensagem, devem ser cuidadosamente trabalhados. Torna-se necessário a identificação de um Key Contact para intermediação da relação com os media
5. Divulgar periodicamente os Acórdãos e instruções às entidades públicas sujeitas ao controlo
6. Adquirir um brinde de prestígio personalizado para as entidades nacionais e internacionais
7. Editar o Anuário do Tribunal de contas (Livro de 96 páginas, capa a cores em couché de 350 grs, interior a cores em couché de 90 grs encadernação a quente e capa com lombada)
8. Editar o Planning de Secretária em couché mate de 350 grs e fazer a sua distribuição interna e às entidades sujeitas ao controlo

### **3. INVESTIMENTO**

Em anexo o plano de investimento. Os custos são uma estimativa, pois foram elaborados com base nos pressupostos e suportes definidos. Com a implementação das acções, poderá sofrer ligeiras oscilações.

### **4. PRAZO**

O plano será implementado no decurso de um ano. Anexamos o cronograma que deverá ser ajustado com a implementação do plano.

### **5. HONORÁRIOS EME**

Tendo em conta o tipo de trabalho e a sua duração, propomos trabalhar com o TC em regime de assessoria mensal, num valor de **74.750 CVE IVA incluído**

**6. OBS**

- a) O plano não é acabado. Pode ser melhorado com os subsídios do TC
- b) Mediante acordo, um contrato de assessoria com níveis de responsabilidades atribuídas será assinado entre as partes
- c) Garantiremos toda a confidencialidade das informações no âmbito da nossa assessoria

Praia, 24 de Março 2011

EME-Marketing & Eventos

A Directora Geral de Formação & Marketing  
Maria Martins



### PLANO DE INVESTIMENTO

	Rubricas	QTY	Cunit	Previsão
<b>1</b>	<b>Design, maquetagem e paginação</b>			Assessoria EME
1.1	Logotipo e sua uniformização em todos os suportes de informação			Assessoria EME
1.2	Anuário			Assessoria EME
1.3	Desdobrável PEII			Assessoria EME
1.4	Atualização do desdobrável institucional do TC			Assessoria EME
1.5	Pin com logo TC recortado e vitrificado			Assessoria EME
1.6	Tshirt Polo com logo do TC a bordado para a equipa de atendimento			Assessoria EME
1.7	Planning de secretária			Assessoria EME
1.8	Web site			Assessoria EME
1.9	News letter			Assessoria EME
1.10	Sinalética de interior e exterior			Assessoria EME
1.11	Manuais de instruções			Assessoria EME
1.12	Uniformes para o pessoal de atendimento			Assessoria EME
1.13	Assessoria no design/organização do espaço de atendimento			Assessoria EME
1.14	Mediatização de todas as actividades realizadas pelo TC			Assessoria EME
1.15	Atualização frequente da página web			Assessoria EME
<b>2.1</b>	<b>Produção/impressão/aquisição de materiais</b>			
2.1.1	Livro de 96 páginas, capa a cores em couché de 350 grs, Interior a a cores em couché de 90grs, encadernação a quente e capa com lombada	200	1 611	322 200
2.1.3	Divulgação periódica dos acórdãos e instruções junto das instituições sujeitas ao controlo			40 950
2.1.4	Impressão de Desdobrável PEII em papel martelado de 200 grs, formato A3, quadricomia, com 3 dobras	500	105	52 500
2.1.5	Planning de secretária em couché mate de 350 grs	150	305	45 750
2.1.6	Imagem institucional para o pano de fundo do local de atendimento em vinil transparente de 286X198	1	54 942	54 942
2.1.7	Imagem institucional para o pano de fundo do local de atendimento em vinil transparente de 167X198	1	32 068	32 068
2.1.8	Mancha gráfica para a porta em vinil de 68x188	1	12 403	12 403
2.1.9	Impressão da designação Tribunal de Contas em vinil transparente para a porta principal de 88x20	1	1 604	1 604
2.1.10	Impressão mensal do Alerta em formato A2	12	650	7 800
2.1.11	Reimpressão da placa de sinalética para a recepção	1	550	550

2.1.12	Tshirt Polo com logo do TC impresso	50	2 900	145 000
2.1.13	Troféu institucional, com o logotipo cunhado a ouro em baixo ou alto-relevo	30	7 002	210 060
2.1.14	Pin no formato do logo do TC, vitrificado	250	321	80 218
2.1.15	Suporte em acrílico duplo transparente para divulgação do Alerta mensalmente, formato 70x100, com embelezadores	1	49 400	49 400
2.1.16	Impressão de crachás em cartão PVC	50		12 500
2.1.17	Fitas para crachás	100	205	20 500
2.1.18	Porta crachás em PVC transparente	275	50	13 750
2.1.19	Cartões de boas festas	200	275	55 000
<b>2.1.20</b>	<b>Conceber e Implementar um sistema de sinalética internamente substanciado no seguinte:</b>			
2.1.21	Sinalização dos gabinetes conforme se segue:	25	3 050	76 250
2.1.22	20 Gabinetes			
2.1.23	02 wc			
2.1.24	01 recepção			
2.1.25	01 manter a porta sempre fechada			
2.1.26	01 Secretaria			
3	Decoração dos gabinetes com base numa imagem estilizada e associada ao slogan institucional do TC.	20	8 000	160 000
3.1	Decoração da sala de reuniões conforme se segue:			
3.2	- Uniformização das molduras das fotos dos PR	4	9 800	39 200
3.3	- Poster institucional 182,5X112,5cm, na face da parede oposto em vinil sobre Kline de 10mm	1	23 425	23 425
3.4	Design e produção da bandeira do Tribunal de Contas Esta deve ser colocada ao lado da bandeira de Cabo Verde na sala de reuniões do TC e servirá de pano de fundo de qualquer actividade empreendida pelo TC , dimensão 150x100	2	15 475	30 950
3.5	Adquirir uma base em madeira com escopo e duas hastes em madeira bipartida encimada por lança, com 220cm	1	140 000	140 000
3.6	Confeccionar bandeiras de secretárias com imagem personalizada do TC , dimensão 15x10	20	1 050	21 000
4	Implementação da sinalética de exterior			
4.1	- Caixa luminosa em telaflex de 300x60cm para a fachada (duas faces)			136 560
4.2	- Placa acrílica transparente de 60x30cm com espaçadores e embelezadores a entrada do TC			
<b>5</b>	<b>Outras acções</b>			
5.1	Socialização do Plano Estratégico			
5.2	Realização de palestras junto das universidades			
	<b>Total investimento</b>			<b>1 784 580</b>
	<b>IVA a taxa legal aplicável</b>			
	<b>TTL Geral (maquetagem + impressão)</b>			<b>1 784 580</b>

