

CONVITE À APRESENTAÇÃO DE PROPOSTAS (RFP) **(Para serviços de baixo valor)**

NOME E ENDEREÇO DA EMPRESA	DATA: November 7, 2019
	REFERÊNCIA: RFP06/2019

Caro(a) Senhor(a)

Pedimos-lhe gentilmente que submeta a sua Proposta para **Consultoria para a implementação da Campanha Geral da Estratégia de comunicação para a Gestão Sustentável das Florestas**

Na preparação da sua proposta, o favor de fazer-se orientar pelo modelo do anexo 2 do presente documento.

As propostas devem ser submetidas em envelopes Fechados com a menção **“Proposta Técnica/Financeira para implementação da Campanha Geral da Estratégia de comunicação para a Gestão Sustentável das Florestas**, o mais tardar até **22 de novembro 2019 pelas 13h00** e por correio eletrónico procurement.st@undp.org ou entregue no endereço abaixo indicado:

PNUD São Tomé e Príncipe
Avenida das Nações Unidas
São Tomé e Príncipe

A sua proposta deve ser expressa em Português, e válida por um período mínimo de 60 dias

É da sua responsabilidade assegurar que a proposta chegue ao endereço supramencionado dentro do prazo. As propostas recebidas pelo PNUD após o prazo acima indicado, por qualquer razão, não serão consideradas. Se enviar a sua Proposta por e-mail, por favor certifique-se de que está assinada e no formato .pdf, e livre de vírus ou arquivos corrompidos.

Os serviços apresentados serão revistos e avaliados com base; na integridade e conformidade da proposta; da capacidade de resposta aos requisitos da Solicitação de Propostas (RFP); e de todos os outros anexos que forneçam pormenores sobre a solicitação.

A Proposta que cumprir com todos os requisitos, que responder à todos os critérios de avaliação e oferecer a melhor relação qualidade/preço será selecionada e contratada, sendo as que não cumprirem, desqualificadas.

Qualquer discrepância entre o preço unitário e o preço total deve ser recalculada pelo PNUD, prevalecendo o preço unitário, passando o preço total a ser corrigido. Se o Prestador de Serviços não aceitar o preço final baseado na computação e correção de erros do PNUD, a sua Proposta será rejeitada.

Após receber o Proposta, o PNUD não aceitará nenhuma revisão de preço devido a escalonamento, inflação, flutuação das taxas de câmbio ou quaisquer outros fatores de mercado. No momento da Adjudicação do Contrato ou Ordem de Compra, o PNUD reservar-se-á ao direito de variar (aumentar ou diminuir) a quantidade de serviços e/ou bens, até um máximo de 25% (vinte e cinco por cento) do total da oferta, sem qualquer alteração no preço unitário ou outros termos e condições.

Qualquer Contrato ou Ordem de Compra que venha a ser emitido como resultado desta RFP estará sujeito aos Termos e Condições Gerais anexos. O mero ato de apresentação de uma Proposta implica que o Prestador de Serviços aceita sem questionar os Termos e Condições Gerais do PNUD, aqui anexados como Anexo 3.

Informamos que o PNUD não está obrigado a aceitar qualquer Proposta, nem a adjudicar um contrato ou Ordem de Compra, nem é responsável por quaisquer custos associados à preparação e apresentação de uma Proposta por parte dos Prestadores de Serviços, independentemente do resultado ou da forma como conduzir o processo de seleção.

O procedimento de reclamação por parte dos fornecedores do PNUD destina-se a proporcionar uma oportunidade de recurso para pessoas ou empresas que acreditem ter sido injustamente desclassificados. Neste caso, encontre informações detalhadas sobre os procedimentos em casos de reclamação de fornecedores, no link abaixo: <https://www.undp.org/content/undp/en/home/procurement.html>

O PNUD encoraja todos os potenciais fornecedores de Serviços a prevenir e evitar conflitos de interesse, informando ao PNUD caso pessoalmente, ou qualquer um de seus colaboradores/funcionários, estiverem envolvidos na preparação dos requisitos, desenho, estimativas de custo e outras informações usadas nesta solicitação de proposta.

O PNUD adoptou tolerância zero à fraude e outras práticas proscritas, e está empenhado em prevenir, identificar e tratar todos esses atos e práticas contra o PNUD, bem como contra terceiros envolvidos nas atividades do PNUD. O PNUD espera que os seus Prestadores de Serviços adiram ao Código de Conduta dos Fornecedores da ONU encontrado neste link: https://www.un.org/Depts/ptd/sites/www.un.org.Depts.ptd/files/files/attachment/page/pdf/unscc/conduct_english.pdf

Agradecemos e esperamos ansiosamente a sua proposta.

Atenciosamente,
K. Hawiernia
Katarzyna Wawiernia
Representante Residente
11/7/2019



Descrição dos Requisitos

Contexto da Solicitação	O projeto "94537-PROMOÇÃO DA ENERGIA HIDROELÉTRICA DE FORMA SUSTENTÁVEL E RESILIENTE AO CLIMA ATRAVÉS DE UMA ABORDAGEM QUE INTEGRA GESTÃO DE TERRAS E FLORESTAS – PROJETO ENERGIA"
Parceiro de Implementação do PNUD	DGRNE- Direção Geral dos Recursos Naturais e Energia
Breve Descrição dos Serviços Necessários ¹	<p>Desenhar e implementar a CAMPANHA GERAL da "Estratégia de Comunicação para uma Gestão Sustentável dos Ecossistemas Florestais de São Tomé e Príncipe"</p> <p>Pretende-se contratar uma empresa que produzirá os conteúdos e implementará a CAMPANHA GERAL prevista na estratégia de comunicação para a Gestão Sustentável dos Ecossistemas Florestais de São Tomé e Príncipe. A CAMPANHA GERAL está subdividida em duas sub-campanhas: i) campanha positiva, ii) campanha de alerta;</p> <p>A implementação das campanhas incluirá:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definição das mensagens principais das campanhas • Definição de atividades dirigidas a promover os comportamentos adequados, tais como • Seleção e contratação dos transmissores • Escolha e contratação de canais e ferramentas para atingir os grupos-alvos definidos • Produção dos conteúdos de informação • Definição da metodologia de implementação da campanha • Definição do sistema de seguimento e avaliação da campanha, incluindo definição dos indicadores relevantes que permitam seguir o impacto ao longo do projeto e dos responsáveis por esta atividades <p>As campanhas devem ser dirigidas aos seguintes grupos alvo:</p> <p>1. Comunicação Institucional, procurando informar e sensibilizar os decisores de alto nível, as entidades da administração pública e órgãos governativos, no sentido de estimular a priorização da proteção dos ecossistemas florestais.</p>

¹ Se as informações enumeradas no presente anexo não forem suficientes para descrever cabalmente a natureza dos trabalhos e outros pormenores dos requisitos, pode ser anexado um TDR pormenorizado.

	2. Comunicação para o público em geral, com particular incidência em grupos alvo suscetíveis de influenciar com mais eficácia, como a juventude e as crianças.																
Lista e descrição dos resultados esperados a serem entregues	<ol style="list-style-type: none"> 1. Campanha positiva, campanha de alerta implementadas; 2. Conteúdos de comunicação produzidos conforme tabela do ponto 3.3 do TDR; 3. Sistema de seguimento e avaliação/medição do impacto da campanha definido; 4. Seguimento do impacto da campanha durante um ano; 																
Pessoa a supervisionar o trabalho/Performance do prestador de serviços	Director Geral dos Recursos Naturais e Energia, Sr. José Bastos e Assistente da Representante Residente do PNUD, Eng ^o Aderito Santana																
Frequência dos Relatórios	[N/A]																
Necessidade do relatório de Progresso																	
Local de trabalho	<input checked="" type="checkbox"/> São Tomé e Príncipe <input checked="" type="checkbox"/> Na Localização do Contratante																
Duração prevista do trabalho	12 Meses																
Data de início	Dezembro 2019 (Assinatura do contracto)																
Data de conclusão	Novembro 2019																
Viagens Previstas	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Destino(s)</th> <th>Duração estimada</th> <th>Breve Descrição do Propósito da Viagem</th> <th>Data(s) prevista(s)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>São Tomé e Príncipe</td> <td>20 dias</td> <td>O contratante deverá conhecer o contexto, os interlocutores, os problemas e as mudanças que se pretendem operar através da campanha de comunicação</td> <td>TBD</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Destino(s)	Duração estimada	Breve Descrição do Propósito da Viagem	Data(s) prevista(s)	São Tomé e Príncipe	20 dias	O contratante deverá conhecer o contexto, os interlocutores, os problemas e as mudanças que se pretendem operar através da campanha de comunicação	TBD								
Destino(s)	Duração estimada	Breve Descrição do Propósito da Viagem	Data(s) prevista(s)														
São Tomé e Príncipe	20 dias	O contratante deverá conhecer o contexto, os interlocutores, os problemas e as mudanças que se pretendem operar através da campanha de comunicação	TBD														
Requisitos Especiais de Segurança	<input type="checkbox"/> "Security Clearance" da ONU antes da viagem <input type="checkbox"/> Conclusão da Formação Básica e Avançada em Segurança da ONU <input type="checkbox"/> Seguro de Viagem Abrangente																

	<input type="checkbox"/> Outros (<i>por favor especificar</i>)
Serviços à serem fornecidos pelo PNUD (ou seja, devem ser excluídas da Proposta de Preço)	<input type="checkbox"/> Escritórios e instalações <input type="checkbox"/> Transporte terrestre <input type="checkbox"/> Outros por favor especificar <input checked="" type="checkbox"/> N/A
Calendário de execução indicando a repartição e o calendário das atividades/subactividades	<input checked="" type="checkbox"/> Obrigatório <input type="checkbox"/> Não obrigatório
Nomes e curriculum vitae dos indivíduos que estarão envolvidos na conclusão dos serviços	<input checked="" type="checkbox"/> Obrigatório <input type="checkbox"/> Não obrigatório
Moeda da Proposta	<input checked="" type="checkbox"/> Dólares dos Estados Unidos <input type="checkbox"/> Euro <input checked="" type="checkbox"/> Moeda Local
Impostos sobre Valor acrescentado na proposta de preço ²	<input type="checkbox"/> devem incluir o IVA e outros impostos indiretos aplicáveis <input checked="" type="checkbox"/> devem excluir o IVA e outros impostos indiretos aplicáveis
Período de Validade das Propostas (Contagem apartir da última data para submissão de propostas)	<input checked="" type="checkbox"/> 60 dias <input type="checkbox"/> 90 dias <input type="checkbox"/> 120 dias Em circunstâncias excepcionais, o PNUD pode solicitar ao proponente que prorrogue a validade da proposta para além do que foi inicialmente indicado neste RFP. A Proponente deverá então confirmar a prorrogação por escrito, sem qualquer modificação da Proposta.
Cotações Parciais	<input checked="" type="checkbox"/> Não permitido <input type="checkbox"/> Permitido
Condições de pagamento ³	

² O estatuto de isenção de IVA varia de um país para outro. Por favor verifique o que é aplicável ao PNUD CO/BU que requer o serviço.

³ A preferência do PNUD é não pagar qualquer quantia antecipadamente após a assinatura do contrato. Se o Fornecedor de Serviços exigir estritamente o pagamento antecipado, este será limitado a apenas 20% do preço total cotado. Para qualquer percentagem mais elevada, ou qualquer montante adiantado que exceda \$30,000, o

Entregáveis (ver ponto 5)	Porcentagem	Tempo	Condição para liberação de pagamento
1. Proposta atualizada (A Campanha, Plano de Comunicação, Plano de Meios, Plano de Acções e Calendário) após adjudicação e discussão e a entrega da 1ª arte geral.	20%		Num prazo de 30 (trinta) dias após o cumprimento das seguintes condições: a) A aceitação por escrito do PNUD (i.e., não mera receção) da qualidade dos resultados; e b) Receção da factura da Prestadora de Serviços.
2. Sistema de seguimento e avaliação das campanhas, incluindo definição dos indicadores relevantes que permitam seguir o impacto ao longo do projeto, por cada meio. 3. Estudo inicial (baseline) de atitudes e práticas sobre a gestão sustentável dos ecossistemas (amostra significativa), que sirva de base comparativa para outro estudo após a implementação das campanhas.	20%		
4. Produtos de comunicação (layout, artes), tabela ponto 3.3 do TDR, entregues, validados e exibidos, durante	40%		

PNUD deverá exigir que o Prestador de Serviços submeta uma garantia bancária ou cheque bancário ao favor do PNUD, no mesmo montante que o pagamento adiantado pelo PNUD ao Fornecedor de Serviços.

	<p>03 meses, nos meios pré-acordados.</p> <p>5. Medição mensal do impacto por cada actividade/meio (pequenos relatórios).</p> <p>6. Estudo final (impacto) de atitudes e práticas sobre a gestão sustentável dos ecossistemas (amostra significativa), que sirva de base comparativa após a implementação das campanhas</p>	20%		
Pessoa(s) que deve(m) rever/inspecionar/aprovar resultados/serviços concluídos e autorizar o desembolso do pagamento	Director Geral dos Recursos Naturais e Energia, sr. José Bastos e Assistente da Representante Residente do PNUD, Eng ^o Aderito Santana			
Tipo de contrato a ser assinado	<input type="checkbox"/> Ordem de Encomenda (PO) <input type="checkbox"/> Contrato Institucional <input checked="" type="checkbox"/> Contrato de Serviços Profissionais <input type="checkbox"/> Acordo a Longo Prazo (LTA) ⁴ <input type="checkbox"/> Outro tipo de contrato [por favor especificar]			
Critérios para adjudicação do contrato	<input type="checkbox"/> Menor Preço entre as tecnicamente conformes <input checked="" type="checkbox"/> Maior Pontuação Combinada (baseada na ponderação 70% oferta técnica e 30% proposta financeira) <input checked="" type="checkbox"/> Aceitação total dos Termos e Condições Gerais do Contrato do PNUD (TGC). Este é um critério obrigatório e não pode ser eliminado independentemente da natureza dos serviços solicitados. A não aceitação dos TCG pode ser motivo de rejeição da Proposta.			
Critérios para a avaliação da proposta	<p>Proposta Técnica (70%)</p> <input checked="" type="checkbox"/> Experiência da empresa em trabalhos de comunicação para o desenvolvimento [15] <input checked="" type="checkbox"/> Estrutura de gestão e qualificação da pessoal chave [20] <input checked="" type="checkbox"/> Metodologia e inovação da proposta [20] <input checked="" type="checkbox"/> Conhecimento do contexto rural e institucional de São Tomé e Príncipe [15]			

⁴ Mínimo de um (1) ano e pode ser prorrogado até um máximo de três (3) anos, sob reserva de uma avaliação de desempenho satisfatória. Este RFP pode ser usado para LTAs se as compras anuais não excederem \$150.000,00..

	<p>Proposta Financeira (30%) Calculada com base no rácio da proposta financeira mais baixa dentre todas as propostas recebidas pelo PNUD e tecnicamente aceites.</p>
O PNUD vai adjudicar o contrato:	<p><input checked="" type="checkbox"/> Um e apenas um Fornecedor de Serviços <input type="checkbox"/> Um ou mais Fornecedores de Serviços, dependendo dos seguintes fatores: [Esclarecer completamente como e por que isso será alcançado. <u>Por favor, não escolha esta opção sem indicar os parâmetros para atribuição a vários Prestadores de Serviços</u>]</p>
Termos e Condições Gerais do Contrato ⁵	<p><input type="checkbox"/> Termos e Condições Gerais para contratos (bens e/ou serviços) <input checked="" type="checkbox"/> Termos e Condições Gerais para contratos de minimos (apenas serviços, menos de \$50.000)</p> <p>Os Termos e Condições aplicáveis estão disponíveis em: http://www.undp.org/content/undp/en/home/procurement/business/how-we-buy.html</p>
Anexos ao presente RFP ⁶	<p><input checked="" type="checkbox"/> Formulário para Apresentação de Proposta (Anexo 2) <input checked="" type="checkbox"/> TDR detalhado <input type="checkbox"/> Outros⁷ por favor especificar</p>
Pessoa de contato para consultas (Apenas consultas por escrito) ⁸	<p><i>[cesaltina.almeida@undp.org; cc/ antonia.daio@undp.org; claudio.vicente@undp.org]</i></p> <p>Qualquer atraso na resposta do PNUD não será utilizado como motivo para prorrogar o prazo para submissão de propostas, a menos que o PNUD determine que tal prorrogação é necessária e comunique um novo prazo aos proponentes.</p>
Outras informações por favor especificar	

⁵ Os Prestadores de Serviços são alertados de que a não aceitação dos termos dos Termos e Condições Gerais (TCG) pode ser motivo para desqualificação deste processo de aquisição.

⁶ Quando a informação está disponível na web, um URL para a informação pode ser simplesmente fornecido.

⁷ Termos de Referência mais detalhados podem ser anexados a este RFP.

⁸ Esta pessoa de contacto e endereço são oficialmente designados pelo PNUD. Se as perguntas forem enviadas para outra(s) pessoa(s) ou endereço(s), mesmo que sejam funcionários do PNUD, este não tem obrigação de responder nem pode confirmar que a pergunta foi recebida.

FORMULÁRIO PARA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DO FORNECEDOR DE SERVIÇOS ⁹

(Este formulário deve ser enviado somente usando o papel timbrado/estacionário oficial da Fornecedora de Serviços. ¹⁰)

Inserir: Local
Inserir: Data

Para: Representante Residente do PNUD

Exma. Senhora:

Nós, abaixo assinados, oferecemos os seguintes serviços ao PNUD em conformidade com os requisitos definidos na RFP datada de [especificar data], e todos os seus anexos, bem como as disposições dos Termos e Condições Gerais do Contrato do PNUD:

A. **Qualificações do Fornecedor de Serviços**

O Fornecedor de Serviços deve descrever e explicar como e porque é a melhor entidade que pode cumprir os requisitos solicitados pelo PNUD, indicando o seguinte:

- a) Perfil - descrevendo a natureza do negócio, área de especialização, licenças, certificações, creditações;*
- b) Licenças Empresariais - Documentos de Registro, Certificação de Pagamento de Impostos, etc.*
- c) Últimas Demonstrações Financeiras Auditadas - Demonstração de resultados e balanço patrimonial para indicar sua estabilidade financeira, liquidez, solvência e reputação no mercado, etc. ;*
- d) Referências - Lista de clientes para os quais prestou serviços similares aos solicitados pelo PNUD, indicando descrição do âmbito do contrato, duração do contrato, valor do contrato, e contatos da referência;*
- e) Certificados e Creditações - incluindo Certificados de Qualidade, Registos de Patentes, Certificados de Sustentabilidade Ambiental, etc.*
- f) Autodeclararção escrita de que a empresa não está na Lista 1267/1989 do Conselho de Segurança da ONU, na Lista da Divisão de Aquisição da ONU ou na Outra Lista de Inelegibilidade da ONU.*

B. **Metodologia proposta para a conclusão dos serviços**

O Prestador de Serviços deve descrever como irá atender às demandas da RFP, fornecendo uma descrição detalhada das características essenciais de desempenho, condições de comunicação e mecanismos de garantia de qualidade que serão implementados, enquanto demonstra que a metodologia proposta será adequada às condições locais e ao contexto do trabalho.

⁹ Isto serve como um guia para o Fornecedor de Serviços na preparação da Proposta.

¹⁰ Papel timbrado/ papelaria oficial deve indicar detalhes de contato - endereços, e-mail, números de telefone e fax - para fins de verificação

C. **Qualificações do pessoal chave**

Se exigido pelo RFP, o Fornecedor de Serviços deve fornecer:

- a) *Nomes e qualificações do pessoal chave que executará os serviços, indicando quem é o Líder de Equipe, quem está apoiando, etc;*
- b) *CVs demonstrando qualificações devem ser apresentados se exigido pela RFP; e*
- c) *Confirmação por escrito de que cada membro do pessoal está disponível durante todo o período da vigência do contrato*

D. **Discriminação dos custos por Produto***

	Entregáveis [enumerá-los como referido no RFP].	Porcentagem do preço total (Peso por pagamento)	Preço (preço total, incluído todos os custos)
1	Entregável 1		
2	Entregável 2		
3		
	Total	100%	

** Esta poderá ser a base do parcelamento do pagamento*

E. **Detalhes de custos por componente [Este é apenas um exemplo]:**

Descrição da Actividade	Remuneração por unidade de tempo	Período total de Engajamento	Número de Pessoal Envolvido	Custo Total
I. Serviços de Pessoal				
1. Serviços de Escritório				
a. Expertise 1				
b. Especialização 2				
2. Serviços de Campo				
a. Especialização 1				
b. Especialização 2				
3. Serviços internacionais				
a. Expertise 1				
b. Especialização 2				
II. Despesas de desembolso				
1. Custos de viagem				
2. Ajuda de custo diária				
3. Comunicações				
4. Reprodução				
5. Aluguer de Equipamento				
6. Outros				
III. Outros Custos Relacionados				

*[Nome e Assinatura da Pessoa Autorizada do
Fornecedor de Serviços]
[Designação]
[Data]*

Nota aos concorrentes:

Esta tradução do formulário não é oficial. A versão inglesa oficial pode ser encontrado no site [https://popp.undp.org/layouts/15/WopiFrame.aspx?sourcedoc=/UNDP_POPP_DOCUMENT_LIBRARY/Public/PSU_Solicitation%20Process_Solicitation%20Documents_Request%20for%20Proposal%20\(RFP\)%20-%20Under%20150k.docx&action=default](https://popp.undp.org/layouts/15/WopiFrame.aspx?sourcedoc=/UNDP_POPP_DOCUMENT_LIBRARY/Public/PSU_Solicitation%20Process_Solicitation%20Documents_Request%20for%20Proposal%20(RFP)%20-%20Under%20150k.docx&action=default) ; e esta prevalece sobre a versão portuguesa em caso de conflitos de interpretação.

TERMOS DE REFERÊNCIA

- **Título do posto:** Consultoria para a implementação da Campanha Geral da Estratégia de comunicação para a Gestão Sustentável das Florestas
- **Título Projeto:** 94537 -Promoção da energia hidroelétrica de forma sustentável e resiliente ao clima através de uma abordagem que integra gestão de terras e florestas – Projeto ENERGIA
- **Duração:** 12 meses
- **Local de trabalho:** São Tomé
- **Data do Início:** Com a assinatura do contrato

1. Contexto e justificação

A deflorestação em São Tomé e Príncipe tem aumentado de forma notável ao longo dos últimos anos. Este fenómeno está ligado a causas diversas, entre outras a invasão das terras florestais para cultivo, a utilização da madeira para produzir carvão como fonte de energia doméstica, a plantação de espécies produtivas como as palmeiras de azeite e o abate de árvores para construção. A capacidade de controle e fiscalização da Direção das Florestas é limitada, devido a carência de recursos técnicos e materiais, que decorre principalmente da ausência de uma política clara e integrada para a gestão sustentável de florestas.

Neste contexto, surge o projeto “Promoção da energia hidroelétrica de forma sustentável e resiliente ao clima através de uma abordagem que integra gestão de terras e florestas” mais conhecido como Projeto ENERGIA, financiado através do Programa das Nações Unidas para o desenvolvimento- PNUD, pelo Fundo para o Ambiente Global (GEF). No âmbito deste projeto foi recentemente elaborada a Estratégia de Comunicação para uma Gestão Sustentável dos Ecossistemas Florestais de São Tomé e Príncipe. Esta estratégia oferece uma oportunidade para levar a cabo uma campanha de comunicação que altere os comportamentos e atitudes dos dirigentes, decisores, empresários e população em geral sobre a questão da gestão sustentável das florestas.

Em efeito, considerando a vulnerabilidade socioeconómica de São Tomé e Príncipe, a floresta pode contribuir para melhorar a segurança alimentar, para melhorar as economias familiares através de atividades geradoras de rendimentos ou investimentos a medio prazo, garantir água para todos os usos, atrair turistas e contribuir para a conservação do Meio Ambiente global. Mas para que isto aconteça, é fulcral que se crie um compromisso nacional de todos os atores envolvidos na gestão das florestas, desde os decisores e dirigentes, passando pelos operadores de motosserra e empresários madeireiros e até os moradores das comunidades próximas as florestas, sem excluir outros que possam ser identificados posteriormente.

2. Objetivos gerais e específicos

2.1. Objetivo geral

Implementar a CAMPANHA GERAL da “Estratégia de Comunicação para uma Gestão Sustentável dos Ecossistemas Florestais de São Tomé e Príncipe”

2.2. Objetivos específicos

A CAMPANHA GERAL está subdividida em duas sub-campanhas: i) campanha positiva e ii) campanha de alerta. O Projeto ENERGIA irá proceder a contratação da empresa que produzirá os conteúdos e implementará a campanha geral prevista na estratégia de comunicação para a Gestão Sustentável dos Ecossistemas Florestais de São Tomé e Príncipe.

A implementação das campanhas incluirá:

1. Estudo inicial (baseline) de atitudes e práticas sobre a gestão sustentável dos ecossistemas (amostra significativa), que sirva de base comparativa para outro estudo após a implementação das campanhas.
2. Definição das mensagens principais das campanhas
3. Seleção e contratação dos transmissores
4. Escolha e contratação de canais e ferramentas para atingir o grupo-alvo definido
5. Produção dos conteúdos de informação
6. Definição da metodologia de implementação da campanha
7. Definição do sistema de seguimento e avaliação da campanha por meios/atividade, incluindo definição dos indicadores relevantes que permitam seguir o impacto ao longo do projeto e dos responsáveis por estas atividades
8. Conclusão da campanha medindo através de um estudo de mercado o impacto da mesma (se foi clara a percepção do público alvo, em relação aos conceitos disseminados).

As campanhas devem ser dirigidas aos seguintes grupos alvo:

1. Comunicação Institucional, procurando informar e sensibilizar os decisores de alto nível, as entidades da administração pública e órgãos governativos, no sentido de estimular a priorização da proteção dos ecossistemas florestais.
2. Comunicação para o público em geral, com particular incidência em grupos alvo suscetíveis de influenciar com mais eficácia, como a juventude e as crianças.

3. Metodologia e atividades a serem desenvolvidas

Comunicar para o desenvolvimento significa estabelecer um diálogo, apoiar a mudança social e comunicar de forma adaptada às necessidades e capacidades dos grupos-alvo. Neste sentido, esta consultoria se realizará em estreita colaboração com o Ministério de Agricultura, Pesca e Desenvolvimento Rural, através da Direção das Florestas e da Biodiversidade e com a unidade de gestão do projeto “Promoção da energia hidroelétrica de forma sustentável e resiliente ao clima através de uma abordagem que integra gestão de terras e florestas”.

A entidade prestadora deste serviço baseará a sua proposta nos conceitos identificados da Estratégia de Comunicação elaborada pelo projeto no link:

https://www.st.undp.org/content/dam/sao_tome_and_principe/docs/Publication/undp_st_Est.GestEco_ss.pdf

Esta entidade envolverá no processo a todos os detentores de interesse no sector da gestão florestal, desde autoridades até moradores e utilizadores das terras florestais, para poder testar os vários produtos de comunicação a serem elaborados, garantindo assim que a informação seja bem entendida. Valorar-se-á a capacidade da proposta para a mobilização e envolvimento dos grupos-alvo.

Espera-se que a empresa realize as atividades seguintes, conducentes à produção e implementação das campanhas:

1. Analisar os documentos relevantes existentes sobre a questão da deflorestação e os seus intervenientes;
2. Levar a cabo um estudo inicial (baseline) de percepção sobre a gestão sustentável dos ecossistemas (amostra significativa), que sirva de base comparativa para outro estudo após a implementação das campanhas
3. Definir adequadamente, em colaboração com os diferentes detentores de interesse incluindo a Direção das Florestas e da Biodiversidade, as principais mensagens adaptadas a cada grupo alvo (copy);
4. Elaborar e produzir os produtos de comunicação (layout, direção de arte) para serem utilizados na implementação da campanha **(conforme a grelha abaixo):**

Produto	Quantidades
Criar a identificação visual para toda a campanha	Todos aplicáveis para a imagem gráfica
Cartaz digital	96 (Facebook, Instagram x 4 semanas x 6 meses)
Capa digitais para redes sociais	8 (uma por mês) (Facebook, Instagram)
Fotos perfil para redes sociais	1 (Imagem institucional chapéu da campanha) (Facebook, Instagram)
Spot TV e Rádio	6 (3 Positiva, 3 Alerta) com 1 passagem diária em diferentes faixas horárias estilo documental e/ou animação gráfica durante 3 meses;
Outdoor	2 (6 x 3 m) (1 em São Tomé e 1 no Príncipe)
Hino/música	1 (videoclipe e áudio)
Banner /roll-up	2 (1,50 mx2m) ou (3m X 2m)
Pins (com imagem das campanhas)	200
Manual de boas Práticas ambientais STP	400
Actividades nas escolas (Jogos e concursos infantis e juvenis ou conforme	100

proposta)	
Outros – a serem propostos pela empresa concorrente (concursos, campanhas adicionais que conduzam a mudança de comportamentos)	

5. Desenvolver o plano de meios: identificar os canais para a difusão dessas mensagens;
6. Estabelecer um cronograma detalhado da implementação da campanha com a identificação de datas para divulgação dos conteúdos produzidos para cada um dos canais identificados e ações no terreno;
7. Implementar a campanha inteiramente sob a supervisão e aprovação de conteúdos do cliente (prazo de entrega antes do lançamento e prazo para análise e validação a acertar entre as partes).
8. Criar e gerir as redes sociais mencionadas.
9. Definir um sistema de seguimento e avaliação da implementação da campanha que inclua indicadores-chave que permitirão medir o seu impacto; nos meios online, medir resultados mensais apenas de origem de São Tomé e Príncipe.
10. Concluir a campanha medindo através de um estudo de mercado o impacto da mesma (se foi clara a percepção do público alvo, em relação aos conceitos disseminados).

4. Resultados esperados

Esta consultoria prevê a concretização dos resultados seguintes:

1. Estudos inicial e final de atitudes e práticas sobre a gestão sustentável dos ecossistemas.
2. Campanha positiva e campanha de alerta implementadas.
3. Conteúdos de comunicação produzidos conforme tabela anterior do ponto 3. Estes conteúdos serão entregues em formato aberto editável e permanecerão propriedade do PNUD;
4. Sistema de seguimento e avaliação do impacto da campanha definido;
5. Impacto da campanha mensalmente seguido, por actividade/meio e relatório final apresentado relativo a implementação total da campanha face a percepção do público-alvo.

5. Entregáveis

1. Proposta atualizada (A Campanha, Plano de Comunicação, Plano de Meios, Plano de Acções e Calendário) após adjudicação e discussão e a entrega da 1ª arte geral.
2. Sistema de seguimento e avaliação das campanhas, incluindo definição dos indicadores relevantes que permitam seguir o impacto ao longo do projeto, por cada meio.
3. Estudo inicial (baseline) de atitudes e práticas sobre a gestão sustentável dos ecossistemas (amostra significativa), que sirva de base comparativa para outro estudo após a implementação das campanhas.
4. Produtos de comunicação (layout, artes), tabela ponto 3.3 do TDR, entregues, validados e exibidos, durante 03 meses, nos meios pré-acordados.

5. Medição mensal do impacto por cada actividade/meio
6. Estudo final (impacto) de atitudes e práticas sobre a gestão sustentável dos ecossistemas (amostra significativa), que sirva de base comparativa após a implementação das campanhas

6. Perfil da empresa

A empresa proponente deve contar com experiência comprovada de pelo menos 5 anos na área de comunicação para o desenvolvimento, preferivelmente no domínio ambiental. Adicionalmente, a empresa deve demonstrar conhecimento do contexto rural e institucional de São Tomé e Príncipe, quer através da equipa de profissionais que integrem a equipa quer através da prova de trabalhos anteriores de comunicação para o desenvolvimento.

Para o desenvolvimento dos trabalhos pretende-se contratar uma empresa que inclua pelo menos as seguintes capacidades:

- Um especialista em comunicação com formação em áreas como marketing social, jornalismo, comunicação, gestão de conteúdos (7 pontos)
- Um especialista em questões Meio ambientais (6 pontos)
- Um desenhador gráfico/especialista em produção de conteúdos gráficos e áudio-visuais (7 pontos)

7. Período e calendário de execução

Esta prestação de serviços será realizada ao longo de um período de 1 ano, desde o momento da assinatura do contrato. A empresa candidata poderá justificar na sua proposta, caso seja necessário, um período maior para a realização da consultoria.

8. Critérios De Avaliação

Critérios	Peso
Técnicos	70 pontos
Experiência da empresa em trabalhos de comunicação para o desenvolvimento	15
Estrutura de gestão e qualificação da pessoal chave <ul style="list-style-type: none"> • Um especialista em comunicação com formação em áreas como marketing social, jornalismo, comunicação, gestão de conteúdos (7 pontos) • Um especialista em questões Meio ambientais (6 pontos) • Um desenhador gráfico/especialista em produção de conteúdos gráficos e áudio-visuais (7 pontos) 	20

Metodologia e inovação da proposta	20
Conhecimento do contexto rural e institucional de São Tomé e Príncipe	15
Financeiros	30%
Pontuação Total (Pontuação Técnica *0,7 + Pontuação Financeira * 0,3)	100%