

## QUADRO DE AVALIAÇÃO E RESPONSABILIZAÇÃO - 2025

### Departamento de Marca e Comunicação

Missão: Conceber e implementar um plano de comunicação da CML; Gerir a Marca "Lisboa"; Assegurar a comunicação institucional com os media e as relações públicas do Município; Conceber, planear, implementar, gerir e avaliar soluções de comunicação digital

#### Objetivos Estratégicos (OE)

OE 1 Apoiar a definição da estratégia de Comunicação da CML e assegurar a sua implementação, em conformidade com as linhas orientadoras definidas pelo Executivo

OE 2 Assegurar a comunicação institucional com os media

OE 3 Assegurar a concepção, o desenvolvimento e o acompanhamento das campanhas de comunicação e imagem, de suporte às iniciativas desenvolvidas pelo Município

OE 4 Gerir a presença virtual do Município

Objetivos Operacionais (OO)			OE	Meta	Superação
<b>EFICÁCIA 40%</b>					
OO 1 DCom	Peso do objetivo: 40%		OE 1, 3 e 4	3	4
Consolidar a coordenação e gestão da marca LISBOA aumentando a sua visibilidade	Indicador 01 peso 50%	N.º de campanhas desenvolvidas internamente, alinhadas com a estratégia definida pelo Executivo			
OO 2 DCom/DCD	Peso do objetivo: 35%				
Aumentar n.º de impressões em campanhas de comunicação internas	Indicador 02 peso 50%	N.º de impressões	OE 1, 3 e 4	10 000 000	12 000 000
	Indicador 03 peso 50%	CTR (% de "Cliques")			
OO 3 DCom	Peso do objetivo: 25%		OE 1, 3 e 4	0,3%	0,5%
Executar a Estratégia da Transparência e Prevenção da Corrupção	Indicador 04 peso 100%	Taxa de trabalhadores com formação em "Ética e Integridade"			
				10%	15%
<b>EFICIÊNCIA 35%</b>					
OO 4 DCom	Peso do objetivo: 10%		OE 1, 3 e 4	15/12/2025	31/12/2025
Assegurar a gestão integrada da marca LISBOA garantindo a sua amplificação, com redução dos custos de investimento	Indicador 05 peso 50%	Relatórios de clipping e relatórios de notoriedade dos eventos estratégicos organizados ou apoiados pela Autarquia			
OO 5 DCom	Peso do objetivo: 15%		OE 1, 3 e 4	60	70
Reforçar a estratégia editorial audiovisual nas estruturas de mobiliário urbano de Lisboa	Indicador 06 peso 50%	N.º de conteúdos (spots) produzidos e publicados			
	Indicador 07 peso 50%	N.º. de conteúdos (spots) editados com recurso a técnicas contemporâneas de edição (animação/ <i>motion graphics</i> )			
OO 6 DCom/DCD	Peso do objetivo: 25%		OE 1, 3 e 4	70	100
	indicador 08 peso 50%	N.º de conteúdos mensais produzidos com referências identitárias da marca LISBOA			
Aumentar o alinhamento com elementos gráficos da identidade de marca	indicador 09 peso 25%	Taxa de interação com as publicações			
	indicador 10 peso 25%	Taxa de alcance médio das publicações			
				60	80
				1,0%	1,5%
				18000	20000

<b>OO 7 DCom</b>	<b>Peso do objetivo: 25%</b>				
	<b>Indicador 11</b> peso 50%	N.º médio de dias para liquidação de faturas		≤10	≤5
<b>Colaborar na Boa Gestão dos Recursos Financeiros</b>	<b>Indicador 12</b> peso 50%	N.º de pontos referentes ao cumprimento do calendário de planeamento e execução orçamental.		75	85
<b>OO 8 DCom</b>	<b>Peso do objetivo: 25%</b>				
	<b>Indicador 13</b> peso 30%	Data de designação do(s) interlocutor (es) para integrar(em) a equipa transversal de gestão de documentos		30/04/2025	15/04/2025
<b>Assegurar a gestão de documentos, promovendo a reavaliação, seleção, eliminação ou envio para Arquivo da documentação produzida e recebida pelos serviços</b>	<b>Indicador 14</b> peso 30%	Número de ações de capacitação realizadas pelo(s) interlocutor(es) designado(s), no âmbito da função de gestão de documentos		1	2
	<b>Indicador 15</b> peso 50%	Data de identificação da documentação acumulada em instalações sob responsabilidade da unidade orgânica		31/10/2025	30/09/2025
<b>QUALIDADE 25%</b>					
<b>OO 9 DCom</b>	<b>Peso do objetivo: 25%</b>				
<b>Assegurar a manutenção do sistema de gestão de monitorização</b>	<b>Indicador 16</b> peso 100%	<b>Prazo médio para elaboração do Relatório</b>	<b>OE 1, 2, 3 e 4</b>	6	5
<b>OO 10 DCom/DCD</b>	<b>Peso do objetivo: 25%</b>				
	<b>Indicador 17</b> peso 50%	<b>Análise da estratégia digital para website e redes sociais - proposta de melhoria</b>		30/12/2025	30/11/2025
<b>Coordenar e centralizar a presença digital da CML</b>	<b>Indicador 18</b> peso 50%	<b>Gestão e coordenação de proposta de implementação de nova solução para a comunicação interna - Intranet (apresentação de relatório/ proposta)</b>	<b>OE 1 e 4</b>	30/12/2025	30/11/2025
<b>OO 11 DCom</b>	<b>Peso do Objectivo: 25%</b>				
	<b>Indicador 19</b> peso 60%	Número de documentos de gestão entregues ao eleito respectivo		4	5
<b>Colaborar na boa gestão dos Recursos Humanos</b>	<b>Indicador 20</b> peso 40%	Nº de acordos celebrados na aplicação da rede colaborativa		1	2
<b>OO 12 DCom</b>	<b>Peso do Objectivo: 25%</b>				
	<b>Indicador 21</b> peso 50%	Percentagem de procedimentos concursais com decisão de contratar, com inclusão de Código de Conduta do Fornecedor e critérios de sustentabilidade.		90%	≥ 90%
<b>Incluir critérios de sustentabilidade (ambiental e/ou, social e/ou económico) nas compras públicas, nos termos do artigo 19º do Regulamento do Orçamento (RO).</b>	<b>Indicador 22</b> peso 30%	Percentagem de contratos com plano de gestão e respetivos relatórios de execução (em conformidade, com o modelo definido no âmbito da ISO20400, atualizado com as aprendizagens da auditoria externa de outubro de 2024 e com as orientações práticas do Manual do Gestor dos contratos		50%	≥ 60%
	<b>Indicador 23</b> peso 20%	N.º de planos de gestão dos contratos com o registo das aprendizagens* obtidas durante a sua execução (decorrentes da análise crítica e visão geral do desempenho, remetidos para apreciação e contributos da Equipa de Missão para a Compra Sustentável).		2	≥ 3

Justificação para os desvios ...

#### Explicitação da fórmula utilizada

O resultado obtido em cada parâmetro (Eficácia, Eficiência e Qualidade) é apurado por uma média ponderada da classificação obtida em cada um dos indicadores que concorrem para esse parâmetro, utilizando como ponderadores o peso de cada um dos indicadores conjugado com o peso do objetivo que incorporam.