

CONCURSO PÚBLICO CP/01/ISCSP/2021
CADERNO DE ENCARGOS PARA A AQUISIÇÃO DE ESPAÇOS PUBLICITÁRIOS NOS MEIOS DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL

PARTE I
CLÁUSULAS JURÍDICAS

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES INICIAIS

Artigo 1.º

Objeto

O presente caderno de encargos tem por objeto a aquisição de espaços publicitários nos meios de comunicação social, conforme as especificações definidas no anexo I.

Artigo 2.º

Contrato

1. O contrato é composto pelo respetivo clausulado contratual e seus anexos e será reduzido a escrito, integrando igualmente os elementos elencados nas disposições aplicáveis do CCP, aprovado pelo Decreto-Lei nº 18/2008, de 29 de janeiro (CCP), alterado e republicado pelo Decreto-Lei nº 111-B/2017, de 31 de agosto.
2. Para além dos elementos referidos pelo número anterior, os contratos a celebrar integram ainda:
 - a) Os suprimimentos dos erros e das omissões do caderno de encargos identificados pelo concorrente, desde que esses erros e omissões tenham sido expressamente aceites pelo órgão competente para a decisão de contratar;
 - b) Os esclarecimentos e as retificações relativos ao caderno de encargos;
 - c) O caderno de encargos;
 - d) A proposta adjudicada;
 - e) Os esclarecimentos sobre a proposta adjudicada prestados pelo adjudicatário.
3. Em caso de divergência entre os documentos referidos no número anterior, a ordem de prevalência é a que nele se dispõe.

Artigo 3.º

Duração de Contrato

1. O contrato inicia-se à data de assinatura do contrato e termina a sua vigência a 30 de setembro de 2021, após o envio da nota de encomenda, sem prejuízo das obrigações acessórias que devam perdurar para além da cessação do mesmo.
2. As partes obrigam-se a cumprir fiel e imperativamente todos os prazos acordados.

Artigo 4.º

Gestor de Contrato

1. Para o acompanhamento permanente e para a garantia da boa execução do contrato, é designado o gestor de contrato, de acordo com o previsto no artigo 290.ºA do CCP.
2. O gestor detetará os desvios, defeitos ou outras anomalias na execução do contrato, identificando e propondo medidas corretivas que se revelem adequadas, ao órgão competente para a decisão de contratar.

Artigo 5.º

Resolução do Contrato

1. O incumprimento, por uma das partes, dos deveres resultantes do contrato confere, nos termos gerais de direito, à outra parte o direito de resolver o contrato, sem prejuízo das correspondentes indemnizações legais.
2. Caso se verifique que a entidade adjudicatária não afete ao objeto de contrato, os recursos necessários e identificados na sua proposta, bem como não dê cumprimento aos prazos definidos no caderno de encargos, a entidade adjudicante procederá à resolução imediata do contrato, sem obrigação de

pagamento de qualquer indemnização, salvo cessão da posição contratual por incumprimento da entidade adjudicatária, prevista em caderno de encargos.

CAPÍTULO II **ESTIPULAÇÕES CONTRATUAIS**

Secção I **Obrigações**

Artigo 6.º **Obrigações da Entidade Adjudicatária**

1. São obrigações da entidade adjudicatária:
 - a) Fornecer à entidade adjudicante o objeto de contrato, em conformidade com as características técnicas e requisitos do fornecimento definidos no anexo I do presente caderno de encargos não submetidas à concorrência;
 - b) Fornecer o objeto de contrato à entidade adjudicante, conforme as normas legais e ambientais vigentes aplicáveis ao exercício da atividade e demais documentos contratuais;
 - c) Entregar o serviço objeto de contrato dentro do prazo de execução;
 - d) Entregar o objeto de contrato, após a receção da nota de encomenda emitida e enviada pela entidade adjudicante;
 - e) Entregar os comprovativos necessários para verificação da execução do objeto contratual, designadamente exemplares das publicações realizadas e relatórios de performance digital ou outras consideradas relevantes considerando o formato da ação concretizada;
 - f) Faturar os serviços objeto de contrato aquando da sua realização. Caso exista entrega parcial dever-se-ão faturar apenas os serviços realizados;
 - g) Faturar o serviço objeto de contrato em conformidade com as condições de pagamento definidas;
 - h) Esclarecer a faturação em caso de discordância por parte da entidade adjudicante ou proceder à emissão de nova fatura devidamente corrigida;
 - i) Comunicar antecipadamente, logo que tenha conhecimento, à entidade adjudicante, os factos que tornem total ou parcialmente impossível o fornecimento do objeto do contrato, ou o cumprimento de qualquer outra das suas obrigações nos termos do contrato celebrado com a entidade adjudicante;
 - j) A entidade adjudicatária, fica ainda, obrigada a recorrer a todos os meios humanos e materiais necessários à perfeita e complexa execução das tarefas e obrigações a seu cargo;
 - k) Não alterar as condições do fornecimento dos bens definidos no caderno de encargos;
 - l) Comunicar qualquer facto que ocorra durante a execução do contrato e que altere, designadamente, a sua denominação social, os seus representantes legais com relevância para o fornecimento, a sua situação jurídica e a sua situação comercial;
 - m) Manter sigilo e garantir a confidencialidade, não divulgando quaisquer informações que obtenham no âmbito da formação do procedimento em causa e não utilizar as mesmas para fins alheios àquela execução, abrangendo esta obrigação todos os seus agentes, funcionários, colaboradores ou terceiros que nelas se encontrem envolvidos;
 - n) Possuir todas as autorizações, consentimentos, aprovações, registos e licenças necessários para o pontual cumprimento das obrigações assumidas no contrato.

Artigo 7.º **Preço Base**

1. O preço máximo que a entidade adjudicante se dispõe a pagar para o contrato a celebrar é de EUR 115.000,00 (cento e quinze mil euros), ao qual acrescem EUR 26.450,00 (vinte seis mil, quatrocentos e cinquenta euros) correspondente ao IVA à taxa legal em vigor de 23%, perfazendo o total de EUR 141.450,00 (cento e quarenta e um mil, quatrocentos e cinquenta euros).
2. O preço definido inclui todos os materiais de apoio necessários ao objeto do presente contrato.

Artigo 8.º

Condições de pagamento

1. Pelo fornecimento do serviço objeto do contrato, a entidade adjudicante deve pagar à entidade adjudicatária o valor constante das faturas enviadas, cumprindo com o valor contratual a adjudicar.
2. A quantia devida pela entidade adjudicante, nos termos da proposta a adjudicar, após análise que obedecerá ao critério definido, deve ser paga no prazo de 30 (trinta) dias após a receção pela entidade adjudicante da respetiva fatura, devendo esta ser emitida após a receção da nota de encomenda emitida e enviada pela entidade adjudicante;
3. Para efeitos do número anterior, a obrigação considera-se vencida após a receção dos bens, estando sujeita a confirmação da entidade adjudicante de acordo com o disposto na alínea d) do nº 1 do artigo 6º do presente caderno de encargos;
4. O preço referido no artigo anterior inclui todos os custos, encargos e despesas cuja responsabilidade não esteja expressamente atribuída à entidade adjudicante, nomeadamente quaisquer encargos decorrentes da utilização, no fornecimento, de marcas registadas, patentes ou licenças.
5. A(s) fatura(s) referida(s) no nº 1 devem discriminar os bens adquiridos, quantidades e respetivos valores.
6. Desde que a(s) fatura(s) esteja(m) devidamente emitida(s) cumprindo com o valor contratual e número de compromisso comunicado pela nota de encomenda enviada pela entidade adjudicante, as mesmas é(são) paga(s) através de transferência bancária ou cheque emitido à ordem da entidade adjudicatária.

Artigo 9.º

Local

O fornecimento dos bens, objeto do contrato, será efetuado nas instalações do Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (ISCSP), sito na Rua Almerindo Lessa – Campus Universitário do Alto da Ajuda 1300-663 Lisboa.

Secção II

Vicissitudes

Artigo 10.º

Sanções contratuais

1. Pelo incumprimento de obrigações emergentes do contrato, a entidade adjudicante pode exigir à entidade adjudicatária o pagamento de pena pecuniária, por cada incumprimento registado, e em função da respetiva gravidade, de valor a fixar entre 1‰ e 5 ‰, sem IVA.
2. No caso de incumprimento do prazo fixado para a entrega dos bens, por causa imputável à entidade adjudicatária, poderá a entidade adjudicante exigir a penalidade da forma seguinte: $P = VCT \times A/100$ em que P representa o Valor da Penalidade sem IVA, VCT corresponde ao Valor do Contrato e A representa o número de dias corridos de atraso do prazo fixado para a entrega dos bens.
3. O limite máximo para o valor total das sanções contratuais aplicadas será regulado pelo disposto no artigoº 329 do CCP.

Artigo 11.º

Atos e direitos de terceiros

1. Sempre que o adjudicatário sofra atrasos na execução objeto do contrato em virtude de qualquer facto imputável a terceiros, deve, no prazo de 10 dias a contar da data em que tome conhecimento da ocorrência, informar, por escrito, ao ISCSP, a fim deste ficar habilitado a tomar as providências necessárias para diminuir ou recuperar tais atrasos.
2. No caso de todas as prestações objeto do contrato a executar pela entidade adjudicatária serem suscetíveis de provocar prejuízos ou perturbações, a entidade adjudicatária, se disso tiver ou dever ter conhecimento, comunica, antes do início da execução em causa, ou no decorrer desta, esse facto ao ISCSP para que este possa tomar as providências que julgue necessárias.

Artigo 12.º

Alterações ao contrato

1. Qualquer alteração ou adenda ao contrato deverá constar de documento escrito assinado por ambas as partes, e produzirá efeitos a partir da data da respetiva assinatura.
2. A parte interessada na alteração deve comunicar, por escrito, à outra parte essa intenção, com uma antecedência mínima de 20 (vinte) dias em relação à data em que pretende ver introduzida a alteração.
3. A alteração do contrato não pode conduzir à modificação de aspetos essenciais do mesmo, nem constituir uma forma de impedir, restringir ou falsear a concorrência.
4. O contrato pode ser alterado por:
 - a) Acordo entre as partes, que não pode revestir forma menos solene que o contrato;
 - b) Decisão judicial ou arbitral;
 - c) Razões de interesse público.

Artigo 13.º

Cessão da posição contratual por incumprimento da entidade adjudicatária

No caso da entidade adjudicatária incumprir o contrato de forma a dar origem à resolução sancionatória do mesmo, a entidade adjudicante pode, em substituição da resolução definitiva do contrato, proceder à cessão da posição contratual nos termos do artigo 318-Aº do CCP.

CAPÍTULO III DISPOSIÇÕES FINAIS

Artigo 14.º

Comunicações e notificações

1. Sem prejuízo de poderem ser acordadas outras regras quanto às notificações e comunicações entre as partes do contrato, estas devem ser redigidas, para o domicílio ou sede contratual de cada uma, identificados no contrato.
2. Qualquer alteração das informações constantes do contrato deve ser comunicada à outra parte por escrito.

Artigo 15.º

Contagem dos prazos

Os prazos previstos no contrato são contínuos, correndo em sábados, domingos e feriados.

Artigo 16.º

Foro competente

Para resolução de todos os litígios decorrentes do contrato fica estipulada a competência do Tribunal Administrativo de Círculo de Lisboa, com expressa renúncia a qualquer outro.

Artigo 17.º

Legislação

Em tudo o que não estiver previsto no presente contrato ou nos documentos a ele anexos e que dele fazem parte integrante, será regulado pelo Código dos Contratos Públicos, aprovado pelo Decreto-Lei nº 18/2008, de 29 de janeiro (CCP), alterado e republicado pelo Decreto-Lei nº 111-B/2017, de 31 de agosto.

PARTE II
ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

Artigo 18.º

Características técnicas, mapa de quantidades e especificidades da execução do contrato

As características técnicas, mapa de quantidades e especificidades a ter em conta na execução do objeto de contrato encontram-se descritas no Anexo I do presente caderno de encargos.

Artigo 19.º

Defeitos ou discrepâncias

No caso de não ser comprovada a total operacionalidade do serviço objeto do contrato, bem como a sua conformidade com as exigências legais, ou no caso de existirem defeitos ou diferenças com as características e requisitos técnicos definidos no Caderno de Encargos, o fornecedor deve proceder, à sua custa e no prazo razoável que for determinado pela entidade adjudicante, às substituições necessárias para garantir a operacionalidade dos bens e o cumprimento das exigências legais e dos requisitos técnicos exigidos.

ANEXO I
Especificações técnicas e quantidades

O ISCSP pretende adquirir espaços publicitários nos meios de comunicação social para a campanha de divulgação dos seus produtos para o ano letivo 2021/2022 e promoção da imagem desta escola.

Pretende-se que a empresa de meios publicitários cumpra o plano de utilização de meios publicitários adaptado à campanha de marketing do ISCSP relativa aos seus produtos de ensino e à promoção da sua imagem que consta do Plano, constante neste anexo.

Os serviços a prestar incluem, portanto:

A apresentação de um plano de meios adequados à estratégia de comunicação definida pelo ISCSP em consonância com o Plano, e de acordo com:

- O objetivo da campanha é promover e divulgar o ISCSP e os seus produtos junto dos seus públicos-alvo, ou seja, contempla uma campanha institucional e campanhas específicas de produto;
- Abrange os alunos de 1.º, 2.º e 3.º ciclos de formação graduada;
- A formação far-se-á nas seguintes áreas: Ciências Sociais e Políticas e áreas formativa convergentes distribuídas pelos ciclos de estudos (licenciaturas, mestrados, doutoramentos) e ainda a formação especializada (Pós-Graduações).

O plano a apresentar terá ainda de obedecer, obrigatoriamente, às seguintes especificações e requisitos mínimos:

- Pretende-se a realização de pelo menos 39 (trinta e nove) inserções offset em órgãos de comunicação social (imprensa escrita) entre os meses de junho de 2021 e setembro de 2021, implicando a exclusão do concorrente.
- Pretende-se a realização de pelo menos 240 spots de rádio, entre os mesmos meses referidos anteriormente, implicando a exclusão do concorrente.
- Pretende-se a realização do valor mínimo de ações digitais (constante no plano de Publicidade Digital do anexo I), entre os mesmos meses referidos anteriormente, implicando a exclusão do concorrente.
- O planeamento para a campanha de 2021/2022 encontra-se no Plano que deverá ser cumprido considerando os requisitos mínimos estabelecidos.

A não apresentação de todas as ações publicitárias e promocionais que constam do Plano, implica a exclusão do concorrente.

A apresentação de ações publicitárias e promocionais que não cumpram integralmente as exigências do Plano implicam a exclusão do concorrente.

Por exigências entende-se: características gerais identificadas; frequência da publicação; formatos; localização (nos casos aplicáveis); natureza do meio; tiragem e circulação paga (nos casos aplicáveis); números de ações mínima previstas em cada item; características cromáticas.

Plano Publicitário

Publicidade Impressa em Órgãos de Comunicação Social

Suporte		Formato	Localização	Cor	Ins.	Media Ponderada Circulação Total Impressa (APCT 2020)	Tiragem Media Ponderada (APCT 2020)
Jornais Nacionais Diários	Jornais nacionais diários, de informação geral, de grande tiragem, com edições especiais dedicados aos ensino superior ou à formação executiva	Capa falsa, Capa ou contra-capas	-	Cor	2	17000	29000
	Jornais nacionais diários, semanais ou quinzenais de Economia, Negócios e Gestão, com vários especiais dedicados ao Ensino Superior ou à formação executiva	Capa falsa, Capa ou contra-capas	-	Cor	2	1200	3200
	Jornais nacionais diários, de informação geral, de grande tiragem, com edições especiais dedicados aos ensino superior ou à formação executiva	Página	ímpar ac	Cor	2	17000	29000
	Jornais nacionais diários, semanais ou quinzenais de Economia, Negócios e Gestão, com vários especiais dedicados ao Ensino Superior ou à formação executiva	Página	ímpar ac	Cor	7	1200	3200
Guias temáticos	Guias sobre as temáticas do ensino superior e/ou saídas profissionais de Jornal nacional semanal, de grande tiragem	Capa falsa	-	Cor	1	60000	85000
	Guias sobre as temáticas do ensino superior e/ou saídas profissionais de revistas dedicadas ao Ensino Superior	Banda, capa falsa, contra capa ou verso de contra capa	-	Cor	1	1200	3200
Revistas	Revistas, generalistas, de grande tiragem (com especiais de ensino superior, formação executiva ou áreas relevantes para o objeto dos produtos a publicitar)	Página	ímpar ac	Cor	5	40000	41000
Publicações especializadas	Publicações especializadas em Negócios, Gestão e Saúde (com especiais de formação executiva e/ou componente editorial – conteúdos, artigos de opinião, outros)	Página	ímpar ac	Cor	7	500	800
	Publicações especializadas em Marketing e Comunicação (com especiais de formação executiva e/ou componente editorial – conteúdos, artigos de opinião, outros)	Página	ímpar ac	Cor	7	500	800
	Publicações especializada em Gestão de Recursos Humanos (com especiais de formação executiva e/ou componente editorial – conteúdos, artigos de opinião, outros)	Página	ímpar ac	Cor	5	500	800
					Totais	39	

Publicidade Rádio

Suporte		Formato	Localização	Cor	Ins.	Share de audiência % (Bareme Rádio, 4.ª vaga, 2020)	Reach semanal % (Bareme Rádio, 4.ª vaga, 2020)
Rádio segmento ABC/entretenimento	Rádio nacional, líder de mercado, com afinidade aos segmentos etários 30-45 anos/classes ABC/entretenimento.	Spots 20'	Entre as 8h e as 10h e as 17 e as 20h	-	40	> 25%	> 36%
Rádio segmento informativo	Rádios nacionais, do segmento de informação/notícias, de grande audiência.	Spots 20' e/ou patrocínio de programas	Entre as 8h e as 10h e as 17 e as 20h	-	200	> 3%	> 6%
Totais					240		

Publicidade Digital

Suporte		Formato	Localização	Cor	Inserções
Tráfego direto	Campanha de tráfego para o <i>website</i> Institucional do ISCSP (CPC) através de motores de pesquisa <i>online</i> , Websites de órgãos de Comunicação Social e outros considerados relevantes para a natureza dos produtos a publicitar.	Multiformato	-	-	3500 cliques
Gestão de leads	Campanha de <i>leads</i> para cursos de Pós-Graduação, com a validação dos dados angariados (nome, área geográfica – Grande Lisboa, habilitação literária igual ou superior a licenciatura, telefone e email).	Multiformato	-	-	600 leads
Promoção de publicações	Promoção de publicações em perfis oficiais do ISCSP redes sociais <i>online</i> .	Multiformato	Facebook; Instagram; LinkedIn	-	20 publicações
Reprodução em edições digitais	Campanha por impressão em edições digitais de meios de comunicação social generalistas, com possibilidade de criação de <i>native content</i> .	Multiformato	-	-	500 000 impressões
Envio de newsletter	Envio de <i>newsletter (e-mail marketing)</i> através de bases de dados de meios de comunicação especializados Negócios, Gestão e Saúde; Marketing e Comunicação; Gestão de Recursos Humanos; Economia, Negócios e Gestão, outros.	Newsletter	-	-	12 envios