

CONCURSO PÚBLICO INTERNACIONAL CPI/01/ISCSP/2022
CADERNO DE ENCARGOS PARA A AQUISIÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PARTE I
CLÁUSULAS JURÍDICAS

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES INICIAIS

Artigo 1.º

Objeto

O presente caderno de encargos tem por objeto a aquisição de serviços de publicidade, 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 vigorará até 31 de dezembro de 2022, ou até serem executados todos os montantes contratualizados, 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, após a receção da nota de encomenda emitida e enviada pela entidade adjudicante;
 - d) 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;
 - e) Faturar os serviços objeto de contrato aquando da sua realização. Caso exista entrega parcial dever-se-ão faturar apenas os serviços realizados;
 - f) Faturar o serviço objeto de contrato em conformidade com as condições de pagamento definidas;
 - g) Esclarecer a faturação em caso de discordância por parte da entidade adjudicante ou proceder à emissão de nova fatura devidamente corrigida;
 - h) 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;
 - i) 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;
 - j) Não alterar as condições da execução dos serviços definidos no caderno de encargos;
 - k) 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;
 - l) 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;
 - m) 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 EUR 220.000,00 (duzentos e vinte mil euros), ao qual acrescem EUR 50.600,00 (cinquenta mil e seiscentos euros) correspondente ao IVA à taxa legal em vigor de 23%, perfazendo o total de EUR 270.600,00 (duzentos e setenta mil e seiscentos euros), considerando o seguinte:
 - a. Lote 1 – Publicidade em Órgãos de Comunicação Social: EUR 100.000,00 (cem mil euros) a acrescer IVA à taxa legal em vigor de 23%;
 - b. Lote 2 – Publicidade Digital: EUR 120.000,00 (cento e vinte mil euros) a acrescer IVA à taxa legal em vigor de 23%;
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 serviços, 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 serviços 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.

Secção II

Vicissitudes

Artigo 9.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 serviços, 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 execução dos serviços, considerando o mapa de execução de serviços entregue pela entidade adjudicatária.
3. O limite máximo para o valor total das sanções contratuais aplicadas será regulado pelo disposto no artigoº 329 do CCP.

Artigo 10.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 11.º

Alterações ao contrato

1. Qualquer alteração ou adenda ao contrato deverá constar de documento escrito assinado pelas 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 12.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 13.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 14.º

Contagem dos prazos

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

Artigo 15.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 16.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 17.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 18.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 o cumprimento dos serviços calendarizados e das exigências legais e dos requisitos técnicos exigidos.

ANEXO I
Especificações técnicas e quantidades

Serviços de publicidade de divulgação dos seus produtos académicos e da sua imagem institucional para o ano letivo 2022/2023, de acordo com as especificações definidas no plano publicitário abaixo designado.

Pretende-se que a entidade adjudicatária cumpra o plano de utilização de meios publicitários adaptado à campanha de marketing e comunicação do ISCSP relativa aos seus produtos de ensino e à promoção da sua imagem institucional.

A apresentação de um plano de meios adequados à estratégia de comunicação definida pelo ISCSP deve contemplar os seguintes requisitos gerais:

- O objetivo da campanha é divulgar e promover o ISCSP e a sua oferta educativa e/ou serviços junto dos seus públicos-alvo, ou seja, contempla campanhas de índole institucional/*branding* e campanhas específicas de produtos/serviços.;
- Abrange candidatos à frequência de todos os ciclos de formação graduada, provenientes de Portugal, com ações particulares no Brasil;
- A divulgação da formação far-se-á nas áreas das Ciências Sociais e Políticas e em áreas formativas convergentes distribuídas pelos ciclos de estudos conferentes de grau (licenciaturas, mestrados e doutoramentos) e ainda a formação avançada e especializada (Pós-Graduações e Cursos de Especialização);
- Os investimentos devem obedecer às necessidades do ISCSP, geridos em função dos ciclos de promoção do ISCSP e com a aprovação prévia do ISCSP;
- As propostas apresentadas pelos concorrentes devem incluir os custos associados à gestão e acompanhamento do plano proposto.

A não apresentação de todas as ações publicitárias e promocionais que constam do Plano implica a exclusão do concorrente, exceto nos casos em que se comprove que o não cumprimento das mesmas decorre de factos não imputáveis à ação do concorrente.

A apresentação de ações publicitárias e promocionais que não cumpram integralmente as exigências do Plano implicam a exclusão do concorrente, exceto nos casos em que se comprove que o não cumprimento das mesmas decorre de factos não imputáveis à ação 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

Lote 1. Publicidade em Órgãos de Comunicação Social

O plano a apresentar terá de obedecer aos seguintes requisitos específicos mínimos:

1. Realização de pelo menos 48 (quarenta e oito) inserções *offset* em órgãos de comunicação social (imprensa escrita), sendo os materiais gráficos desenvolvidos pelo ISCSP e entregues em arte final à entidade adjudicatária, nos prazos de antecedência aprovados pelo ISCSP no plano de meios proposto pela entidade adjudicatária;
2. Realização de pelo menos 240 spots de rádio, devendo a entidade adjudicatária contemplar a taxa de radiodifusão e a gravação mínima de um anúncio por cada estação de rádio proposta, de acordo com a duração do anúncio, com *copy* a fornecer pelo ISCSP-ULisboa.;

Publicidade Impressa

Suporte		Formato	Localização	Sazonalidade	Cor	Inserções	Media Ponderada Circulação Total Impressa Paga (APCT 3.º Trimestre de 2021)
Jornais Nacionais	Jornal nacional semanal, de grande tiragem, de informação geral	Capa falsa; involucro ou suporte de distribuição	-	80% entre 01 de abril de 2022 e 30 de setembro de 2022	Cor	4	50.000
	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	5	12.000
	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	1.200
	Jornais nacionais diários, de informação geral, de grande tiragem, com edições especiais dedicados aos ensino superior ou à formação executiva	Página	ímpar ac		Cor	4	12.000
	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	1.200
Guias temáticos	Guias sobre as temáticas do ensino superior e/ou saídas profissionais de Jornal nacional semanal, de grande tiragem	Capa falsa, banda, anúncio central de dupla página, contracapa.	-		Cor	1	50.000
	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	1.200
Revistas	Revistas de informação geral e nacional, 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	24.000

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
	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
	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
					Totais	48	

Publicidade em Rádio

Suporte		Formato	Localização	Sazonalidade	Ins.	Share de audiência % (Bareme Rádio, 4.ª vaga, 2021)	Reach semanal % (Bareme Rádio, 4.ª vaga, 2021)
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	80% entre 01 de abril de 2022 e 30 de setembro de 2022	40	> 23%	> 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		

Lote 2. Publicidade Digital

O plano a apresentar terá de obedecer aos seguintes requisitos específicos mínimos:

1. Realização do valor mínimo de ações digitais indicado nos pontos 3, 4 e 5;
2. Nos canais digitais terão de ser considerados os formatos de comunicação que obtenham maior impacto junto do(s) público(s)-alvo do ISCSP, capazes da melhor comunicação para os dois objetivos principais do plano: a promoção dos produtos académicos, através do desenvolvimento da sua divulgação, e a promoção institucional, visando uma maior interatividade e captação de público para o *website* oficial do ISCSP e respetivas redes sociais (Linkedin, Instagram e Facebook);
3. No que respeita à campanha institucional, deverão ser tidos em conta os seguintes requisitos mínimos específicos:

Suporte		Formato	Sazonalidade	Ações
Reprodução em edições digitais	Campanha por impressão em edições digitais, com possibilidade de criação de <i>native content</i> .	Multiformato	80% entre 01 de abril de 2022 e 30 de setembro de 2022	7.500.000 impressões
Envio de newsletter	Envio de <i>newsletter</i> (<i>e-mail marketing</i>) através de bases de dados de meios de comunicação especializados: 1. Negócios, Gestão e Saúde; 2. Marketing e Comunicação; 3. Gestão de Recursos Humanos; 4. Economia, Negócios e Gestão, outros.	Newsletter		16 Envios, sendo 4 envios por cada uma das 4 bases de dados de meios de comunicação especializados referidas

4. No que respeita à campanha de produtos, deverá ser considerada a gestão de *leads*, nos seguintes termos:

Suporte		Formato	Sazonalidade	Ações
Gestão de leads	Campanha de <i>leads</i> para a oferta académica, com a validação dos dados angariados (nome, área geográfica – Grande Lisboa, habilitação literária igual ou superior a licenciatura, telefone e <i>email</i>).	Multiformato	80% entre 01 de abril de 2022 e 30 de setembro de 2022	700 <i>leads</i>

5. Terão de ser contempladas, sob pena de exclusão do concorrente, ações do tipo SEM - *Search Engine Marketing* e SMM - *Social Media Marketing* nos seguintes termos:
 - a. Ações de tipo SEM – *Search Engine Marketing*
 - i. Deverão estar associadas à conta ISCSP, cujo acesso será cedido para sua gestão e deve ser assegurado que pelo menos 75% do investimento seja canalizado para o maior motor de pesquisa usado em Portugal e no Brasil, mediante a

segmentação apresentada;

- ii. Deve ser assegurado em parte do período do contrato, entre 01 de abril de 2022 e 30 de setembro de 2022 que, um mínimo de 8 produtos formativos surjam na primeira página de resultados do maior motor de pesquisa, considerando as palavras-chave apresentadas pela entidade adjudicatária e aprovadas pelo ISCSP;
- iii. A entidade adjudicatária fica obrigada a assegurar 34.500 cliques, de acordo com os seguintes critérios:

Canal	Critério de seleção do suporte	Campanha	Formato	Localização	Dispositivos	Sazonalidade	Segmentação	N.º mínimo de cliques
Search Engine Marketing	Motor de Pesquisa mais utilizado em Portugal e no Brasil	Mestrados	Anúncio texto	1ª Página de Resultados	Desktop + Mobile	80% entre 01 de abril de 2022 e 30 de setembro de 2022	Grande Lisboa, habilitação literária igual ou superior a licenciatura	8.000
		Doutoramentos					Grande Lisboa, habilitação literária igual ou superior a licenciatura	1.500
		Pós - Graduações					Grande Lisboa, habilitação literária igual ou superior a licenciatura	10.000
		Oferta Educativa: Mestrados e Doutoramentos – Brasil					Estado de Rio de Janeiro, São Paulo, Santa Catarina, Ceará, e/ou Brasília; Grau académico mínimo de licenciatura; Classes A/B; Servidores públicos, advogados, jornalistas e graduados nas áreas das Ciências Sociais	15.000

- b. Em “SMM - Social Media Marketing”, as ações deverão contemplar as maiores redes sociais B2C e B2B usadas em Portugal, ficando a entidade adjudicatária obrigada a assegurar a promoção mínima de 80 publicações, com um valor mínimo unitário de EUR 50,00 (cinquenta euros), e a garantir 39.500 cliques, de acordo com os seguintes critérios:

Canal	Critério de seleção do suporte	Campanha	Formato	Localização	Dispositivos	Segmentação	Sazonalidade	N.º mínimo de ações
Social Media Marketing	Promoção de publicações em perfis oficiais do ISCSP nas redes sociais online	Oferta Académica - Brasil	Multiformato	Newsfeed, stories	Desktop + Mobile	Estado de Rio de Janeiro, São Paulo, Santa Catarina, Ceará, e/ou Brasília; Grau académico mínimo de licenciatura; Classes A/B; Servidores públicos, advogados, jornalistas e graduados nas áreas das Ciências Sociais	80% entre 01 de abril de 2022 e 30 de setembro de 2022	20 publicações
		Oferta Académica - Portugal	Multiformato	Newsfeed, stories	Desktop + Mobile	Grande Lisboa, habilitação literária igual ou superior a licenciatura		60 publicações
	As 5 maiores redes sociais digitais em Portugal, considerando a afinidade ao público-alvo	Oferta Académica - Portugal	Multiformato	Newsfeed, stories	Desktop + Mobile	Grande Lisboa, habilitação literária igual ou superior a licenciatura		35.000 cliques
	Maior Rede Social Business to Business utilizada em Portugal	Oferta Académica - Portugal	Multiformato	Newsfeed	Desktop + Mobile	Grande Lisboa, habilitação literária igual ou superior a licenciatura		4.500 cliques