

**SANTA CASA DA MISERICÓRDIA
DE LISBOA**

PROGRAMA DO PROCEDIMENTO

DESIGNAÇÃO: **PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGÊNCIA
CRIATIVA DIGITAL PARA AS MARCAS DA
SANTA CASA DA MISERICÓRDIA DE
LISBOA**

PROCESSO N.º **22DC11CLPQ015**

TIPO DE PROCEDIMENTO:

CONCURSO LIMITADO POR PRÉVIA QUALIFICAÇÃO

ÍNDICE

I.	DISPOSIÇÕES GERAIS	4
1.	OBJETO DO PROCEDIMENTO	4
2.	IDENTIFICAÇÃO DA ENTIDADE ADJUDICANTE E DECISÃO DE CONTRATAR	4
3.	CONSULTA DO PROCESSO	4
4.	TRAMITAÇÃO DO PROCEDIMENTO	4
5.	CONDIÇÕES DE ADMISSIBILIDADE PARA AGRUPAMENTOS.....	5
6.	JÚRI DO PROCEDIMENTO	5
7.	ESCLARECIMENTOS, RETIFICAÇÃO E ALTERAÇÃO DAS PEÇAS DO PROCEDIMENTO	6
II.	PRIMEIRA FASE: APRESENTAÇÃO DE CANDIDATURAS E QUALIFICAÇÃO DOS CANDIDATOS	8
8.	PRAZO E MODO DE APRESENTAÇÃO DAS CANDIDATURAS.....	8
9.	QUALIFICAÇÃO DE CANDIDATOS.....	8
10.	REQUISITOS MÍNIMOS DE CAPACIDADE TÉCNICA E FINANCEIRA	8
11.	ELEMENTOS QUE DEVEM CONSTITUIR A CANDIDATURA	9
12.	LISTA E CONSULTA DE CANDIDATURAS APRESENTADAS	11
13.	ESCLARECIMENTOS E SUPRIMENTO DAS CANDIDATURAS	11
14.	RELATÓRIOS DA FASE DE QUALIFICAÇÃO	12
15.	DECISÃO DE QUALIFICAÇÃO	12
III.	SEGUNDA FASE: APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DAS PROPOSTAS E ADJUDICAÇÃO	13
16.	CONVITE À APRESENTAÇÃO DE PROPOSTAS.....	13
17.	MODO E PRAZO DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS	13
18.	ELEMENTOS QUE CONSTITUEM AS PROPOSTAS.....	13
19.	PROPOSTAS VARIANTES.....	15
20.	PREÇO.....	15
21.	PRAZO DA OBRIGAÇÃO DE MANUTENÇÃO DAS PROPOSTAS	16
22.	CRITÉRIO DE ADJUDICAÇÃO E CRITÉRIOS DE DESEMPATE.....	16
23.	LISTA DE CONCORRENTES	26
24.	ESCLARECIMENTOS E SUPRIMENTOS DAS PROPOSTAS	27
25.	RELATÓRIO PRELIMINAR.....	27
26.	AUDIÊNCIA PRÉVIA	27
27.	RELATÓRIO FINAL	28
28.	ADJUDICAÇÃO.....	28
29.	DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO A APRESENTAR PELO ADJUDICATÁRIO	28
30.	CAUÇÃO	30
31.	CONTRATO	30
32.	ENCARGOS.....	31
33.	LEGISLAÇÃO APLICÁVEL	31
	ANEXO I - FORMULÁRIO DO DOCUMENTO EUROPEU ÚNICO DE CONTRATAÇÃO PÚBLICA.....	32
	ANEXO II - MODELO DE DECLARAÇÃO DE CLIENTES FINAIS.....	33
	ANEXO III - DECLARAÇÃO RELATIVA AO VOLUME DE NEGÓCIOS	34
	ANEXO IV - DECLARAÇÃO BANCÁRIA	35
	ANEXO V - DECLARAÇÃO COMPLEMENTAR	36
	ANEXO VI - PLANOS DE AÇÃO PARA EXERCÍCIOS CRIATIVOS	38
	ANEXO VII - FORMULÁRIO DE PREÇOS DISCRIMINADOS.....	45
	ANEXO VIII - FORMULÁRIO DE PREÇOS DA TABELA DE REFERÊNCIA PARA PRODUÇÃO	46

ANEXO IX - MODELO DE DECLARAÇÃO DE HABILITAÇÃO.....	47
ANEXO X - MODELO DE GUIA DE DEPÓSITO.....	48
ANEXO XI - MODELO DE GARANTIA BANCÁRIA À PRIMEIRA SOLICITAÇÃO.....	49
ANEXO XII - MODELO DE SEGURO-CAUÇÃO À PRIMEIRA SOLICITAÇÃO	51

I. DISPOSIÇÕES GERAIS

1. OBJETO DO PROCEDIMENTO

- 1.1.** Constitui objeto do presente procedimento a **PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGÊNCIA CRIATIVA DIGITAL PARA AS MARCAS DA SANTA CASA DA MISERICÓRDIA DE LISBOA**, de acordo com o estabelecido no caderno de encargos e respetivas cláusulas técnicas/especiais.
- 1.2.** O objeto do presente procedimento não se encontra organizado em lotes, na medida em que as prestações a abranger são técnica ou funcionalmente incindíveis.

2. IDENTIFICAÇÃO DA ENTIDADE ADJUDICANTE E DECISÃO DE CONTRATAR

- 2.1.** A Entidade Adjudicante é a Santa Casa da Misericórdia de Lisboa, pessoa coletiva de direito privado e utilidade pública administrativa, contribuinte fiscal n.º 500 745 471, sita no Largo Trindade Coelho, 1200-470 Lisboa, adiante designada por Entidade Adjudicante ou SCML.
- 2.2.** A decisão de contratar foi tomada por deliberação n.º 230/2022 da sessão ordinária da Mesa de 10 de fevereiro, nos termos da alínea g) do n.º 1 do artigo 9.º dos Estatutos da SCML, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 235/2008, de 3 de dezembro.

3. CONSULTA DO PROCESSO

O presente procedimento decorrerá e pode ser consultado na plataforma eletrónica <https://www.acingov.pt/acingovprod/2/index.php>, utilizada pela SCML.

4. TRAMITAÇÃO DO PROCEDIMENTO

- 4.1.** Seguindo a forma de concurso limitado por prévia qualificação, o presente procedimento decorrerá em duas fases:
 - 4.1.1. Primeira fase, de apresentação de candidaturas e qualificação de candidatos**, que é pública e tem publicitação internacional, na qual os Interessados apresentarão as suas candidaturas nos termos e condições estabelecidas no presente programa do procedimento e que culmina com a qualificação dos Candidatos que preencham os requisitos mínimos de capacidade técnica e financeira;
 - 4.1.2. Segunda fase, de apresentação e análise das propostas e adjudicação**, limitada aos Candidatos qualificados na primeira fase, que serão convidados a apresentar proposta para a prestação dos serviços contemplados no caderno de encargos.
- 4.2.** O procedimento de concurso limitado por prévia qualificação inclui as seguintes peças:
 - 4.2.1.** O presente programa do procedimento;
 - 4.2.2.** Convite à apresentação de propostas;

4.2.3. Caderno de encargos.

5. CONDIÇÕES DE ADMISSIBILIDADE PARA AGRUPAMENTOS

- 5.1.** Ao procedimento poderão apresentar-se agrupamentos de pessoas coletivas ou singulares, nos termos do disposto no artigo 54.º do CCP, sem que entre elas exista qualquer modalidade jurídica de associação.
- 5.2.** A constituição jurídica dos agrupamentos não é exigida na apresentação da proposta, mas todos os membros do agrupamento serão solidariamente responsáveis perante a SCML, pela manutenção das suas propostas, com as legais consequências.
- 5.3.** Qualquer alteração na composição do agrupamento terá de ser autorizada previamente pela SCML, sob pena de exclusão, em qualquer fase do procedimento.
- 5.4.** Os membros de um agrupamento candidato / concorrente não podem ser simultaneamente Candidatos / Concorrentes no presente procedimento, nem integrar outro agrupamento candidato / concorrente.
- 5.5.** No caso de a adjudicação ser feita a um agrupamento, todos os seus membros, e apenas estes, associar-se-ão, obrigatoriamente, antes da celebração do contrato, na modalidade de agrupamento complementar de empresas ou consórcio externo de responsabilidade solidária, devendo, até à data da assinatura do contrato, apresentar os seguintes documentos:
 - 5.5.1.** Cópia do contrato de consórcio ou de agrupamento complementar de empresas;
 - 5.5.2.** Documento com a indicação da percentagem de participação de cada um dos elementos do agrupamento e a indicação do seu líder;
 - 5.5.3.** Procuração outorgada por todos os membros do agrupamento ao seu líder, com poderes para este proceder à faturação de todos os serviços prestados, receber quaisquer quantias ao abrigo do contrato dando a respetiva quitação, bem como poderes para receber todas as notificações e comunicações da SCML ou seu representante respeitantes ao contrato celebrado.

6. JÚRI DO PROCEDIMENTO

- 6.1.** O procedimento é conduzido por um Júri, designado para o efeito, de acordo com o disposto no artigo 67.º do CCP.
- 6.2.** O Júri inicia o exercício das suas funções no dia útil subsequente ao do envio do anúncio para publicação e o seu funcionamento rege-se pelas disposições legais aplicáveis, nomeadamente os artigos 67.º e seguintes do CCP.
- 6.3.** Ao abrigo do n.º 2 do artigo 69.º do CCP, foram delegadas no Júri as seguintes competências:

- a) Prestação de esclarecimentos solicitados pelos Interessados necessários à boa compreensão e interpretação das peças procedimentais, nos termos deste programa do procedimento e do artigo 50.º do CCP;
- b) Decisão de prorrogação do prazo de apresentação de candidaturas e/ou de propostas, nos termos dos artigos 64.º n.ºs 3 e 4 e 175.º do CCP;
- c) Decisão sobre requerimentos dos Interessados para a classificação ou desclassificação de documentos que constituem as suas propostas ou candidaturas, nos termos e para os efeitos do disposto no artigos 66.º e 176.º-A do CCP;
- d) Envio de convites aos Candidatos qualificados;
- e) Designação de peritos ou consultores internos para apoiar o Júri no exercício das suas funções, quer através da emissão de pareceres em áreas especializadas, nos termos do n.º 6 do artigo 68.º do CCP, quer mediante a participação, sem direito de voto, nas reuniões do Júri;
- f) Propor fundamentadamente a exclusão de uma proposta que apresente um preço ou custo anormalmente baixo, mesmo na ausência de definição no programa do concurso.

7. ESCLARECIMENTOS, RETIFICAÇÃO E ALTERAÇÃO DAS PEÇAS DO PROCEDIMENTO

- 7.1. Nos termos do artigo 166º ex vi do artigo 50.º do Código dos Contratos Públicos, adiante designado CCP, os pedidos de esclarecimento de quaisquer dúvidas surgidas na compreensão e interpretação das peças disponibilizadas devem ser solicitados e prestados nas fases indicadas em **4.1**.
- 7.2. Os Interessados poderão solicitar o esclarecimento de quaisquer dúvidas surgidas na compreensão e interpretação das peças do procedimento, por escrito, na plataforma eletrónica em uso pela SCML, até ao termo do primeiro terço do prazo fixado para a apresentação das candidaturas ou das propostas, consoante as peças a que digam respeito.
- 7.3. No mesmo prazo, os Interessados devem apresentar uma lista na qual identifiquem, expressa e inequivocamente, os erros e as omissões das peças do procedimento e que digam respeito a:
 - 7.3.1. Aspetos ou dados que se revelem desconformes com a realidade;
 - 7.3.2. Espécie ou quantidade de prestações estritamente necessárias à integral execução do objeto do contrato a celebrar;
 - 7.3.3. Condições técnicas de execução do objeto do contrato a celebrar que o Interessado não considere exequíveis.
- 7.4. Até ao termo do segundo terço do prazo fixado para a apresentação das candidaturas ou das propostas, consoante a etapa do procedimento:

- 7.4.1.** O Júri do procedimento deve prestar os esclarecimentos solicitados, ou pode prestá-los oficiosamente, por escrito, através da plataforma eletrónica;
- 7.4.2.** O Órgão competente para a decisão de contratar deve pronunciar-se sobre os erros ou omissões identificados considerando-se rejeitados todos os que, até ao final daquele prazo, não sejam por ele expressamente aceites, ou pode oficiosamente proceder à retificação de erros e omissões das peças do procedimento.
- 7.5.** Ao órgão competente para a decisão de contratar compete a identificação e decisão sobre os termos de suprimento de cada um dos erros ou das omissões aceites, que, uma vez tomada, será publicitada na plataforma eletrónica utilizada pela SCML, e junta às peças de procedimento.
- 7.6.** Os esclarecimentos, listas de erros e omissões e as retificações devem ser juntos às peças do procedimento e disponibilizados na plataforma eletrónica utilizada pela SCML.
- 7.7.** Os esclarecimentos, listas de erros e omissões e as retificações às peças do procedimento expressamente aceites fazem parte das peças do procedimento e prevalecem sobre estas em caso de divergência.

II. PRIMEIRA FASE: APRESENTAÇÃO DE CANDIDATURAS E QUALIFICAÇÃO DOS CANDIDATOS

8. PRAZO E MODO DE APRESENTAÇÃO DAS CANDIDATURAS

- 8.1.** Os documentos que constituem a candidatura devem ser apresentados até às **23h59m59s** do **30.º (trigésimo) dia** a contar da data de envio do anúncio ao Serviço de Publicações Oficiais da União Europeia, através de meio de transmissão escrita e eletrónica de dados, diretamente na plataforma eletrónica utilizada pela SCML, que emitirá ao Candidato um recibo eletrónico comprovativo dessa receção com referência às respetivas data e hora.
- 8.2.** A candidatura será assinada pelo Candidato ou seu representante. Sempre que seja assinada por Procurador, juntar-se-á procuração com assinatura reconhecida na qualidade, que confira a este último poderes para o efeito, ou pública-forma da mesma, devidamente legalizada.
- 8.3.** Os documentos que constituem a candidatura devem ser assinados com recurso a assinatura eletrónica qualificada, sob pena de exclusão. Se o Candidato optar por submeter na plataforma eletrónica os referidos documentos utilizando um arquivo de compressão de dados (v.g. arquivo ZIP), deve, ainda assim e sob pena de exclusão, assinar com recurso a assinatura eletrónica qualificada cada um dos documentos que o constituem.

9. QUALIFICAÇÃO DE CANDIDATOS

- 9.1.** Em resultado da análise das candidaturas a efetuar pelo Júri do procedimento, ficarão qualificados todos os Candidatos que preencham os requisitos mínimos de capacidade técnica (modelo simples de qualificação).
- 9.2.** Quando, para efeitos, do preenchimento dos requisitos de capacidade técnica, o Candidato recorra a terceiras entidades – designadamente, por subcontratação – a capacidade técnica destas aproveita ao Candidato na estrita medida das prestações objeto do contrato a celebrar que aquelas entidades se comprometam a realizar.
- 9.3.** No caso de o Candidato ser um agrupamento, considera-se que preenche os requisitos de capacidade técnica e de capacidade financeira quando algum(s) dos membro(s) que o integram o preencha individualmente, ou alguns dos membros que o integram o preencham conjuntamente, quando tal seja possível em função da natureza do requisito exigido.

10. REQUISITOS MÍNIMOS DE CAPACIDADE TÉCNICA E FINANCEIRA

- 10.1.** Para efeitos de qualificação, cada Candidato (ou conjunto de empresas agrupadas) deverá preencher os seguintes requisitos mínimos de capacidade técnica cumulativos:

- 10.1.1. Demonstrar ter-lhes sido atribuído um mínimo de 3 (três) **Prémios de Eficácia**, desde que os mesmos foram criados;
 - 10.1.2. Demonstrar ter-lhes sido atribuído um mínimo de **3 (três) Prémios SAPO**, desde a criação dos mesmos;
 - 10.1.3. Demonstrar terem prestado serviços idênticos aos do objeto do concurso de forma correta em comunicação e publicidade nos meios on line a, pelo menos, **3 (três) clientes**;
 - 10.1.4. Ter, no mínimo, **30 (trinta)** trabalhadores remunerados e registados na Informação Empresarial Simplificada (IES), devendo em caso de agrupamento, pelo menos um dos membros cumprir este requisito
- 10.2. Os candidatos devem cumprir ainda o seguinte requisito mínimo de capacidade financeira: apresentar um volume anual médio de faturação nos três últimos exercícios disponíveis e certificados legalmente, igual ou superior a **€ 3.000.000,00 (três milhões de euros)**. Para efeitos de demonstração do cumprimento do requisito mínimo de capacidade financeira, deve aqui ser considerada a média dos últimos **3 (três) anos civis**.

11. ELEMENTOS QUE DEVEM CONSTITUIR A CANDIDATURA

11.1. A candidatura deverá ser instruída com os documentos seguintes:

- 11.1.1. Formulário do Documento Europeu Único de Contratação Pública (DEUCP), devidamente preenchido, conforme modelo constante do **ANEXO I** do presente Programa do Concurso;
- 11.1.2. Documento(s) comprovativo(s) de ter sido atribuído ao Candidato um mínimo de **3 (três) Prémios de Eficácia**;
- 11.1.3. Documento(s) comprovativo(s) de ter sido atribuído ao Candidato um mínimo de **3 (três) Prémios de Sapó**;
- 11.1.4. Declarações de, pelo menos, três clientes, confirmando a correta prestação de serviços do candidato em comunicação e publicidade nos meios *on line*, elaboradas de acordo com o **ANEXO II** ao presente programa de procedimento;
- 11.1.5. Declaração relativa ao volume médio de negócios dos últimos três exercícios disponíveis, elaborada em conformidade com o modelo do **ANEXO III** ao presente programa de procedimento, devendo ser considerados os anos de 2018, 2019 e 2020 desde que as respetivas contas já estejam legalmente certificadas;
- 11.1.6. Cópia das **3 (três)** últimas declarações anuais de IRC e das declarações anuais de informações empresariais simplificadas (IES), disponíveis à data da apresentação da candidatura, devendo ser considerados os anos de 2018, 2019 e 2020, desde que as respetivas contas já estejam legalmente certificadas.

- 11.1.7.** No caso de o Candidato ser uma entidade constituída há menos de 3 (três) anos, o cumprimento dos requisitos de capacidade financeira, previstos no número anterior devem ser referentes aos exercícios disponíveis desde o início da respetiva atividade.
- 11.2.** Nos termos do n.º 3, do artigo 179.º, do CCP, poderá o Candidato apresentar para efeitos do preenchimento do requisito mínimo de capacidade financeira previsto no ponto **10.2.:**
- 11.2.1.** Declaração bancária, conforme modelo constante do **ANEXO IV** ao presente programa do procedimento, à qual se aplicará o regime previsto no artigo 180.º do CCP; ou
- 11.2.2.** Caso o Candidato seja um agrupamento e um dos membros que o integrem seja uma instituição de crédito, documento comprovativo de que possui sede ou sucursal em estado membro da União Europeia, emitido pela entidade que exerça supervisão bancária nesse estado.
- 11.3.** Caso o Candidato não possa entregar cópia das 3 (três) últimas declarações anuais de informação empresarial simplificada (IES), por não estar submetido a esta forma de cumprimento de obrigações declarativas de natureza contabilística, fiscal e estatística, deverá, em sua substituição, entregar os documentos de prestação de contas dos últimos três exercícios, exigidos pela legislação do país onde o Candidato esteja estabelecido.
- 11.4.** Quando para efeitos do preenchimento dos requisitos mínimos de capacidade técnica, o Candidato recorra a terceiros, independentemente do vínculo que com eles estabeleça, nomeadamente, o da subcontratação, a respetiva candidatura deve ser ainda constituída por:
- 11.4.1.** Uma declaração, através da qual os terceiros se comprometam, incondicionalmente, a realizar determinadas prestações objeto do contrato a celebrar;
- 11.4.2.** Formulário(s) do Documento Europeu Único de Contratação Pública (DEUCP), devidamente preenchido(s) de cada um desses terceiros.
- 11.5.** Quando a candidatura seja apresentada por um agrupamento candidato deve ser preenchido um formulário do DEUCP por cada um dos membros do agrupamento, assinado pelo representante comum dos membros que integram, caso em que devem ser juntos à declaração os instrumentos de mandato emitidos por cada um dos seus membros.
- 11.6.** Os agrupamentos de empresas que, à data de apresentação da sua candidatura, já estejam legalmente constituídos, instruirão a sua candidatura com um documento comprovativo de tal constituição.

11.7. Os documentos da candidatura deverão ser obrigatoriamente redigidos em língua portuguesa.

11.8. Quando, pela sua própria natureza ou origem, os documentos destinados à qualificação dos candidatos estiverem redigidos em língua estrangeira, deve o Interessado fazê-los acompanhar de tradução devidamente legalizada.

12. LISTA E CONSULTA DE CANDIDATURAS APRESENTADAS

12.1. No dia seguinte ao termo do prazo fixado para a apresentação das candidaturas, o Júri procede à publicitação da lista de Candidatos na plataforma eletrónica.

12.2. Os Interessados que não tenham sido incluídos na lista podem reclamar desse facto no prazo de **3 (três) dias** contados da sua publicitação, para o que devem apresentar comprovativo da apresentação tempestiva da sua candidatura, seguindo-se os termos previstos no n.º 4 do artigo 177.º do CCP.

13. ESCLARECIMENTOS E SUPRIMENTO DAS CANDIDATURAS

13.1. O Júri do procedimento pode pedir aos Candidatos quaisquer esclarecimentos sobre os documentos destinados à sua qualificação, que sejam da sua autoria, que considere necessários para efeito da análise das candidaturas.

13.2. Os esclarecimentos prestados pelos Candidatos, referidos no número anterior, fazem parte integrante das mesmas, desde que observadas as regras fixadas no n.º 2 do artigo 183.º do CCP.

13.3. O Júri deve solicitar aos Candidatos que, no prazo máximo de **5 (cinco) dias**, procedam ao suprimento das irregularidades das suas candidaturas causadas por preterição de formalidades não essenciais e que careçam de suprimento, incluindo a apresentação de documentos que se limitem comprovar factos ou qualidades anteriores à data da apresentação da proposta, e desde que tal suprimento não afete a concorrência e a igualdade de tratamento.

13.4. O Júri procede à retificação oficiosa de erros de escrita ou de cálculo contidos nas candidaturas, desde que seja evidente para qualquer destinatário a existência do erro e os termos em que o mesmo deve ser corrigido.

13.5. Os pedidos de esclarecimento e de suprimento das irregularidades causadas por preterição de formalidades não essenciais, bem como as respetivas respostas, devem ser disponibilizados na plataforma eletrónica em uso pela SCML, devendo todos os Candidatos ser notificados dos mesmos, nos termos do n.º 5 do artigo 72.º do CCP.

14. RELATÓRIOS DA FASE DE QUALIFICAÇÃO

- 14.1.** Após a análise das candidaturas, o Júri elabora um relatório preliminar, no qual propõe a qualificação ou a exclusão de candidaturas, nomeadamente por se verificar alguma das situações previstas no n.º 2 do artigo 184.º do CCP.
- 14.2.** Depois de elaborado o relatório preliminar, o Júri envia-o a todos os Candidatos para que estes, ao abrigo do direito de audiência prévia, se pronunciem por escrito, no prazo de **5 (cinco) dias úteis**, através da plataforma eletrónica.
- 14.3.** Terminada a audiência prévia, o Júri elabora um relatório final fundamentado, no qual pondera as observações formuladas pelos Candidatos, mantendo ou modificando o teor e as conclusões do relatório preliminar, podendo ainda determinar a exclusão de qualquer candidatura se verificar, nesta fase, a ocorrência de qualquer dos motivos previstos no n.º 2 do artigo 184.º do CCP.
- 14.4.** No caso previsto na parte final do número anterior, bem como quando do relatório final resulte uma desqualificação de Candidatos relativamente ao disposto no relatório preliminar, o Júri procede a nova audiência prévia nos termos do **14.2.**, seguindo-se o disposto em **14.3.**

15. DECISÃO DE QUALIFICAÇÃO

- 15.1.** Para efeitos do disposto no n.º 1 do artigo 187.º do CCP, a decisão de qualificação dos Candidatos será tomada e notificada aos Candidatos até **44 (quarenta e quatro) dias** após o termo do prazo fixado para apresentação das candidaturas.
- 15.2.** A decisão de qualificação é notificada a todos os Candidatos, nos termos do artigo 188.º do CCP, juntamente com o relatório final da fase de qualificação.

III. SEGUNDA FASE: APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DAS PROPOSTAS E ADJUDICAÇÃO

16. CONVITE À APRESENTAÇÃO DE PROPOSTAS

- 16.1. Com a notificação da decisão de qualificação, a SCML envia aos Candidatos qualificados, em simultâneo, um Convite à apresentação de propostas, através da plataforma eletrónica (artigo 198.º, n.º 2 do CCP).

17. MODO E PRAZO DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

- 17.1. Os documentos que constituem a proposta devem ser apresentados até às **23h59m59s** do **45.º (quadragésimo quinto) dia** a contar da data de envio do presente convite, através de meio de transmissão escrita e eletrónica de dados, diretamente na plataforma eletrónica utilizada pela SCML, que emitirá ao Concorrente um recibo eletrónico comprovativo dessa receção com referência às respetivas data e hora.
- 17.2. A proposta será assinada pelo Concorrente ou seu representante. Sempre que seja assinada por Procurador, juntar-se-á procuração com assinatura reconhecida na qualidade, que confira a este último poderes para o efeito, ou pública-forma da mesma, devidamente legalizada.
- 17.3. Os documentos que constituem a proposta devem ser assinados com recurso a assinatura eletrónica qualificada, sob pena de exclusão. Se o Concorrente optar por submeter na plataforma eletrónica os referidos documentos utilizando um arquivo de compressão de dados (v.g. arquivo ZIP), deve, ainda assim e sob pena de exclusão, assinar com recurso a assinatura eletrónica qualificada cada um dos documentos que o constituem.

18. ELEMENTOS QUE CONSTITUEM AS PROPOSTAS

- 18.1. Na proposta, cada Concorrente manifesta a sua vontade em contratar e indica as condições em que se dispõe a fazê-lo.
- 18.2. A proposta deverá ser constituída, sob pena de exclusão, pelos seguintes documentos:
- 18.2.1. Declaração complementar, de acordo com o modelo constante do **ANEXO V** ao presente programa do concurso, observando o disposto nos n.ºs 4 e 5 do artigo 57.º do CCP;
- 18.2.2. Declaração, que inclua a indicação da constituição da equipa, a qual deverá apresentar a seguinte configuração e percentagens de dedicação mínimas:

DIRETOR GERAL	10%
DIRETOR DE CONTAS	30%
EXECUTIVO DE CONTAS SÉNIOR	100%
EXECUTIVO DE CONTAS JÚNIOR	100%
DIRETOR CRIATIVO	25%
DIRETOR DE ARTE SÉNIOR	25%
COPYWRITER SÉNIOR	25%
WEB DESIGNER	50%
DESIGNER	15%
WEB PRODUCER	50%
PROGRAMADOR HTML5	50%
WEB DEVELOPER - 2	50%
MOTION GRAPHICS DESIGNER	15%

18.2.3. A apresentação da resposta aos exercícios estratégicos, objeto de proposta, solicitado no âmbito do presente procedimento, a saber:

18.2.3.1. Uma campanha de lançamento 360º do novo Site e App dos Jogos Santa Casa;

18.2.3.2. Definição de uma estratégia de comunicação nas redes sociais de uma campanha institucional da SCML e respetiva declinação para as redes sociais dos JSC.

18.2.4. Os Concorrentes deverão ter em consideração os planos de ação para exercícios criativos constantes do **ANEXO VI** a este programa do procedimento, com a devida justificação da proposta, a sua orçamentação e exemplos das peças criativas das campanhas (*own* e *paid media*), devidamente especificados em cada um dos exercícios criativos.

18.2.5. Preenchimento do formulário de preços discriminados constante do **ANEXO VII** ao presente programa, no qual indique os seguintes valores:

18.2.5.1. Fee anual e dividido por **12 (doze) meses**, que inclui a remuneração base da equipa proposta, custos indiretos (*overheads*) e os serviços assinalados no anexo.

18.2.5.2. Custo de produção de cada uma das campanhas mencionadas no ponto **18.2.3**;

18.2.5.3. Custos de produção da tabela de referência.

- 18.2.6.** Preenchimento integral do formulário de preços da tabela de referência para produção, constante do **ANEXO VIII** ao presente programa do procedimento, com os preços unitários de produção para todos os itens referidos.
- 18.2.7.** O Concorrente deverá descrever a forma como dará cumprimento a cada um dos requisitos, sendo tidas como inexistentes meras transcrições do caderno de encargos ou meras indicações de cumprimento dos requisitos.
- 18.3.** Os preços indicados na proposta são expressos em Euros e não incluem o Imposto sobre o Valor Acrescentado.
- 18.4.** O Concorrente deve apresentar outros documentos que, em função do objeto do contrato a celebrar e dos aspetos submetidos à concorrência pelo Caderno de Encargos, contenham atributos da proposta, de acordo com os quais os Concorrentes se dispõem a contratar, conforme a alínea b) do n.º 1 do artigo 57.º do CCP.
- 18.5.** Sem prejuízo do acima exposto, integrarão também a proposta quaisquer outros documentos que o Concorrente apresente por os considerar indispensáveis, nos termos do n.º 3 do artigo 57.º do CCP.
- 18.6.** Todos os documentos da proposta devem ser redigidos em língua portuguesa.
- 18.7.** Qualquer classificação de documentos que constituem a proposta deve ser previamente requerida pelos Interessados, nos termos do artigo 66.º do CCP.

19. PROPOSTAS VARIANTES

Não é admitida a apresentação de propostas variantes, nos termos do disposto no artigo 59.º do CCP.

20. PREÇO

- 20.1.** Pela prestação de todos os serviços objeto do contrato a celebrar, durante os **3 (três) anos** de vigência, o preço máximo a pagar pela SCML é de **€ 4.500.000,00 (quatro milhões e quinhentos mil euros)**, acrescido de IVA à taxa legal aplicável, montante esse que corresponde ao preço pelo qual o contrato vai ser celebrado.
- 20.2.** O preço referido em **20.1.** inclui os seguintes preços unitários:
- 20.2.1.** Fee anual de agência (inclui o custo base da equipa, custos indiretos (*overheads*) e margem de lucro da agência) constantes da proposta adjudicada, com o limite máximo de € 30.000 (trinta mil euros)/ano;
- 20.2.2.** Custos de produção da Tabela de Referência constantes da proposta adjudicada, com um limite máximo de € 505.000 (quinhentos e cinco mil euros)/ano.
- 20.3.** Os preços acima indicados resultam do conhecimento de anteriores procedimentos para a prestação do mesmo tipo de serviços.

20.4. O preço a pagar é calculado exclusivamente atendendo aos preços unitários constantes da proposta adjudicada, os quais farão parte integrante do contrato, na base dos quais serão faturados.

20.5. O contrato será celebrado pelo preço máximo a pagar pela SCML previsto em **20.1.** Apesar disso, na execução do contrato, a SCML não estará obrigada a atingir o valor máximo adjudicado e só pagará o correspondente a serviços efetivamente prestados, mediante solicitação da SCML, na execução do contrato, sem que tal facto confira ao Adjudicatário o direito a ser indemnizado seja a que título for.

21. PRAZO DA OBRIGAÇÃO DE MANUTENÇÃO DAS PROPOSTAS

Os Concorrentes ficam obrigados a manter todas e quaisquer condições da sua proposta durante um período de **120 (cento e vinte) dias úteis** contados da data do termo do prazo fixado para a apresentação das propostas.

22. CRITÉRIO DE ADJUDICAÇÃO E CRITÉRIOS DE DESEMPATE

22.1. A adjudicação é feita segundo o **critério da proposta economicamente mais vantajosa**, de acordo com a modalidade multifator, sendo composto pelo seguinte modelo de avaliação das propostas, que considera os fatores, subfatores e respetivos ponderadores que se apresentam:

FATORES		PONDERAÇÃO	SUBFATORES	PONDERAÇÃO
A	APTIDÕES ESTRATÉGICAS E CRIATIVAS DOS CANAIS DIGITAIS (EXERCÍCIO CRIATIVO NOVO SITE E NOVA APP)	45%	A1 ESTRUTURA DA APRESENTAÇÃO	3%
			A2 SITUAÇÃO DO MERCADO	5%
			A3 ENTENDIMENTO E COMPREENSÃO DOS CANAIS DIGITAIS DOS JSC E DO SEU POSICIONAMENTO	9%
			A4 PROPOSTA ESTRATÉGICA	15%
			A5 CONCEITO CRIATIVO	20%
			A6 CÓDIGO DE MARCA	10%
			A7 IMPACTO	8%
			A8 MENSAGENS CHAVE	10%
			A9 VEICULAÇÃO DE MARCA	5%
			A10 DECLINAÇÃO DA CRIATIVIDADE	10%
			A11 EXEQUIBILIDADE DA PROPOSTA	5%
B	APTIDÕES ESTRATÉGICAS E CRIATIVAS (REDES SOCIAIS- EXERCÍCIO CRIATIVO)	25%	B1 ESTRUTURA DA APRESENTAÇÃO	10%
			B2 ENTENDIMENTO E COMPREENSÃO DA MARCA	25%
			B3 PROPOSTA ESTRATÉGICA	30%
			B4 CONCEITO CRIATIVO	35%

FATORES		PONDERAÇÃO	SUBFATORES	PONDERAÇÃO
C	PREÇO	30%	C1 Fee anual de agência	40%
			C2 Custos de produção (exercício criativo)	25%
			C3 Custos de produção da Tabela de Referência	35%

A classificação final de cada Proposta é obtida através da seguinte expressão:

$$\text{Classificação final} = (\text{Fator A} \times 0,45) + (\text{Fator B} \times 0,25) + (\text{Fator C} \times 0,3)$$

Os arredondamentos serão feitos às centésimas.

- 22.1.1. Para efeitos de avaliação dos Fatores A e B, cada Concorrente deverá efetuar nas instalações da SCML, uma apresentação com a resposta aos exercícios criativos. A apresentação terá a duração máxima de 1 hora e 30 minutos (inclui 15 minutos de perguntas e respostas), decorrendo inteiramente em língua portuguesa (de padrão europeu).
- 22.1.2. A apresentação poderá decorrer através de plataformas de comunicação eletrónica em tempo real, se presencialmente se revelar impraticável.
- 22.1.3. Relativamente ao exercício criativo do lançamento **do novo site e da nova app JSC**, pretende-se a apresentação de uma Campanha 360°.
- 22.1.4. Relativamente ao **exercício criativo de redes sociais**, pretende-se a apresentação de uma estratégia para redes sociais que potencie uma campanha institucional da marca Santa Casa e a respetiva estratégia de declinação para o perfil de redes sociais da marca Jogos Santa Casa.
- 22.1.5. A pontuação de cada proposta nestes Fatores corresponderá a um valor que se obterá em resultado da média das classificações atribuídas a cada subfator, por cinco elementos do Júri do presente Concurso e um grupo de cinco utilizadores, colaboradores da SCML/DJ nas áreas de Marketing e Comunicação.
- 22.1.6. A equipa responsável pela conceção e apresentação dos dois exercícios criativos deve ser exatamente a mesma constituída nos termos do ponto **18.2.2.** do presente programa do concurso.
- 22.1.7. A marcação das apresentações será feita por ordem alfabética dos Concorrentes, sendo-lhes comunicada através da plataforma eletrónica utilizada pela entidade adjudicante.

22.2. FATOR A – APTIDÕES ESTRATÉGICAS E CRIATIVAS DOS CANAIS DIGITAIS (EXERCÍCIO CRIATIVO NOVO SITE E NOVA APP)

Este fator, com a ponderação de **45% (quarenta e cinco por cento)**, tem a sua valoração decomposta em **11 (onze) subfatores**, com a seguinte descrição e ponderação específicas:

FATORES	PONDERAÇÃO	SUBFATORES	PONDERAÇÃO
A	45%	A1 ESTRUTURA DA APRESENTAÇÃO	3%
		A2 SITUAÇÃO DO MERCADO	5%
		A3 ENTENDIMENTO E COMPREENSÃO DOS CANAIS DIGITAIS DOS JSC E DO SEU POSICIONAMENTO	9%
		A4 PROPOSTA ESTRATÉGICA	15%
		A5 CONCEITO CRIATIVO	20%
		A6 CÓDIGO DE MARCA	10%
		A7 IMPACTO	8%
		A8 MENSAGENS CHAVE	10%
		A9 VEICULAÇÃO DE MARCA	5%
		A10 DECLINAÇÃO DA CRIATIVIDADE	10%
		A11 EXEQUIBILIDADE DA PROPOSTA	5%

A pontuação deste fator será calculada de acordo com a seguinte fórmula:

$$\textbf{Fator A} = (\textit{Subfator A1} \times 0,03) + (\textit{Subfator A2} \times 0,05) + (\textit{Subfator A3} \times 0,09) + (\textit{Subfator A4} \times 0,15) + (\textit{Subfator A5} \times 0,2) + (\textit{Subfator A6} \times 0,1) + (\textit{Subfator A7} \times 0,08) + (\textit{Subfator A8} \times 0,1) + (\textit{Subfator A9} \times 0,05) + (\textit{Subfator A10} \times 0,1) + (\textit{Subfator A11} \times 0,05)$$

❖ SUBFATOR A1 - ESTRUTURA DA APRESENTAÇÃO

O subfator A1, com uma ponderação de **3% (três por cento)**, avalia a apresentação realizada pela agência, considerando a sua qualidade em termos globais: compreensão, organização e qualidade do discurso global da agência, de acordo com a seguinte escala de pontuação:

PONTUAÇÃO	DESCRIPTIVO
100	SATISFAZ PLENAMENTE
75	SATISFAZ
50	SATISFAZ POUCO
25	INSUFICIENTE

❖ **SUBFATOR A2 - SITUAÇÃO DO MERCADO**

O subfator A2, com uma ponderação de **5% (cinco por cento)**, avalia a compreensão da agência em termos do mercado de jogo a dinheiro e de entretenimento, ambiente competitivo e posição relativa dos Jogos Santa Casa nesse contexto, de acordo com a seguinte escala de pontuação:

PONTUAÇÃO	DESCRIPTIVO
100	SATISFAZ PLENAMENTE
75	SATISFAZ
50	SATISFAZ POUCO
25	INSUFICIENTE

❖ **SUBFATOR A3 - ENTENDIMENTO E COMPREENSÃO DOS CANAIS DIGITAIS DOS JSC E DO SEU POSICIONAMENTO**

O subfator A3, com uma ponderação de **9% (nove por cento)**, avalia a compreensão da agência relativamente ao site e à APP JSC enquanto canais de vendas e comunicação, de acordo com a seguinte escala de pontuação:

PONTUAÇÃO	DESCRIPTIVO
100	SATISFAZ PLENAMENTE
75	SATISFAZ
50	SATISFAZ POUCO
25	INSUFICIENTE

❖ **SUBFATOR A4 – PROPOSTA ESTRATÉGICA**

O subfator A4, com uma ponderação de **15% (quinze por cento)**, avalia a proposta estratégica global, numa visão atual e de evolução dos canais digitais e tendo em

conta os objetivos definidos no caderno de encargos, de acordo com a seguinte escala de pontuação:

PONTUAÇÃO	DESCRIPTIVO
100	SATISFAZ PLENAMENTE
75	SATISFAZ
50	SATISFAZ POUCO
25	INSUFICIENTE

❖ **SUBFATOR A5 – CONCEITO CRIATIVO**

O subfator A5, com uma ponderação de **20% (vinte por cento)**, avalia a proposta apresentada para os canais digitais e a sua adequação ao território estratégico definido. Valorizam-se atributos como: proposta diferenciadora, numa abordagem criativa, num tom de comunicação adequado, superando o património já adquirido pelos canais digitais (sem perda do conceito inovador, mas com uma relação de grande proximidade), de acordo com a seguinte escala de pontuação:

PONTUAÇÃO	DESCRIPTIVO
100	SATISFAZ PLENAMENTE
75	SATISFAZ
50	SATISFAZ POUCO
25	INSUFICIENTE

❖ **SUBFATOR A6 – CÓDIGO DE MARCA**

O subfator A6, com uma ponderação de **10% (dez por cento)**, avalia a proposta em termos do código de marca proposto: música, imagem e outros elementos associados, de acordo com a seguinte escala de pontuação:

PONTUAÇÃO	DESCRIPTIVO
100	SATISFAZ PLENAMENTE
75	SATISFAZ
50	SATISFAZ POUCO
25	INSUFICIENTE

❖ **SUBFATOR A7 – IMPACTO**

O subfator A7, com uma ponderação de **8% (oito por cento)**, avalia a relevância da proposta criativa, ou seja, se a comunicação tem potencial para impactar o público-alvo definido no briefing e se é adequada aos valores da marca JSC, de acordo com a seguinte escala de pontuação:

PONTUAÇÃO	DESCRIPTIVO
100	SATISFAZ PLENAMENTE
75	SATISFAZ
50	SATISFAZ POUCO
25	INSUFICIENTE

❖ **SUBFATOR A8 – MENSAGEM CHAVE**

O subfator A8, com uma ponderação de **10% (dez por cento)**, avalia a adequação das principais mensagens da proposta criativa aos valores da marca, de acordo com a seguinte escala de pontuação:

PONTUAÇÃO	DESCRIPTIVO
100	SATISFAZ PLENAMENTE
75	SATISFAZ
50	SATISFAZ POUCO
25	INSUFICIENTE

❖ **SUBFATOR A9 – VEICULAÇÃO DE MARCA**

O subfator A9, com uma ponderação de **5% (cinco por cento)**, avalia o facto das peças apresentadas serem inequivocamente assináveis pelos JSC, de acordo com a seguinte escala de pontuação:

PONTUAÇÃO	DESCRIPTIVO
100	SATISFAZ PLENAMENTE
75	SATISFAZ
50	SATISFAZ POUCO
25	INSUFICIENTE

❖ **SUBFATOR A10 – DECLINAÇÃO DA CRIATIVIDADE**

O subfator A10, com uma ponderação de **10% (dez por cento)**, avalia a adaptação da criatividade a cada um dos canais de comunicação solicitados, de acordo com a seguinte escala de pontuação:

PONTUAÇÃO	DESCRIPTIVO
100	SATISFAZ PLENAMENTE
75	SATISFAZ
50	SATISFAZ POUCO
25	INSUFICIENTE

❖ **SUBFATOR A11 – EXEQUIBILIDADE DA PROPOSTA**

O subfator A11, com uma ponderação de **5% (cinco por cento)**, avalia a viabilidade técnica das ações propostas, de acordo com a seguinte escala de pontuação:

PONTUAÇÃO	DESCRIPTIVO
100	SATISFAZ PLENAMENTE
75	SATISFAZ
50	SATISFAZ POUCO
25	INSUFICIENTE

22.3. FATOR B – APTIDÕES ESTRATÉGICAS E CRIATIVAS (REDES SOCIAIS - EXERCÍCIO CRIATIVO)

Este fator, com a ponderação de **25% (vinte e cinco por cento)**, tem a sua valoração decomposta em **4 (quatro) subfatores**, com a seguinte descrição e ponderação específica:

FATORES	PONDERAÇÃO	SUBFATORES	PONDERAÇÃO
B	25%	B1 ESTRUTURA DA APRESENTAÇÃO	10%
		B2 ENTENDIMENTO E COMPREENSÃO DA MARCA	25%
		B3 PROPOSTA ESTRATÉGICA	30%
		B4 CONCEITO CRIATIVO	35%

A pontuação deste fator será calculada de acordo com a seguinte fórmula:

$$\textbf{Fator B} = (\textit{Subfator B1} \times 0,1) + (\textit{Subfator B2} \times 0,25) + (\textit{Subfator B3} \times 0,3) + (\textit{Subfator B4} \times 0,35)$$

❖ **SUBFATOR B1 - ESTRUTURA DA APRESENTAÇÃO**

O subfator B1, com uma ponderação de **10% (dez por cento)**, avalia a apresentação realizada pela agência, considerando a sua qualidade em termos globais: compreensão, organização e qualidade do discurso global da agência, de acordo com a seguinte escala de pontuação:

PONTUAÇÃO	DESCRIPTIVO
100	SATISFAZ PLENAMENTE
75	SATISFAZ
50	SATISFAZ POUCO
25	INSUFICIENTE

❖ **SUBFATOR B2 – ENTENDIMENTO E COMPREENSÃO DA MARCA**

O subfator B2, com uma ponderação de **25% (vinte e cinco por cento)**, avalia a compreensão por parte da agência da marca SCML, dos seus valores, do seu posicionamento a nível nacional (como instituição de referência) bem como a da sua linguagem e públicos-alvo, de acordo com a seguinte escala de pontuação:

PONTUAÇÃO	DESCRIPTIVO
100	SATISFAZ PLENAMENTE
75	SATISFAZ
50	SATISFAZ POUCO
25	INSUFICIENTE

❖ **SUBFATOR B3 – PROPOSTA ESTRATÉGICA**

O subfator B3, com uma ponderação de **30% (trinta por cento)**, avalia a proposta estratégica global, numa visão atual e de evolução da marca e tendo em conta os objetivos definidos no caderno de encargos, de acordo com a seguinte escala de pontuação:

PONTUAÇÃO	DESCRIPTIVO
100	SATISFAZ PLENAMENTE
75	SATISFAZ
50	SATISFAZ POUCO
25	INSUFICIENTE

❖ **SUBFATOR B4 – CONCEITO CRIATIVO**

O subfator B4, com uma ponderação de **35% (trinta e cinco por cento)**, avalia a proposta apresentada para a marca e a sua adequação. Valorizam-se atributos como: proposta diferenciadora, numa abordagem criativa, num tom de comunicação surpreendente, aproximando a marca do público-alvo, tendo em conta os valores e história da marca, de acordo com a seguinte escala de pontuação:

PONTUAÇÃO	DESCRIPTIVO
100	SATISFAZ PLENAMENTE
75	SATISFAZ
50	SATISFAZ POUCO
25	INSUFICIENTE

22.4. FATOR C – PREÇO

Este fator, com a ponderação de **30% (trinta por cento)**, tem a sua valoração decomposta em **3 (três) subfatores**, com a seguinte descrição e ponderação específica:

FATORES	PONDERAÇÃO	SUBFATORES	PONDERAÇÃO
C	PREÇO	C1 FEE ANUAL DA AGÊNCIA	33%
		C2 CUSTOS DE PRODUÇÃO – EXERCÍCIOS CRIATIVOS	17%
		C3 CUSTOS DE PRODUÇÃO DA TABELA DE REFERÊNCIA	50%

A pontuação deste fator será calculada de acordo com a seguinte fórmula:

$$\text{Fator C} = (\text{Subfator C1} \times 0,33) + (\text{Subfator C2} \times 0,17) + (\text{Subfator C3} \times 0,5)$$

❖ SUBFATOR C1 – FEE ANUAL DA AGÊNCIA

O subfator C1, com uma ponderação de **33% (trinta e três por cento)**, avalia o fee anual da agência, através de fórmula linear.

Para efeitos de aplicação da fórmula de cálculo do subfator C1, estabelece-se o limite do valor máximo de **€360.000,00 (trezentos e sessenta mil euros)/ano**.

O limite máximo acima referido corresponde a um parâmetro base de aspeto da execução do contrato submetido à concorrência.

Este subfator inclui o custo base da equipa, custos indiretos (*overheads*), margem de lucro da agência e os serviços e produção dos formatos descritos no **ANEXO VII** ao presente programa do concurso.

Para cada proposta, a pontuação obtida e o ponderador deste subfator, são conjugados na seguinte fórmula:

$$\text{Subfator C1} = \left[\frac{(P_{\max} - P_{\text{prop}})}{P_{\max}} \right] \times 100$$

Sendo que:

$P_{\max}$ corresponde ao limite máximo anual estabelecido pela SCML, de **€ 360.000,00**

P_{prop} corresponde ao preço proposto pelo concorrente.

❖ SUBFATOR C2 – CUSTOS DE PRODUÇÃO – EXERCÍCIOS CRIATIVOS

O subfator C2, com uma ponderação de **17% (dezassete por cento)**, avalia os custos de produção dos formatos digitais quanto aos exercícios criativos. Para efeitos de aplicação da fórmula de cálculo do subfator C2, indica-se que o limite máximo para o **Fator A** é de **€ 275.000,00 (duzentos e setenta e cinco mil euros)** e para o **Fator B** é de **€10.000,00 (dez mil euros)**, perfazendo o valor total de **€285.000,00 (duzentos e oitenta e cinco mil euros)**, incluindo os direitos de autor para um ano relativamente aos dois exercícios solicitados.

Para os exercícios criativos objeto de proposta, a pontuação obtida e o ponderador deste subfator, são conjugados na seguinte fórmula:

$$\text{Subfator C2} = \left[\frac{(P_{\max} - P_{\text{prop}})}{P_{\max}} \right] \times 100$$

Sendo que:

$P_{\max}$ corresponde ao limite máximo anual estabelecido pela SCML, de € 285.000,00

P_{prop} corresponde ao preço proposto pelo concorrente.

❖ SUBFATOR C3 – CUSTOS DE PRODUÇÃO DA TABELA DE REFERÊNCIA

O subfator C3, com uma ponderação de **50% (cinquenta por cento)**, avalia os preços da tabela de referência, indicados pelo concorrente no formulário correspondente ao **ANEXO VIII** do programa do procedimento.

Para efeitos de aplicação da fórmula de cálculo do subfator C3, indica-se que o **limite máximo** é de **€505.000,00 (quinhentos e cinco mil euros) /ano**.

O limite máximo acima referido corresponde a um parâmetro base de aspeto da execução do contrato submetido à concorrência.

A pontuação obtida e o ponderador deste subfator são conjugados na seguinte fórmula:

$$\text{Subfator C3} = \left[\frac{(P_{max} - P_{prop})}{P_{max}} \right] \times 100$$

Sendo que:

P_{max} corresponde ao limite máximo anual estabelecido pela SCML, de **€ 505.000,00**

P_{prop} corresponde ao preço proposto pelo concorrente.

- 22.5.** A adjudicação será efetuada ao Concorrente cuja proposta obtiver a pontuação global mais elevada, calculada através do somatório das pontuações obtidas em cada um dos fatores e subfatores.
- 22.6.** Em caso de igualdade pontual de classificação das propostas será efetuado o desempate através da atribuição de vantagem à proposta que tiver tido melhor pontuação no somatório das pontuações atribuídas aos **FATORES A e B**.
- 22.7.** Se ainda assim se mantiver a situação de empate, aplicar-se-á o método de desempate das propostas através de sorteio, conduzido pelo Júri do procedimento, com prévia convocatória dos Concorrentes, de data, hora e local, a enviar com a antecedência mínima de **3 (três) dias úteis**, através da plataforma eletrónica utilizada pela SCML.
- 22.8.** O sorteio realizar-se-á através de extração de cupões de saco opaco com a designação dos Concorrentes admitidos cujas propostas apresentam a mesma classificação. A ordem de extração dos cupões corresponderá à ordenação das respetivas propostas dos Concorrentes admitidos.

23. LISTA DE CONCORRENTES

- 23.1.** No dia seguinte ao termo do prazo fixado para apresentação das propostas, o Júri procede à publicitação da lista de concorrentes na plataforma eletrónica.

23.2. Os interessados que não tenham sido incluídos na lista podem reclamar desse facto no prazo de **3 (três) dias** contados da sua publicitação, para o que devem apresentar comprovativo da apresentação tempestiva da sua proposta, seguindo-se os termos previstos no n.º 4 do artigo 138.º do CCP.

24. ESCLARECIMENTOS E SUPRIMENTOS DAS PROPOSTAS

24.1. O Júri do procedimento pode pedir aos Concorrentes quaisquer esclarecimentos que considere necessários para efeito da análise e avaliação das propostas apresentadas.

24.2. Os esclarecimentos prestados pelos Concorrentes sobre as respetivas propostas fazem parte integrante das mesmas, desde que observadas as regras fixadas no n.º 2 do artigo 72.º do CCP.

24.3. O Júri deve solicitar aos Concorrentes que, no prazo máximo de **5 (cinco) dias**, procedam ao suprimento das irregularidades das suas propostas causadas por preterição de formalidades não essenciais e que careçam de suprimento, incluindo a apresentação de documentos que se limitem comprovar factos ou qualidades anteriores à data da apresentação da proposta, e desde que tal suprimento não afete a concorrência e a igualdade de tratamento.

24.4. O Júri procede à retificação oficiosa de erros de escrita ou de cálculo contidos nas propostas, desde que seja evidente para qualquer destinatário a existência do erro e os termos em que o mesmo deve ser corrigido.

24.5. Os pedidos de esclarecimento e de suprimento das irregularidades causadas por preterição de formalidades não essenciais, bem como as respetivas respostas, devem ser disponibilizados na plataforma eletrónica em uso pela SCML, devendo todos os Concorrentes ser notificados dos mesmos, nos termos do n.º 5 do artigo 72.º do CCP.

25. RELATÓRIO PRELIMINAR

25.1. O Júri elabora fundamentadamente um relatório preliminar, de análise e avaliação das propostas, ordenando-as por ordem decrescente.

25.2. No relatório preliminar, o Júri do procedimento também propõe, fundamentadamente, a exclusão das propostas pelos motivos previstos nos n.ºs 2 e 3 do artigo 146.º do CCP.

26. AUDIÊNCIA PRÉVIA

26.1. Elaborado o relatório preliminar, o Júri notifica todos os Concorrentes para efeitos de audiência prévia nos termos do disposto nos artigos 162.º, n.º 1 e 147.º, ambos do CCP.

26.2. Os Concorrentes têm **5 (cinco) dias úteis** após a notificação do Relatório Preliminar para se pronunciarem, por escrito, sobre o mesmo.

27. RELATÓRIO FINAL

- 27.1.** Cumprido o disposto no ponto anterior, o Júri do procedimento elabora um relatório final fundamentado, no qual pondera as observações dos Concorrentes efetuadas ao abrigo do direito de audiência prévia, mantendo ou modificando o teor e as conclusões do Relatório Preliminar, podendo ainda propor a exclusão de qualquer proposta se verificar, nesta fase, a ocorrência de qualquer dos motivos previstos no n.º 2 do artigo 146.º conjugado com o n.º 1 do artigo 162.º do CCP.
- 27.2.** No caso previsto na parte final do número anterior, bem como quando do relatório final resulte uma alteração da ordenação das propostas constante do relatório preliminar, o Júri procede a nova audiência prévia, nos termos previstos no n.º 2 do artigo 148.º do CCP.

28. ADJUDICAÇÃO

- 28.1.** A decisão de adjudicação é notificada, em simultâneo, a todos os Concorrentes, juntamente com o Relatório Final de análise e avaliação das propostas.
- 28.2.** No prazo de **10 (dez) dias úteis** contados a partir da notificação de decisão de adjudicação, o Adjudicatário deve:
- 28.2.1.** Apresentar os documentos de habilitação exigidos por lei e no ponto seguinte do presente programa do procedimento;
 - 28.2.2.** Confirmar os compromissos assumidos por terceiras entidades relativos a atributos ou a termos ou condições da proposta adjudicada;
 - 28.2.3.** Comunicar à SCML o nome do seu Representante, que servirá de interlocutor para todas as fases da execução do contrato;
 - 28.2.4.** Prestar caução no montante exigido no ponto **30.** do presente programa do procedimento, e na cláusula **13.** do Caderno de Encargos;
- 28.3.** O Adjudicatário deve comprovar a prestação da caução junto da SCML no prazo máximo de **11 (onze) dias úteis** contados a partir da notificação da decisão de adjudicação.

29. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO A APRESENTAR PELO ADJUDICATÁRIO

- 29.1.** No prazo previsto no ponto **28.2.** do presente programa do procedimento, o Adjudicatário deverá apresentar, através da plataforma eletrónica em uso pela SCML, os seguintes documentos de habilitação:
- 29.1.1.** Declaração de habilitação conforme o modelo constante do **ANEXO IX** do presente programa do procedimento;
 - 29.1.2.** Documentos exigidos nos termos das alíneas b), d), e) e h) do n.º 1 artigo 55.º do CCP;

- a) Certidão de Registo Criminal atualizada *de pessoas singulares ou no caso de pessoas coletivas, das entidades e dos respetivos titulares dos órgãos sociais de administração, direção ou gerência das mesmas e estes se encontrem em efetividade de funções*, nos termos das alíneas b) e h) do n.º 1 do artigo 55.º do CCP;
- b) Declaração atualizada da situação contributiva perante a Segurança Social em Portugal ou, se for o caso, no Estado de que sejam nacionais ou no qual se situe o seu estabelecimento principal, de acordo com a alínea d) do n.º 1 do artigo 55.º do CCP;
- c) Declaração da situação tributária regularizada relativamente a impostos devidos em Portugal ou, se for o caso, no Estado de que seja nacional ou no qual se situe o seu estabelecimento principal, conforme a alínea e) do n.º 1 do artigo 55.º do CCP;

29.1.3. Certidão da Conservatória do Registo Comercial atualizada, comprovativa de todas as inscrições em vigor.

- 29.2.** Quando os documentos de habilitação exigidos se encontrem disponíveis na Internet, o Adjudicatário pode, em substituição da apresentação da sua reprodução, indicar à entidade adjudicante o endereço do sítio onde aqueles documentos podem ser consultados, bem como a informação necessária a essa consulta, desde que o referido sítio e documentos dele constantes estejam redigidos em língua portuguesa e o Adjudicatário preste à SCML o necessário consentimento, nos termos da lei.
- 29.3.** Quando o Adjudicatário tenha prestado consentimento, nos termos do artigo 4.º do Decreto-Lei n.º 114/2007, de 19 de abril, para que a SCML consulte a informação prevista nas alíneas b) e c) do ponto **29.1.2.** do presente programa do procedimento, é dispensada a sua apresentação ou a indicação referida no número anterior. Para esse efeito, informa-se que a SCML, tem o contribuinte fiscal n.º 500 745 471, podendo com esse número o Adjudicatário formalizar o consentimento junto da entidade competente para tal. O documento comprovativo do consentimento concedido deverá constituir documento de habilitação a apresentar no âmbito do ponto **29.1.** do presente programa do procedimento.
- 29.4.** A SCML pode solicitar ao Adjudicatário a apresentação de quaisquer documentos comprovativos da titularidade das habilitações legalmente exigidas para a execução das prestações objeto do contrato a celebrar, fixando-lhe prazo para o efeito.
- 29.5.** Caso a SCML detete alguma irregularidade nos documentos de habilitação apresentados que possa, nos termos do artigo 86.º do CCP, levar à caducidade da adjudicação, notificará o Adjudicatário para, no prazo de 5 (cinco) dias, se pronunciar por escrito ao abrigo do direito de audiência prévia.

- 29.6.** Todos os documentos de habilitação devem ser redigidos em língua portuguesa, ou acompanhados de tradução devidamente legalizada no caso de estarem, pela sua natureza ou origem, redigidos numa outra língua.
- 29.7.** Nos termos do artigo 117.º do CCP e do artigo 6.º da Portaria n.º 372/2017, de 14 de dezembro, quando o adjudicatário for um agrupamento de pessoas singulares ou coletivas, os documentos de habilitação devem ser apresentados por todos os seus membros.
- 29.8.** A SCML notificará todos os Concorrentes em simultâneo da apresentação dos documentos de habilitação pelo Adjudicatário, indicando o dia em que ocorreu essa apresentação, devendo os mesmos ser disponibilizados para consulta na plataforma eletrónica em uso pela SCML.

30. CAUÇÃO

- 30.1.** O Adjudicatário garantirá mediante a prestação de caução o exato e pontual cumprimento das obrigações que assume com a celebração do contrato.
- 30.2.** O valor da caução é de **5 % (cinco por cento)** do **preço contratual**, e será prestada por depósito em dinheiro (**ANEXO X** do presente programa do procedimento) ou em títulos emitidos ou garantidos pelo Estado, ou ainda mediante garantia bancária à primeira solicitação (**ANEXO XI** do presente programa do procedimento) ou por seguro-caução à primeira solicitação (**ANEXO XII** do Presente programa do procedimento).
- 30.3.** Quando o preço total resultante da proposta adjudicada seja considerado anormalmente baixo, o valor da caução a prestar pelo Adjudicatário é de **10 % (dez por cento)** do **preço contratual**.

31. CONTRATO

- 31.1.** Nos termos do artigo 101.º do CCP, o Adjudicatário deve pronunciar-se sobre a minuta do contrato no prazo máximo de **5 (cinco) dias úteis** contados a partir da respetiva notificação, equivalendo o silêncio à aceitação da minuta.
- 31.2.** Qualquer eventual reclamação à minuta do contrato apresentada pelo Adjudicatário é analisada nos termos do artigo 102.º do CCP e objeto de decisão pela SCML no prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da receção da mesma, equivalendo o silêncio à rejeição da reclamação.
- 31.3.** O contrato deve ser formalizado com a aposição de assinatura eletrónica, nos termos do disposto no n.º 1 do artigo 94.º do CCP.
- 31.4.** No cumprimento do disposto no artigo 104.º do CCP, a SCML comunicará o prazo para assinatura e remessa do contrato.

32. ENCARGOS

32.1. São encargos do Concorrente as despesas inerentes à elaboração da proposta.

32.2. São ainda da conta do Adjudicatário as despesas e encargos inerentes à prestação de caução e à celebração do contrato.

33. LEGISLAÇÃO APLICÁVEL

Em tudo o omissa no presente programa do procedimento observar-se-á o disposto no Código dos Contratos Públicos, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 18/2008 de 29 de janeiro, na sua redação atual, e demais legislação portuguesa aplicável.

ANEXO I - FORMULÁRIO DO DOCUMENTO EUROPEU ÚNICO DE CONTRATAÇÃO PÚBLICA

(DISPONIBILIZADO EM VERSÃO *.XML)

ANEXO II - MODELO DE DECLARAÇÃO DE CLIENTES FINAIS

FINALIDADE DA DECLARAÇÃO:	Confirmar a prestação de serviços pelo candidato ao Concurso Limitado por Prévia Qualificação n.º 22DC11CLPQ015, da Santa Casa da Misericórdia de Lisboa.
IDENTIFICAÇÃO DO CANDIDATO:	
DESIGNAÇÃO SOCIAL DA ENTIDADE DECLARANTE:	
MORADA/SEDE SOCIAL DA ENTIDADE DECLARANTE:	
N.º DE PESSOA COLETIVA DA ENTIDADE DECLARANTE:	

Por ser verdade e por nos ter sido pedido, declaramos que, nos últimos 12 meses, o candidato acima indicado prestou os serviços de agência criativa digital que lhe foram por nós adjudicados, de forma competente, rigorosa e eficiente.

Mais declaramos que esses serviços compreenderam os seguintes âmbitos (*assinalar (x) os serviços efetivamente prestados pelo candidato*):

☐	Gestão de redes sociais
☐	Desenvolvimento aplicacional
☐	Produção de publicidade para formatos digitais
☐	Mobile marketing e e-mail marketing

Pela prestação dos serviços assinalados no período supra, o candidato auferiu honorários no valor global de € (.... Euros) ⁽¹⁾

[localidade e data]
[assinatura]

[nome de quem assina pela entidade declarante]
[cargo/função desempenhada na entidade declarante]
[nome da entidade declarante]

⁽¹⁾ O valor total não pode ser inferior a 70.000,00 € (setenta mil euros)

ANEXO III - DECLARAÇÃO RELATIVA AO VOLUME DE NEGÓCIOS

_____ (identificação do Candidato / do Agrupamento Candidato),
declara para efeitos do exigido no ponto **11.1.5. do Programa de Procedimento** do
Concurso Limitado por Prévia Qualificação para **PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGÊNCIA
CRIATIVA DIGITAL PARA AS MARCAS DA SANTA CASA DA MISERICÓRDIA DE LISBOA**, que o volume
de médio de Negócios dos últimos 3 (três) anos⁽¹⁾ foi de_____.

	201_	201_	202_
VOLUME DE NEGÓCIOS			

Local e Data:_____,___/___/___

Assinatura do (s) representante (s) legal (ais) do Candidato

⁽¹⁾ Para cálculo do volume médio de negócio deverão ser considerados os valores referentes aos três últimos anos, desde que já certificados legalmente

ANEXO IV - DECLARAÇÃO BANCÁRIA

[a que se refere a alínea a) do n.º 3 do artigo 179.º]

Procedimento de... (designação ou referência ao procedimento em causa), cujo anúncio foi publicado no Diário da República de..., e no Jornal Oficial da União Europeia de... (se aplicável)

... (designação, número de identificação fiscal e sede) (adiante, instituição de crédito), neste ato representada por... (nome, número de documento de identificação e morada), na qualidade de... (qualidade em que declara: representante legal, procurador ou outra), com poderes para o ato, declara, para os efeitos do disposto na alínea a) do n.º 3 do artigo 179.º do Código dos Contratos Públicos e da eventual adjudicação da proposta que... (firma, número de identificação fiscal e sede ou, no caso de agrupamento concorrente, firmas, números de identificação fiscal e sedes) (adiante, candidato) venha a apresentar no referido procedimento, o seguinte:

- a) A instituição de crédito obriga-se, perante o candidato e... (designação, número de identificação fiscal e sede da entidade adjudicante), a pôr à disposição do candidato todos os meios financeiros previsivelmente necessários ao integral cumprimento das obrigações resultantes do contrato a celebrar no caso de a adjudicação recair sobre a proposta a apresentar;
- b) Em cumprimento da obrigação prevista no número anterior, que vigora desde o início do prazo de vigência do contrato, a instituição de crédito atribui ao candidato uma linha de crédito que o habilita a sacar, para o efeito da execução do contrato, os referidos meios financeiros;
- c) A emissão, a validade e a eficácia da presente declaração e a constituição, a modificação e a extinção, a qualquer título, das obrigações por ela constituídas, são integralmente disciplinadas pela legislação portuguesa aplicável.

... (local),... (data),... (assinatura).

ANEXO V - DECLARAÇÃO COMPLEMENTAR

1. (nome, número de documento de identificação e morada), na qualidade e representante legal de (1) ...(firma, número de identificação fiscal e sede ou, no caso de Agrupamento Concorrente, firmas, números de identificação fiscal e sedes), tendo tomado inteiro e perfeito conhecimento do caderno de encargos relativo à execução do contrato a celebrar na sequência do procedimento de ... (designação ou referência ao procedimento em causa), declara, sob compromisso de honra, que a sua representada (2) se obriga a executar o referido contrato em conformidade com o conteúdo do mencionado caderno de encargos, relativamente ao qual declara aceitar, sem reservas, todas as suas cláusulas.

2. Declara também que executará o referido contrato nos termos previstos nos seguintes documentos, que junta em anexo (3):

a) ...

b) ...

3. Declara ainda que renuncia a foro especial e se submete, em tudo o que respeitar à execução do referido contrato, ao disposto na legislação portuguesa aplicável.

4. Mais declara, sob compromisso de honra, que não se encontra em nenhuma das situações previstas no n.º 1 do artigo 55.º do Código dos Contratos Públicos.

5. O declarante tem pleno conhecimento de que a prestação de falsas declarações implica, consoante o caso, a exclusão da proposta apresentada ou a caducidade da adjudicação que eventualmente sobre ela recaia e constitui contraordenação muito grave, nos termos do artigo 456.º do Código dos Contratos Públicos, a qual pode determinar a aplicação da sanção acessória de privação do direito de participar, como candidato, como Concorrente ou como membro de Agrupamento candidato ou Concorrente, em qualquer procedimento adotado para a formação de contratos públicos, sem prejuízo da participação à entidade competente para efeitos de procedimento criminal.

6. Quando a entidade adjudicante o solicitar, o Concorrente obriga -se, nos termos do disposto no artigo 81.º do Código dos Contratos Públicos, a apresentar a declaração que constitui o anexo II do referido Código, bem como os documentos comprovativos de que não se encontra nas situações previstas nas alíneas b), d), e) e h) do n.º 1 do artigo 55.º do referido Código.

7. O declarante tem ainda pleno conhecimento de que a não apresentação dos documentos solicitados nos termos do número anterior, por motivo que lhe seja imputável, determina a caducidade da adjudicação que eventualmente recaia sobre a proposta apresentada e constitui contraordenação muito grave, nos termos do artigo 456.º do Código dos Contratos Públicos, a qual pode determinar a aplicação da sanção acessória de

privação do direito de participar, como candidato, como Concorrente ou como membro de Agrupamento candidato ou Concorrente, em qualquer procedimento adotado para a formação de contratos públicos, sem prejuízo da participação à entidade competente para efeitos de procedimento criminal.

(local),..... de.....(data), ... [assinatura (4)].

(1) Aplicável apenas a Concorrentes que sejam pessoas coletivas.

(2) No caso de o Concorrente ser uma pessoa singular, suprimir a expressão «a sua representada».

(3) Enumerar todos os documentos que constituem a proposta, para além desta declaração, nos termos do disposto nas alíneas b), c) e d) do n.º 1 e nos n.º 2 e 3 do artigo 57.º.

(4) Nos termos do disposto nos n.ºs 4 e 5 do artigo 57.º.

ANEXO VI - PLANOS DE AÇÃO PARA EXERCÍCIOS CRIATIVOS**A. EXERCÍCIO CRIATIVO****CAMPANHA DE LANÇAMENTO DO NOVO SITE JOGOS SANTA CASA E DA NOVA APP JSC**

1. Enquadramento

Em outubro de 2014 foi lançado um novo canal de apostas: o site Jogos Santa Casa em www.jogossantacasa.pt. Este canal constitui um instrumento capaz de complementar a oferta de jogo disponibilizada através do canal tradicional, sendo ainda um veículo eficaz de comunicação. Para a maior parte das Lotarias a nível internacional, os canais digitais, como suporte ao negócio, são prioritários e cada vez mais importantes no modelo de exploração do negócio.

Os canais digitais dos JSC ganharam uma dimensão maior durante o confinamento obrigatório, com a recuperação de apostadores "adormecidos" e com a angariação de novos apostadores. Com crescimento considerável das vendas e de novos registos, revelaram-se algumas das fragilidades dos nossos canais digitais, por exemplo como o atual site não ser *responsive* ou a não disponibilização de outros meios de carregamento do cartão de jogador (MBway).

Apesar de algumas limitações, o Portal Jogos Santa Casa evolui consideravelmente nos últimos anos com a disponibilização de ferramentas que otimizaram a experiência de jogos dos seus apostadores, com a disponibilização de jogos exclusivos da Raspadinha e com a oferta de mais um canal de apostas: App Jogos Santa Casa.

A App JSC foi lançada em 2016 com o objetivo de reforçar a presença dos jogos sociais nos canais digitais e responder às expectativas dos nossos apostadores de apostar através dos seus dispositivos móveis. O Totobola é o único jogo que não está atualmente disponível na App, mas que será lançado com a nova App

Estamos agora em fase de projeto para o lançamento de um novo site e de uma nova app, que corresponda às exigências e necessidades dos apostadores dos nossos apostadores. Para além da necessidade imediata de um site *responsive*, com um design mais apelativo e com uma melhor usabilidade, queremos também uma comunicação mais segmentada e mais próxima dos nossos apostadores. Pretendemos ainda lançar novas funcionalidades (novas formas de apostar), um login descomplicado (no caso do Portal) e ferramentas de jogo responsável.

A APP JSC necessita também um novo design, de integrar algumas das funcionalidades que existem no Portal, melhorar a comunicação com os seus apostadores, e completar a oferta com a inclusão do Totobola.

2. Objetivos Estratégicos

- Captar novos apostadores do universo dos apostadores de jogos sociais
- Recuperar apostadores registados no Portal Jogos Santa Casa que deixaram de apostar nos últimos 2 anos
- Reforçar o posicionamento do Portal Jogos Santa Casa como um canal que permite apostar nos jogos sociais com a maior segurança e simplicidade.
- Aumentar a frequência de aposta dos atuais apostadores, que aguardam nestes últimos anos por melhorias nos nossos canais digitais

3. Objetivo Principal da Campanha

- Comunicar que há um novo site, com novo design, mais atual e ao encontro das necessidades dos atuais jogadores, com novas funcionalidades e adaptado a todos os dispositivos.
- Comunicar que há uma nova App com mais funcionalidades e com um novo design.
- Reforçar valores como segurança, comodidade e facilidade.
- Criar valor de "proximidade", que por norma só existe na relação apostador com o mediador (ponto de venda físico), mas agora também com o novo site/app, que permite uma comunicação segmentada com os seus apostadores (conta de apostador registado com um perfil definido com base nas preferências e experiências do apostador)

4. Público-Alvo

- Apostadores do Portal Jogos Santa Casa que deixaram de apostar nos últimos 2 anos
- Apostadores que utilizaram os nossos canais digitais, no período da pandemia, em alternativa ao ponto de venda
- Apostadores dos jogos sociais que nunca utilizaram os canais digitais para apostar
- Atuais apostadores do Portal Jogos Santa Casa

5. Desenvolvimento da Campanha

5.1. Marca Site e APP Jogos Santa Casa

- Valores: Comodidade, segurança, acessibilidade, rapidez.
- Naming: Site Jogos Santa Casa e App Jogos Santa Casa

- Assinatura atual: **“Boa sorte onde quer que esteja”**. Esta assinatura, no âmbito campanha, pode ser alterada, caso considerem que faça sentido.
- Outros aspetos relevantes da marca: oferece funcionalidades exclusivas, pode apostar a qualquer hora e em qualquer lugar,

5.2. Características do Portal e da App Jogos Santa Casa

Ver anexo (ficha do site e da app)

5.3. Timing da Campanha

Prevê-se uma 1ª vaga de duas semanas que deverá ter início uma semana após o lançamento do site e da app, de forma a ser possível a avaliação da estabilidade das novas plataformas de jogo.

Prevê-se também uma 2ª e uma 3ª vagas desta campanha (a incluir/definir na estratégia de comunicação nos 6 meses após lançamento - ponto 6.4).

6. Elementos da Proposta Criativa

Para o desenvolvimento da proposta criativa, deverão os concorrentes explicitar:

6.1. Estratégia / Ideia Criativa

6.2. Campanha

- Conceito Criativo e Impacto esperado
- Desenvolvimento Criativo nos vários suportes digitais
- Formatos digitais

O desenvolvimento das propostas apresentadas neste Concurso deverá integrar a corporização dos respetivos formatos, sendo admitidos todos os elementos gráficos ou audiovisuais que as agências concorrentes considerem necessários a uma correta avaliação da campanha.

6.3. Proposta de Estratégia de Meios Digitais

O concorrente deverá apresentar a proposta de estratégia e plano de meios que, no seu entender, seja a mais eficaz para a divulgação da sua campanha. No entanto, o plano deverá incluir ações de comunicação nas redes sociais dos Jogos Santa Casa.

6.4. Proposta de Estratégia de Comunicação Continua

Estratégia de comunicação para os 6 meses após o lançamento do novo site e da nova App.

6.5. Orçamento

Detalhar a totalidade dos custos estimados (produção e meios) da Campanha.

Notas:

- Os princípios do Jogo Responsável assumidos pelos Jogos Santa Casa (cfr. ponto 36.1. das Cláusulas Técnicas do Caderno de Encargos) devem ser considerados e respeitados.

B. EXERCÍCIO CRIATIVO:

COMUNICAR NAS REDES SOCIAIS SCML

1. Enquadramento

Com mais de cinco séculos de existência, a Santa Casa da Misericórdia de Lisboa (SCML) é uma instituição de direito privado e de utilidade pública administrativa que tem pautado a sua atuação, junto da comunidade, pela defesa de valores sociais inestimáveis, numa ótica de proximidade, respeito e defesa de boas causas.

A SCML tem como fins a realização da melhoria do bem-estar das pessoas, prioritariamente dos mais desprotegidos, abrangendo as áreas de ação social, saúde, educação e ensino, cultura e promoção da qualidade de vida, bem como a promoção, apoio e realização de atividades que visem a inovação, a qualidade e a segurança na prestação de serviços e, ainda, o desenvolvimento de iniciativas no âmbito da economia social. A SCML desenvolve ainda as atividades de serviço ou interesse público que lhe sejam solicitadas pelo Estado ou outras entidades públicas.

Ao longo da sua história secular, a Santa Casa tem contribuído para o bem-estar das pessoas nas diferentes fases da sua vida, privilegiando o cuidado e a proteção das crianças à sua guarda e a prevenção e a capacitação dos indivíduos e das famílias para que estes possam, tanto quanto possível, gerir as suas vidas de forma autónoma. A sua Obra Social é notável e de renome.

Vista como uma instituição assistencialista, reconhecida pela qualidade dos serviços prestados, a perceção (real) que o público tem da Santa Casa – como uma marca ligada à solidariedade, à ação social e às Boas Causas - é uma das mais fortes dimensões que exploramos nas nossas redes sociais.

Para além de darmos a conhecer os diferentes projetos que a instituição vai desenvolvendo, os canais digitais sociais da SCML têm como objetivo principal criar *awareness* para a marca, publicitando de forma próxima, humanizada e, muitas vezes, carinhosa, a nossa atuação junto dos diferentes públicos que acolhemos. Durante a pandemia, e sobretudo na fase mais complicada do primeiro confinamento, as redes sociais foram fundamentais para mostrarmos à sociedade que os nossos serviços essenciais se mantinham ao lado de quem mais precisa e que também a Santa Casa e os seus colaboradores se mantinham na chamada "linha-da-frente".

Um ano depois, queremos pensar numa estratégia de redes sociais para posicionamento no pós-pandemia. Em termos gerais, pretende-se sobretudo reforçar o conhecimento sobre os serviços disponibilizados pela instituição, cimentando o papel essencial que a instituição tem na área de Lisboa. Pretende-se obter reconhecimento pela qualidade dos serviços que a SCML disponibiliza, apesar da gratuitidade de alguns, bem como que esse reconhecimento seja vincado em serviços diferenciadores e abordagens próximas e modernas.

Simultaneamente, o trabalho desenvolvido deverá ter em conta as necessidades e estilos comunicacionais dos Jogos Santa Casa, uma vez que a estratégia desenvolvida deverá criar esta ligação entre as marcas e prever uma comunicação que se possa materializar nas redes sociais JSC, já que as receitas arrecadadas pelos jogos sociais do Estado possibilitam que a Santa Casa mantenha o seu apoio à sociedade.

2. Objetivos Estratégicos

- Alargar o número de seguidores (111 217 mil em Facebook, 7840 Instagram, 2700 Twitter e 15 167 LinkedIn) em todas as redes sociais SCML (mínimo 10%)
- Aumentar o *awareness* da marca e dos seus valores
- Estimular a participação do público alcançado (seja com comentários ou partilhas) de forma a aumentar a comunidade SCML que temos atualmente (sobretudo no Facebook) e fomentar a criação da referida comunidade nos canais onde a sua existência é pouco expressiva (Instagram, LinkedIn e Twitter)
- Encontrar uma forma de comunicação que permita divulgar os valores SCML através das suas diferentes marcas, de forma coerente, impactante e respeitando os objetivos distintos das marcas e submarcas envolvidas e com presença em redes sociais.
- Promover os serviços prestados por uma instituição que, apesar dos seus 522 anos de história, soube renovar-se e adequar-se à sociedade atual, com uma comunicação baseada em valores centenários, mas também em modernidade.

3. Objetivo Principal da Campanha

- Dar a conhecer as redes sociais SCML a um público mais vasto
- Comunicar através das mesmas com quem necessita de apoio e com quem não precisa, mas desconhece o vasto campo de ação da SCML
- Encontrar uma voz coerente (que possa ser replicada em outras campanhas ou em comunicações mais regulares) para as comunicações institucionais que envolvem as marcas Santa Casa da Misericórdia de Lisboa e Jogos Santa Casa
- Reforçar valores como proximidade, cuidado, acessibilidade
- Reforçar a marca como uma das grandes marcas sociais em Portugal

4. Público-Alvo

- Público nacional adulto
- Apostadores dos Jogos Santa Casa (maiores de 18 anos) que não sabem onde é aplicado o dinheiro advindo das suas apostas
- Lisboaetas que possam necessitar ou conhecer alguém que necessite da intervenção da SCML
- Lisboaetas que desconhecem o impacto que os serviços da SCML tem na sua cidade e/ou comunidade

5. Desenvolvimento da Campanha

5.1. Redes Sociais SCML

- Valores: proximidade, cuidado, acessibilidade, igualdade
- Assinatura: Por Boas Causas
- Outros aspetos relevantes da marca:
 - atua junto de pessoas dos “0 aos 100” em diferentes situações de carência (monetária, social, alimentar, habitação, etc).
 - Além das suas repostas sociais (creches, jardins de infância, lares, centros de dia, etc) e de saúde (hospitais, unidades de saúde, unidades de saúde móveis, centros de reabilitação) tem ainda uma forte componente cultural (com um museu, biblioteca, arquivo histórico e apoios a alguns dos mais relevantes eventos culturais do país) e um património vasto

5.2. Timing da Campanha

Os concorrentes terão a liberdade para propor, com base na sua proposta criativa, qual o melhor timing para a campanha proposta.

6. Elementos da Proposta Criativa

Para o desenvolvimento da proposta criativa, deverão os concorrentes explicitar:

6.1. Estratégia / Ideia Criativa

6.2. Campanha

- Conceito Criativo e Impacto esperado (global e por rede social)
- Desenvolvimento Criativo nos vários suportes digitais
- Formatos digitais

O desenvolvimento das propostas apresentadas neste Concurso deverá integrar a corporização dos respetivos formatos, sendo admitidos todos os elementos gráficos ou audiovisuais que as agências concorrentes considerem necessários a uma correta avaliação da campanha.

6.3. Proposta de Estratégia de Meios Digitais

O concorrente deverá apresentar a proposta de estratégia e plano de meios que, no seu entender, seja a mais eficaz para a divulgação da sua campanha. No entanto, o plano deverá incluir as redes sociais da SCML e dos Jogos Santa Casa.

6.4. Orçamento

Detalhar a totalidade dos custos estimados (produção e meios) da Campanha.

ANEXO VII - FORMULÁRIO DE PREÇOS DISCRIMINADOS

DESCRIÇÃO	PREÇO PROPOSTO
FEE MENSAL	€
FEE ANUAL	€
CUSTOS DE PRODUÇÃO – EXERCÍCIO CRIATIVO	€
CUSTOS DE PRODUÇÃO DA TABELA DE REFERÊNCIA	€

ANEXO VIII - FORMULÁRIO DE PREÇOS DA TABELA DE REFERÊNCIA PARA PRODUÇÃO

(Disponibilizado em formato excel)

ANEXO IX - MODELO DE DECLARAÇÃO DE HABILITAÇÃO

[a que se refere a alínea a) do n.º 1 do artigo 81.º do Código dos Contratos Públicos]

1. ... (nome, número de documento de identificação e morada), na qualidade de representante legal de (1) ... (firma, número de identificação fiscal e sede ou, no caso de Agrupamento Concorrente, firmas, números de identificação fiscal e sedes), Adjudicatário(a) no procedimento n.º **22DC11CLPQ015** para **PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGÊNCIA CRIATIVA DIGITAL PARA AS MARCAS DA SANTA CASA DA MISERICÓRDIA DE LISBOA**, declara, sob compromisso de honra, que a sua representada (2) não se encontra em nenhuma das situações previstas no n.º 1 do artigo 55.º do Código dos Contratos Públicos.
2. O declarante junta em anexo [ou indica... como endereço do sítio da Internet onde podem ser consultados (3)] os documentos comprovativos de que a sua representada (4) não se encontra nas situações previstas nas alíneas b), d), e) e h) do n.º 1 do artigo 55.º do Código dos Contratos Públicos.
3. O declarante tem pleno conhecimento de que a prestação de falsas declarações implica a caducidade da adjudicação e constitui contra-ordenação muito grave, nos termos do artigo 456.º do Código dos Contratos Públicos, a qual pode determinar a aplicação da sanção acessória de privação do direito de participar, como candidato, como Concorrente ou como membro de Agrupamento candidato ou Concorrente, em qualquer procedimento adotado para a formação de contratos públicos, sem prejuízo da participação à entidade competente para efeitos de procedimento criminal.

... (local), ... (data), ... [assinatura (5)].

(1) Aplicável apenas a Concorrentes que sejam pessoas coletivas.

(2) No caso de o Concorrente ser uma pessoa singular, suprimir a expressão «a sua representada».

(3) Acrescentar as informações necessárias à consulta, se for o caso.

(4) No caso de o Concorrente ser uma pessoa singular, suprimir a expressão «a sua representada».

(5) Nos termos do disposto nos n.os 4 e 5 do artigo 57.º.

ANEXO X - MODELO DE GUIA DE DEPÓSITO

Vai, com sede, pessoa coletiva nº, matriculada na Conservatória do Registo Comercial de sob o nº, com o capital social de, depositar na (sede, filial, agência ou delegação) da (instituição) a quantia deEuros... (..... euros), (em dinheiro ou representada por)....., como caução exigida para garantir a sua celebração, bem como o exato e pontual cumprimento de todas as obrigações legais e contratuais que assume com a celebração do contrato n.º **22DC11CLPQ015** para **PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGÊNCIA CRIATIVA DIGITAL PARA AS MARCAS DA SANTA CASA DA MISERICÓRDIA DE LISBOA**, nos termos do artigo 88.º, n.º 1, do Código dos Contratos Públicos. Este depósito fica à ordem da Santa Casa da Misericórdia de Lisboa, a quem deve ser remetido o respetivo conhecimento.

Data ...

Assinatura,

ANEXO XI - MODELO DE GARANTIA BANCÁRIA À PRIMEIRA SOLICITAÇÃO

Em nome e a pedido de (Adjudicatário), com sede em, pessoa coletiva n.º, matriculada na Conservatória do Registo Comercial de sob o n.º, com o capital social de, vem o Banco, com sede em, com capital social de, registado na Conservatória do Registo Comercial de, sob o n.º ... de __/__/__, declarar prestar a favor da Santa Casa da Misericórdia de Lisboa (SCML), com sede, em Lisboa, uma Garantia Bancária autónoma, irrevogável e à primeira solicitação, no valor de Euros(.....euros), correspondente à caução de 5% deEuros (valor de adjudicação), prevista no Programa do Concurso para a adjudicação da **PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGÊNCIA CRIATIVA DIGITAL PARA AS MARCAS DA SANTA CASA DA MISERICÓRDIA DE LISBOA (n.º 22DC11CLPQ015)**, destinada a garantir o bom e integral cumprimento de todas e quaisquer obrigações emergentes do referido contrato.

Assim, por força desta Garantia, obriga-se este Banco a pagar à primeira solicitação da SCML, sem interferência da garantida e observando o montante acima estabelecido sem que a SCML, tenha de justificar o pedido e sem que o Banco possa invocar em seu benefício quaisquer meios de defesa relacionados com o contrato acima identificado ou com o cumprimento das obrigações que a garantida assume com a celebração do contrato, as importâncias que a SCML, lhe solicite, sendo-lhe vedado deixar de o fazer sob qualquer pretexto ou fundamento, bem como a responder, respeitando o mesmo montante, pelas despesas decorrentes da medida judicial a que aquela entidade porventura se veja obrigada a recorrer para demandar a observância dos seus direitos.

O Banco deve pagar as quantias solicitadas pela SCML, no dia seguinte ao do pedido, findo o qual, sem que o pagamento seja realizado, contar-se-ão juros moratórios à taxa mais elevada praticada pelo Banco para as operações ativas, sem prejuízo de execução imediata da dívida assumida por este.

A presente Garantia autónoma não pode em qualquer circunstância ser denunciada, mantendo-se em vigor até à sua extinção nos termos do contrato e da legislação aplicável.

Assegura o Banco, outrossim, que o compromisso aqui assumido satisfaz plenamente as exigências e determinações da legislação portuguesa que é a aplicável e em especial a legislação bancária, sendo o foro do Tribunal da Comarca de Lisboa o competente para dirimir quaisquer questões relativas à presente garantia, com expressa renúncia a qualquer outro.

Finalmente declaram os signatários da presente que o Banco e estes estão regularmente autorizados a prestar Garantia Bancária desta natureza, consoante disposição do Estatuto Social do Banco.

É pois de Euros (..... Euros) o valor da presente Garantia.

Data

Assinaturas (Reconhecidas na qualidade).

ANEXO XII - MODELO DE SEGURO-CAUÇÃO À PRIMEIRA SOLICITAÇÃO

A companhia de seguros.....com sede em.....
Matriculada na Conservatória do Registo Comercial de, com o capital social de, presta o favor da Santa Casa da Misericórdia de Lisboa (SCML), com sede e ao abrigo de contrato de seguro-caução celebrado com (tomador do seguro), garantia à primeira solicitação, no valor de, correspondente à caução de 5% prevista no Programa do Concurso destinada a garantir o bom e integral cumprimento das obrigações que (empresa adjudicatária) com sede em, pessoa coletiva nº, matriculada na Conservatória do Registo Comercial de sob o nº, com o capital social de, assumirá no contrato que com ela a SCML, vai outorgar e que tem por objeto **a PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGÊNCIA CRIATIVA DIGITAL PARA AS MARCAS DA SANTA CASA DA MISERICÓRDIA DE LISBOA (n.º 22DC11CLPQ015)**, regulada nos termos da legislação aplicável (Código dos Contratos Públicos).

A companhia de seguros obriga-se a pagar aquela quantia nos 5 (cinco) dias úteis seguintes à primeira solicitação da SCML, sem que esta tenha de justificar o pedido e sem que a primeira possa invocar em seu benefício quaisquer meios de defesa relacionados com o contrato atrás identificado ou com o cumprimento das obrigações que..... (empresa adjudicatária) assume com a celebração do respetivo contrato.

A companhia de seguros não pode opor à SCML, quaisquer exceções relativas ao contrato de seguro-caução celebrado entre esta e o tomador do seguro.

A presente garantia, à primeira solicitação, não pode em qualquer circunstância ser revogada ou denunciada, mantendo-se em vigor até à sua extinção ou cancelamento, nos termos previstos no contrato e na legislação aplicável (Código dos Contratos Públicos).

O presente seguro-caução rege-se pela legislação portuguesa, sendo o foro do Tribunal da Comarca de Lisboa o competente para dirimir quaisquer questões deles emergentes, com expressa renúncia a qualquer outro.

Data

Assinaturas (Reconhecidas na qualidade)