

**ANACOM**



AUTORIDADE  
NACIONAL  
DE COMUNICAÇÕES

**ICP – AUTORIDADE NACIONAL DE COMUNICAÇÕES**

**CONCURSO PÚBLICO**

**PARA A AQUISIÇÃO DE SERVIÇOS DE CONCEPÇÃO, PRODUÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO  
DE UMA CAMPANHA PEDAGÓGICA SOBRE A TELEVISÃO DIGITAL TERRESTRE**

**PROGRAMA DO PROCEDIMENTO**

**JULHO DE 2011**

## **CAPÍTULO I**

### **DISPOSIÇÕES GERAIS**

#### **Artigo 1º**

##### **Objecto do procedimento**

1. O presente procedimento define os termos a que obedece a fase de formação do contrato até à sua celebração.
2. Salvo indicação em contrário, todos os artigos referidos no presente documento são relativos ao Programa do Procedimento.

#### **Artigo 2º**

##### **Entidade Adjudicante**

A entidade adjudicante é o ICP – Autoridade Nacional de Comunicações (ICP-ANACOM), com sede em Lisboa, na Av. José Malhoa, n.º 12, Telefone – 21 7211000 / Telefax – 21 7211001.

#### **Artigo 3º**

##### **Órgão que tomou a decisão de contratar**

A decisão de contratar foi tomada por deliberação do Conselho de Administração, de 7 de Julho de 2011, com a referência DE1892011CA.

#### **Artigo 4º**

##### **Órgão competente para prestar esclarecimentos**

O órgão competente para prestar esclarecimentos é o júri do concurso.

#### **Artigo 5º**

##### **Peças que constituem o procedimento**

1. O processo relativo ao presente procedimento é composto pelas seguintes peças:
  - a) Decisão de Contratar;
  - b) Anúncio do Procedimento;
  - c) Programa de concurso e seus anexos;
  - d) Caderno de encargos e seus anexos.

2. O processo a que se refere o número anterior integra ainda, se for caso disso, os esclarecimentos prestados e as listas de erros e omissões apresentadas pelos concorrentes e a que os aceita ou rejeita apresentada pela Entidade Adjudicante, nos termos definidos no presente programa de concurso.

#### **Artigo 6º**

##### **Contagem dos prazos**

Os prazos estabelecidos no presente programa contam-se nos termos do artigo 470.º do Código dos Contratos Públicos.

## **CAPÍTULO II INÍCIO DO PROCEDIMENTO**

#### **Artigo 7º**

##### **Consulta e fornecimento das peças do procedimento**

1. As peças do procedimento encontram-se disponíveis para fornecimento através de plataforma electrónica, cujo acesso é realizado através do endereço electrónico [www.compraspublicas.com](http://www.compraspublicas.com).
2. Deverá seleccionar o menu "Registo de Fornecedores", preencher o respectivo formulário e enviar os documentos solicitados para o endereço [credenciar.compraspublicas@construlink.com](mailto:credenciar.compraspublicas@construlink.com) ou outro indicado pela entidade que gere a referida plataforma.
3. As peças do concurso encontram-se disponíveis para consulta dos interessados na morada indicada no artigo 2.º, no Serviço de Atendimento ao Público, todos os dias úteis, das 09h00 às 16h00, desde o dia da publicação do anúncio até ao termo do prazo fixado para a apresentação das propostas.
4. As peças do concurso são exclusiva e gratuitamente disponibilizadas a todos os interessados e a sua aquisição não constitui, em caso algum, condição de participação.

#### **Artigo 8º**

##### **Esclarecimentos e rectificações**

1. Os esclarecimentos necessários à boa compreensão e interpretação das peças do procedimento devem ser solicitados pelos interessados, por escrito, no primeiro terço do prazo fixado para a apresentação das propostas, através da plataforma electrónica [www.compraspublicas.com](http://www.compraspublicas.com).

2. Os esclarecimentos a que se refere o número anterior são prestados por escrito, pelo júri do concurso, até ao termo do segundo terço do prazo fixado para a entrega das propostas, através da plataforma electrónica [www.compraspublicas.com](http://www.compraspublicas.com).
3. O Conselho de Administração do ICP-ANACOM pode proceder à rectificação de erros ou omissões das peças do procedimento, nos termos e no prazo previstos no número anterior.
4. Os esclarecimentos e as rectificações referidos nos números anteriores são disponibilizados na plataforma electrónica utilizada pela entidade adjudicante e juntos às peças do procedimento que se encontram patentes para consulta, devendo todos os interessados que as tenham adquirido ser imediatamente notificados desse facto.
5. Os esclarecimentos e as rectificações referidos nos n.ºs 1 a 3 fazem parte integrante das peças do procedimento a que dizem respeito e prevalecem sobre estas em caso de divergência.

## **CAPÍTULO III**

### **REGRAS DE PARTICIPAÇÃO**

#### **Artigo 9º**

##### **Natureza jurídica dos concorrentes**

1. As propostas podem ser apresentadas por pessoas singulares ou por pessoas colectivas.
2. Podem ainda apresentar propostas agrupamentos de pessoas singulares ou colectivas, sem que entre as mesmas exista qualquer modalidade jurídica de associação.
3. Os membros de um agrupamento concorrente não podem ser concorrentes no mesmo procedimento nem integrar outro agrupamento concorrente.
4. Todos os membros de um agrupamento concorrente são solidariamente responsáveis, perante a entidade adjudicante, pela manutenção da proposta.

#### **Artigo 10º**

##### **Modalidade jurídica do agrupamento adjudicatário**

Em caso de adjudicação, todos os membros do agrupamento concorrente, e apenas estes, devem associar-se, antes da celebração do contrato, na modalidade jurídica de consórcio externo em regime de responsabilidade solidária.

## **Artigo 11º**

### **Impedimentos**

Não podem ser concorrentes ou integrar qualquer agrupamento concorrente as entidades que se encontrem nalguma das situações previstas no artigo 55.º do Código dos Contratos Públicos.

## **CAPÍTULO IV**

### **JÚRI**

## **Artigo 12º**

### **Júri**

O procedimento é conduzido por um júri constituído por três membros efectivos, um dos quais preside, e dois membros suplentes, designados pelo Conselho de Administração do ICP-ANACOM.

## **Artigo 13º**

### **Funcionamento**

1. O júri inicia o exercício das suas funções no dia útil subsequente ao do envio do anúncio para publicação.
2. O júri só pode funcionar quando o número de membros presentes na reunião corresponda ao número de membros efectivos.
3. O júri pode designar um secretário, de entre o pessoal dos serviços do ICP-ANACOM, com aprovação do Conselho de Administração, a quem compete lavrar as actas das respectivas reuniões.
4. As deliberações do júri, que devem ser sempre fundamentadas, são tomadas por maioria de votos, não sendo admitida a abstenção.
5. Nas deliberações em que haja voto de vencido de algum membro do júri, devem constar da acta as razões da sua discordância.
6. Quando o considerar conveniente, o Conselho de Administração do ICP-ANACOM pode designar peritos ou consultores para apoiarem o júri no exercício das suas funções, podendo aqueles participar, sem direito de voto, nas reuniões do júri.

## **Artigo 14º**

### **Competência**

1. Compete nomeadamente ao júri do procedimento:
  - a) Conduzir o procedimento;
  - b) Prestar esclarecimentos;
  - c) Proceder à abertura e análise das propostas;
  - d) Elaborar os relatórios de análise das propostas.
2. Cabe ainda ao júri exercer a competência que lhe seja delegada pelo Conselho de Administração do ICP-ANACOM, não lhe podendo este, porém, delegar a competência para a decisão de adjudicação.

## **CAPÍTULO V**

### **PROPOSTAS**

## **Artigo 15º**

### **Prazo**

As propostas devem ser apresentadas até às 23:59 horas do 42.º (quadragésimo segundo) dia posterior ao do envio por meios electrónicos do anúncio ao Serviço de Publicações Oficiais das Comunidades Europeias, nos termos dos n.ºs 1 e 3 do artigo 136.º do Código dos Contratos Públicos.

## **Artigo 16º**

### **Preço Anormalmente Baixo**

Consideram-se propostas de preço anormalmente baixo as que apresentem um preço total de concepção e produção da campanha inferior a € 150.000,00 (Cento e Cinquenta Mil Euros).

## **Artigo 17º**

### **Documentos da proposta**

1. As propostas são constituídas pelos seguintes documentos:
  - a) Declaração do concorrente de aceitação do conteúdo do caderno de encargos, elaborada em conformidade com o modelo constante do Anexo I ao presente programa, do qual faz parte integrante;

**DOCUMENTOS QUE CONTENHAM OS ATRIBUTOS DA PROPOSTA, DE ACORDO COM OS QUAIS O CONCORRENTE SE DISPÕE A CONTRATAR (Art. 57.º n.º1 b) do CCP):**

**- Quanto à Concepção do Anúncio Televisivo**

- b) Descrição e explicitação do conceito proposto para o anúncio de Televisão;
- c) Argumento do anúncio principal (30") e do anúncio síntese (15");
- d) Storyboard do anúncio principal (30") e do anúncio síntese (15");

**- Quanto à Concepção dos Anúncios em MUPI (por cada tema)**

- e) Imagem Gráfica e Mensagem da Campanha;

**- Quanto à Concepção dos Anúncios Radiofónicos**

- f) Descrição e explicitação do conceito proposto para o anúncio de Rádio;
- g) Script do anúncio principal (30") e do anúncio síntese (15");

**- Quanto ao Plano de Meios dos Anúncios em Televisão**

- h) Plano de Meios de Implementação dos Anúncios em Televisão, contendo, designadamente, a posição exacta na grelha de programação dos canais televisivos escolhidos, com indicação, do dia, hora e duração do anúncio, para cada fase da campanha, Gross Ratings Points [GRP], audiência média (%) por faixa horária e share (%), de acordo com o modelo constante do Anexo II ao presente programa, do qual faz parte integrante;

**- Quanto ao Plano de Meios dos Anúncios em Rádio**

- i) Plano de Meios de Implementação dos Anúncios em Rádio, contendo, designadamente, a posição exacta dos anúncios radiofónicos na grelha de programação das estações indicadas no Caderno de Encargos, com indicação do dia, hora e duração do anúncio, para cada fase da campanha, da audiência média (%) por faixa horária e do share (%), de acordo com o modelo constante do Anexo III ao presente programa, do qual faz parte integrante;

**- Quanto ao Plano de Meios dos Anúncios em MUPI**

- j) Plano de Meios de Implementação dos Anúncios de MUPI, contendo, designadamente, a indicação dos locais de implementação dos anúncios concretamente propostos, incluindo o respectivo distrito e concelho, e, no caso do Plano de Meios da 1.ª e 2.ª Fases da campanha, por referência às NUTS III constantes do Anexo III do Caderno de Encargos, de acordo com o modelo constante do Anexo IV ao presente programa, do qual faz parte integrante;

**- Quanto ao Preço**

- k) Indicação do preço de concepção e produção da campanha, por meio de comunicação (televisão/rádio/MUPI), nos termos do modelo constante do Anexo V ao presente programa, do qual faz parte integrante;

DOCUMENTOS QUE CONTENHAM OS TERMOS OU CONDIÇÕES, RELATIVOS A ASPECTOS DA EXECUÇÃO DO CONTRATO AOS QUAIS A ENTIDADE ADJUDICANTE PRETENDE QUE O CONCORRENTE SE VINCULE | Art. 57.º n.º1 c) do CCP);

- l) Guião técnico de realização do anúncio principal de Televisão (30"), com indicação, pelo menos, do nome do realizador e meios técnicos utilizados;
- m) Indicação do preço de cada inserção por referência às inserções constantes dos Planos de Meios de Implementação dos Anúncios em Televisão, Rádio e MUPI referidos, respectivamente, nas alínea h), i) e j) do presente número e artigo;
- n) Indicação da antecedência mínima exigida pelas entidades titulares dos meios de comunicação para a entrega dos anúncios em Televisão, Rádio e MUPI;
- o) Documento contendo a posição geo-referenciada (Google Earth, Google Maps ou equivalente) dos locais de implementação dos anúncios de MUPI concretamente propostos;
- p) Indicação do prazo de produção dos anúncios para Televisão, Rádio e MUPI, nos termos do disposto na cláusula 9.ª do Caderno de Encargos.

2. As propostas são ainda constituídas pelos seguintes documentos:

- a) Declaração elaborada em conformidade com o modelo constante do Anexo VI ao presente programa, do qual faz parte integrante;
- b) Documentos que contenham os esclarecimentos justificativos da apresentação de um preço anormalmente baixo, nos termos do artigo 16.º.

3. Os documentos que constituem a proposta, incluindo os referidos no n.º3 do artigo 57.º do Código dos Contratos Públicos, são obrigatoriamente redigidos em língua portuguesa.

4. As declarações referidas na alínea a) do n.º 1 e na alínea a) do n.º2 devem ser assinadas pelo concorrente ou por representante que tenha poderes para o obrigar.

5. Quando a proposta seja apresentada por um agrupamento concorrente, as declarações referidas na alínea a) do n.º 1 e na alínea a) do n.º2 devem ser assinadas pelo representante comum dos membros que o integram, caso em que devem ser juntos à declaração os instrumentos de mandato emitidos por cada um dos seus membros ou, não existindo representante comum, devem ser assinada por todos os seus membros ou respectivos representantes.

### **Artigo 18º**

#### **Propostas variantes**

Não é admissível a apresentação de propostas variantes.

**Artigo 19º****Erros e Omissões do Caderno de Encargos**

1. Até ao termo do quinto sexto do prazo fixado para a apresentação das propostas, os interessados podem apresentar, através da plataforma electrónica, uma lista na qual identifiquem, expressa e inequivocamente, os erros e as omissões do caderno de encargos detectados e que digam respeito a:

- a) Aspectos ou dados que se revelem desconformes com a realidade; ou
- b) Espécie ou quantidade de prestações estritamente necessárias à integral execução do objecto do contrato a celebrar; ou ainda
- c) Condições técnicas de execução do objecto do contrato a celebrar que o interessado não considere exequíveis.

2. Exceptuam-se do disposto no ponto anterior os erros e as omissões que os concorrentes, actuando com a diligência objectivamente exigível em face das circunstâncias concretas, apenas pudessem detectar na fase de execução do contrato.

3. A apresentação da lista referida no n.º 1, por qualquer interessado, suspende o prazo fixado para a apresentação das propostas desde o termo do quinto sexto daquele prazo até à publicitação da decisão prevista no n.º 5. ou, não havendo decisão expressa, até ao termo do mesmo prazo.

4. As listas com a identificação dos erros e das omissões detectadas pelos interessados serão disponibilizadas na plataforma electrónica e todos aqueles que tenham adquirido as peças do procedimento serão notificados desse facto.

5. Até ao termo do prazo fixado para a apresentação das propostas, o Conselho de Administração do ICP-ANACOM, pronuncia -se sobre os erros e as omissões identificados pelos interessados, considerando -se rejeitados todos os que não sejam por ele expressamente aceites.

6. A decisão prevista no número anterior é publicitada na plataforma electrónica e junta às peças do procedimento que se encontrem patentes para consulta, devendo todos os interessados que as tenham adquirido ser imediatamente notificados do facto.

7. Nos documentos que constituem a proposta os concorrentes devem identificar, expressa e inequivocamente:

- a) Os termos do suprimento de cada um dos erros ou das omissões aceites nos termos do disposto no n.º 5, do qual não pode, em caso algum, resultar a violação de qualquer parâmetro base fixado no caderno de encargos;
- b) O valor, incorporado no preço ou preços indicados na proposta, atribuído a cada um dos suprimentos a que se refere a alínea anterior.

### **Artigo 20º**

#### **Modo de apresentação das propostas**

1. Os documentos que constituem a proposta são apresentados directamente na plataforma electrónica referida no artigo 7.º n.º2.
2. A recepção das propostas é registada com referência às respectivas data e hora, sendo entregue aos concorrentes, pela plataforma electrónica referida no número anterior, um recibo electrónico comprovativo dessa recepção.

### **Artigo 21º**

#### **Prazo da obrigação de manutenção das propostas**

O prazo da obrigação da manutenção das propostas é de 90 (noventa) dias contados da data do termo do prazo fixado para a apresentação das propostas.

### **Artigo 22º**

#### **Retirada da proposta**

1. Até ao termo do prazo fixado para a apresentação das propostas, os interessados que já as tenham apresentado podem retirá-las, bastando comunicarem tal facto ao ICP-ANACOM.
2. O exercício da faculdade prevista no número anterior não prejudica o direito de apresentação de nova proposta dentro daquele prazo.

## **CAPÍTULO VI**

### **ANÁLISE DAS PROPOSTAS E PREPARAÇÃO DA AJUDICAÇÃO**

### **Artigo 23º**

#### **Análise das propostas**

1. As propostas são analisadas em todos os seus atributos e termos ou condições.
2. São excluídas as propostas cuja análise revele:
  - a) Que não apresentem algum dos atributos, nos termos do disposto na alínea b) do n.º 1 do artigo 57.º do CCP;
  - b) Que apresentem atributos que violem os parâmetros base fixados no caderno de encargos ou que apresentem quaisquer termos ou condições que violem aspectos da execução do contrato a celebrar por aquele não submetidos à concorrência;

- c) A impossibilidade de avaliação das mesmas em virtude da forma de apresentação de algum dos respectivos atributos;
- d) Que o preço contratual seria superior ao preço-base;
- e) Um preço total anormalmente baixo, cujos esclarecimentos justificativos não tenham sido apresentados ou não tenham sido considerados;
- f) Que o contrato a celebrar implicaria a violação de quaisquer vinculações legais ou regulamentares aplicáveis;
- g) A existência de fortes indícios de actos, acordos, práticas ou informações susceptíveis de falsear as regras de concorrência.

3. A exclusão de quaisquer propostas com fundamento no disposto nas alíneas e) e g) do número anterior será comunicada à Autoridade da Concorrência e, se o fundamento for o previsto na alínea e), à Comissão Europeia.

## **Artigo 24º**

### **Esclarecimentos sobre as propostas**

1. O júri do procedimento pode pedir aos concorrentes quaisquer esclarecimentos sobre as propostas apresentadas que considere necessários para efeito da análise e da avaliação das mesmas.
2. Os esclarecimentos prestados pelos respectivos concorrentes fazem parte integrante das mesmas, desde que não contrariem os elementos constantes dos documentos que as constituem, não alterem ou completem os respectivos atributos, nem visem suprir omissões que determinam a sua exclusão nos termos do disposto na alínea a) do n.º 2 do artigo 70.º do Código dos Contratos Públicos.
3. Os esclarecimentos referidos no número anterior devem ser disponibilizados em plataforma electrónica utilizada pela entidade adjudicante, devendo todos os concorrentes ser imediatamente notificados desse facto.

## **Artigo 25º**

### **Critério de adjudicação**

A adjudicação será feita segundo o critério da proposta economicamente mais vantajosa e de acordo com o modelo de avaliação constante do Anexo VII do Programa do Procedimento, que dele faz parte integrante, tendo em consideração os seguintes Factores de avaliação e respectivas ponderações:

- a) Qualidade Técnica da Proposta: 54%
- b) Plano de Meios: 42%

- c) Preço do Serviço de Concepção e Produção da Campanha: 4%

### Artigo 26º

#### Relatório preliminar

1. Após a análise das propostas e a aplicação do critério de adjudicação, o júri elabora fundamentadamente um relatório preliminar, no qual propõe a ordenação das mesmas.

2. No relatório preliminar a que se refere o número anterior, o júri propõe também, fundamentadamente, a exclusão das propostas:

- a) Que tenham sido apresentadas depois do termo fixado para a sua apresentação;
- b) Que sejam apresentadas por concorrentes em violação do disposto no n.º 2 do artigo 54.º do Código dos Contratos Públicos;
- c) Que sejam apresentadas por concorrentes relativamente aos quais ou, no caso de agrupamentos concorrentes, relativamente a qualquer dos seus membros, a entidade adjudicante tenha conhecimento que se verifica alguma das situações previstas no artigo 55.º do Código dos Contratos Públicos;
- d) Que não sejam constituídas por todos os documentos exigidos nos termos do disposto no n.º 1 do artigo 57.º do Código dos Contratos Públicos;
- e) Que não cumpram o disposto nos n.ºs 4 e 5 do artigo 57.º ou nos n.ºs 1 e 2 do artigo 58.º, ambos do Código dos Contratos Públicos;
- f) Que sejam apresentadas como variantes;
- g) Que, identificando erros ou omissões das peças do procedimento, não cumpram o disposto no n.º 7 do artigo 61.º, do Código dos Contratos Públicos;
- h) Que não observem as formalidades do modo de apresentação das propostas fixadas no artigo 19.º.
- i) Que sejam constituídas por documentos falsos ou nas quais os concorrentes prestem culposamente falsas declarações.
- j) Que sejam apresentadas por concorrentes em violação das regras específicas fixadas pela Entidade Adjudicante ao abrigo do disposto no n.º 4 do artigo 132.º do Código dos Contratos Públicos.
- k) Cuja análise revele alguma das situações previstas no n.º2 do artigo 70.º do Código dos Contratos Públicos.

3. Do relatório preliminar constará referência aos esclarecimentos prestados pelos concorrentes nos termos do disposto no artigo 72.º do Código dos Contratos Públicos.

**Artigo 27º****Audiência prévia**

Elaborado o relatório preliminar, o júri procede à audiência prévia nos termos do disposto no n.º 1 do artigo 123.º do Código dos Contratos Públicos.

**Artigo 28º****Relatório final**

1. Cumprido o disposto no artigo anterior, o júri elabora um relatório final fundamentado, no qual pondera as observações das concorrentes efectuadas 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 do Código dos Contratos Públicos.
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 artigo anterior, sendo subseqüentemente aplicável o disposto no número anterior.
3. O relatório final, juntamente com os demais documentos que compõem o processo de concurso, é enviado ao Conselho de Administração do ICP-ANACOM.
4. Cabe ao Conselho de Administração do ICP-ANACOM decidir sobre a aprovação de todas as propostas contidas no relatório final, nomeadamente para efeitos de adjudicação.

**CAPÍTULO VI  
ADJUDICAÇÃO****Artigo 29º****Adjudicação**

1. O Conselho de Administração do ICP-ANACOM toma a decisão de adjudicação que é notificada aos concorrentes até ao termo do prazo da obrigação de manutenção das propostas.
2. Por motivo devidamente justificado, a decisão de adjudicação pode ser tomada e notificada aos concorrentes após o termo do prazo referido no número anterior, sem prejuízo do direito de recusa da adjudicação pelo concorrente cuja proposta foi a escolhida.

3. A decisão de adjudicação é notificada, em simultâneo, a todos os concorrentes.
4. Juntamente com a notificação da decisão de adjudicação, o ICP-ANACOM notifica o adjudicatário para:
  - a) Apresentar os documentos de habilitação exigidos;
  - b) Prestar caução, indicando expressamente o seu valor;
  - c) Confirmar compromissos assumidos por terceiras entidades no prazo fixado para a apresentação dos documentos de habilitação.
5. As notificações referidas nos números anteriores são acompanhadas do relatório final de análise das propostas.

## **Artigo 30º**

### **Causas de não adjudicação**

1. Não há lugar a adjudicação quando:
  - a) Nenhum concorrente haja apresentado proposta;
  - b) Todas as propostas tenham sido excluídas;
  - c) Por circunstâncias imprevistas, seja necessário alterar aspectos fundamentais das peças do procedimento após o termo do prazo fixado para a apresentação das propostas;
  - d) Circunstâncias supervenientes ao termo do prazo fixado para a apresentação das propostas, relativas aos pressupostos da decisão de contratar, o justifiquem.
2. A decisão de não adjudicação, bem como os respectivos fundamentos, será notificada a todos os concorrentes.

## **CAPÍTULO VII**

### **HABILITAÇÃO**

## **Artigo 31º**

### **Documentos de habilitação**

O adjudicatário deve entregar, no prazo de 10 (dez) dias a contar da notificação da decisão de adjudicação, os documentos de habilitação referidos no n.º 1 do artigo 81.º do Código dos Contratos Públicos.

### **Artigo 32º**

#### **Idioma dos documentos de habilitação**

1. Todos os documentos de habilitação do adjudicatário devem ser redigidos em língua portuguesa.
2. Quando, pela sua própria natureza ou origem, os documentos de habilitação estiverem redigidos em língua estrangeira, deve o adjudicatário fazê-los acompanhar de tradução devidamente legalizada.

### **Artigo 33º**

#### **Modo de apresentação dos documentos de habilitação**

1. O adjudicatário deve apresentar reprodução dos documentos de habilitação referidos no artigo 31.º através de plataforma electrónica referida no artigo 7.º n.º1 ou, no caso de esta se encontrar indisponível, através de correio electrónico (catarina.morgado@anacom.pt) ou de outro meio de transmissão escrita e electrónica de dados.
2. Quando os documentos a que se referem a alínea b) do n.º 1 e o n.º4 do artigo 81.º do Código dos Contratos Públicos se encontrem disponíveis na Internet, o adjudicatário pode, em substituição da apresentação da sua reprodução, indicar ao ICP-ANACOM o endereço do sítio onde aqueles podem ser consultados, bem como a informação necessária a essa consulta, desde que os referidos sítio e documentos dele constantes estejam redigidos em língua portuguesa.
3. Quando o adjudicatário tenha prestado consentimento, nos termos da lei, para que o ICP-ANACOM consulte a informação relativa a qualquer dos documentos referidos no número anterior, é dispensada a sua apresentação nos termos do n.º 1 ou a indicação prevista no número anterior.
4. O órgão competente para a decisão de contratar pode sempre exigir ao adjudicatário, em prazo que fixar para o efeito, a apresentação dos originais de quaisquer documentos cuja reprodução tenha sido apresentada nos termos do disposto no n.º 1, em caso de dúvida fundada sobre o conteúdo ou a autenticidade dos mesmos.
5. Quando o adjudicatário for um agrupamento de pessoas singulares ou colectivas os documentos previstos no artigo 31.º devem ser apresentados por todos os seus membros;

**CAPÍTULO VIII****CAUÇÃO****Artigo 34º****Caução**

1. A caução, destinada a garantir a celebração do contrato, bem como o exacto e pontual cumprimento de todas as obrigações legais e contratuais, deve ser prestada mediante garantia bancária ou seguro-caução, nos termos dos modelos constantes do Anexos VIII e IX ao presente Programa, que dele fazem parte integrante.
2. O valor da caução a prestar é de 5% do preço contratual.
3. Não é exigida a prestação de caução desde que o adjudicatário, no prazo correspondente, apresente seguro da execução do contrato a celebrar, ou declaração de assunção de responsabilidade solidária, emitidos nos termos previstos no n.º 4 do artigo 88.º do Código dos Contratos Públicos.
4. Todas as despesas e encargos relativos à prestação de caução correm por conta do adjudicatário.

**CAPÍTULO IX****DISPOSIÇÕES FINAIS****Artigo 35º****Despesas e encargos**

As despesas e os encargos inerentes à redução do contrato a escrito são da responsabilidade do adjudicatário.

**Artigo 36º****Falsidade de documentos e de declarações**

Sem prejuízo da participação à entidade competente para efeito de procedimento criminal, a falsificação de qualquer documento de habilitação ou a prestação culposa de falsas declarações determina a caducidade da adjudicação.

## **Artigo 36º**

### **Novos serviços**

Nos termos e para os efeitos do disposto na alínea a) do n.º 1 do artigo 27.º do Código dos Contratos Públicos, desde já se indica a possibilidade de adopção de um procedimento de ajuste directo para a celebração de um futuro contrato de aquisição de novos serviços que consistam na repetição de serviços similares aos que constituem o objecto do presente concurso público.

## **Artigo 37º**

### **Legislação aplicável**

A tudo o que não esteja especialmente previsto no presente programa aplica-se o regime previsto no Código dos Contratos Públicos e legislação complementar.

**ANEXO I****MODELO DE DECLARAÇÃO**

*(a que se refere a alínea a) do n.º 1 do Artigo 17.º)*

1. [nome, n.º de documento de identificação e morada] na qualidade de representante legal de [firma, n.º de identificação fiscal e sede], tendo tomado inteiro e perfeito conhecimento do caderno de encargos relativo à execução do contrato a celebrar na sequência do Concurso Público para a **"AQUISIÇÃO DE SERVIÇOS DE CONCEPÇÃO, PRODUÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO DE UMA CAMPANHA PUBLICITÁRIA SOBRE A TELEVISÃO DIGITAL TERRESTRE"**, promovido por ICP – **AUTORIDADE NACIONAL DE COMUNICAÇÕES**, declara, sob compromisso de honra, que a sua representada 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:
  - 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:
  - a) Não se encontra em estado de insolvência, em fase de liquidação, dissolução ou cessação de actividade, sujeita a qualquer meio preventivo de liquidação de patrimónios ou em qualquer situação análoga, nem tem o respectivo processo pendente;
  - b) Os titulares dos seus órgãos sociais [de administração, direcção ou gerência] não foram condenados por qualquer crime que afecte a sua honorabilidade profissional;
  - c) Os titulares dos seus órgãos sociais de [administração, direcção ou gerência] não foram objecto de aplicação de sanção administrativa por falta grave em matéria profissional;
  - d) Tem a sua situação regularizada relativamente a contribuições para a segurança social em Portugal;
  - e) Tem a sua situação regularizada relativamente a impostos devidos em Portugal;

- f) Não foi objecto de aplicação de sanção acessória prevista na alínea e) do n.º 1 do artigo 21º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de Outubro, no Artigo 45º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho e no n.º 1 do Artigo 460º do Código dos Contratos Públicos;
  - g) Não foi objecto aplicação da sanção acessória prevista na alínea b) do n.º 1 do Artigo 627º do Código do Trabalho;
  - h) Não foi objecto de aplicação, há menos de dois anos, de sanção administrativa ou judicial pela utilização ao seu serviço de mão-de-obra legalmente sujeita ao pagamento de impostos e contribuições para a segurança social, não declarada nos termos das normas que imponham essa obrigação em Portugal;
  - i) Os titulares dos seus órgãos sociais [de administração, direcção ou gerência] não foram condenados por alguns dos seguintes crimes:
    - i) Participação em actividades de uma organização criminosa, tal como definida no n.º 1 do Artigo 2º da Acção Comum n.º 98/773/JAI, do Conselho;
    - ii) Corrupção, na acepção do artigo 3º do Acto do Conselho de 26 de Maio de 1997 e do n.º 1 do artigo 3º da Acção Comum n.º 98/742/JAI, do Conselho;
    - iii) Fraude, na acepção do artigo 1º da Convenção relativa à Protecção dos Interesses Financeiros das Comunidades Europeias;
    - iv) Branqueamento de capitais, na acepção do artigo 1º da Directiva n.º 91/308/CEE, do Conselho, de 10 de Junho, relativa à prevenção da utilização do sistema financeiro para efeitos de branqueamento de capitais;
  - j) Não prestou a qualquer título, directa ou indirectamente, assessoria ou apoio técnico na preparação e elaboração das peças do procedimento.
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 contra-ordenação muito grave, nos termos do artigo 456º 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 adoptado 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 81º do Código dos Contratos Públicos, a apresentar a declaração que constitui o anexo II do referido Código,

bem como os documentos comprovativos de que se encontra nas situações previstas nas alíneas b), d), e) e i) do n.º 4 desta declaração.

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 contra-ordenação muito grave, nos termos do artigo 456º 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 adoptado para a formação de contratos públicos, sem prejuízo da participação à entidade competente para efeitos de procedimento criminal.

.....

[local], [data]

.....

[assinatura]

## ANEXO II PLANO DE MEIOS DOS ANÚNCIOS EM TELEVISÃO (a que se refere o Artigo 17.º n.º 1 alínea h))

PROGRAMA	HORÁRIO	FAIXA HORÁRIA DO CADENHO DE ENCARGOS	SPOT*	CUSTO	GRP's	N.º DE INSERÇÕES**	CALENDÁRIO									
							DIÁ SEMANA DA SEMANA	DIÁ DO MÊS E DA SEMANA								
[CANAL]																
[PROGRAMA]																
[CANAL]																
[PROGRAMA]																
[CANAL]																
[PROGRAMA]																

INDICADOR	[CANAL 1]	[CANAL 2]	[CANAL 3]
TOTAL DE INSERÇÕES POR CANAL			
TOTAL DE INSERÇÕES GLOBAL			

INDICADOR	FASE 1	FASE 2	FASE 3
TOTAL DE INSERÇÕES POR FASE DA CAMPANHA			
N.º MÉDIO DE INSERÇÕES FASE DA CAMPANHA			
N.º MÉDIO DE INSERÇÕES DIÁRIO			

INDICADOR	[CANAL 1]	[CANAL 2]	[CANAL 3]
AUDIÊNCIA MÉDIA (%) POR FAIXA HORÁRIA			
FAIXA HORÁRIA			
FAIXA HORÁRIA			
SHARE (%) POR PROGRAMA OU HORÁRIO			
PROGRAMA OU HORÁRIO			
EFICIÊNCIA MÉDIA DE CONTACTOS (CTR)			

\* Principal (30") ou secundária (15")

\*\* Total durante a campanha por canal/programa/horário

## ANEXO III PLANO DE MEIOS DOS ANÚNCIOS EM RÁDIO (a que se refere o Artigo 17.º n.º 1 alínea i))

PROGRAMA	FAIXA HORÁRIA DO CALEÁRIO DE ESCARGOS	SPOT*	CUSTO	GROSS	N.º DE INSERÇÕES**	CALENDRÁRIO								
						[Mês]								
						[DA DO MÊS DA SEMANA]								
[ESTACÃO]														
[ESTACÃO]														

INDICADOR	[ESTACÃO 1]	[ESTACÃO 2]
TOTAL DE INSERÇÕES POR ESTACÃO		
TOTAL DE INSERÇÕES GLOBAL		

INDICADOR	FASE 1	FASE 2	PERCENTAGEM FASE 1
TOTAL DE INSERÇÕES POR FASE DA CAMPANHA			
N.º MÉDIO DE INSERÇÕES FASE DA CAMPANHA			
N.º MÉDIO DE INSERÇÕES DIÁRIO			

INDICADOR	[ESTACÃO 1]	[ESTACÃO 2]
AUDIÊNCIA MÉDIA (%) POR FAIXA HORÁRIA		
[FAIXA HORÁRIA]		
[FAIXA HORÁRIA]		
SHARE (%) POR PROGRAMA OU HORÁRIO		
[PROGRAMA OU HORÁRIO]		
FREQUÊNCIA MÉDIA DE CONTACTOS (OTS)		

\* Principal (30") ou síntese (15")

\*\* Durante a campanha naquela estação/faixa horária

## ANEXO IV PLANO DE MEIOS DOS ANÚNCIOS EM MUPI (a que se refere o Artigo 17.º n.º 1 alínea j))

FACES	BDE	DISTRITO	CONCELHO	FREGUESIA	TIPO DE MUPI*	COORDENADAS DA LOCALIZAÇÃO DO MUPI	CUSTO POR FACE	FASE DA CAMPANHA	CALENDÁRIO	
									[MÊS]	[DIAS DO MÊS E DA SEMANA DO INÍCIO DA COLOCAÇÃO]
[N.º DE FACES]										

\* Anúpi: abrigo, mastro, quiosque.

INDICADOR	FASE 1	FASE 2	FASE 3
TOTAL DE FACES GLOBAL			
TOTAL DE FACES POR FASE DA CAMPANHA			
TOTAL DE FACES CO RESPONDENTES AO ART. 17.º ALÍNEA d)			
2º E 2ª FASE DO CADERNO DE ENCARGOS			
TOTAL DE FACES CO RESPONDENTES AO ART. 17.º ALÍNEA d)			
3ª FASE DO CADERNO DE ENCARGOS			

**ANEXO V**

**INDICAÇÃO DO PREÇO DE CONCEPÇÃO E PRODUÇÃO DA CAMPANHA, EM CADA MEIO (TELEVISÃO/RÁDIO/MUPI)**  
*(a que se refere o Artigo 17.º n.º1 alínea k)*

[nome, n.º de documento de identificação e morada] na qualidade de representante legal de [firma, n.º de identificação fiscal e sede], de ora em diante apenas designado por concorrente, tendo tomado inteiro e perfeito conhecimento do caderno de encargos relativo à execução do contrato a celebrar na sequência do Concurso Público para a **"AQUISIÇÃO DE SERVIÇOS DE CONCEPÇÃO, PRODUÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO DE UMA CAMPANHA PUBLICITÁRIA SOBRE A TELEVISÃO DIGITAL TERRESTRE"**, promovido por **ICP – AUTORIDADE NACIONAL DE COMUNICAÇÕES**, declara, sob compromisso de honra, que em caso de adjudicação, obriga-se prestar os Serviços de Concepção e Produção da campanha pelos seguintes preços:

Concepção do Anúncio de Televisão: € ..... (extenso)

Concepção do Anúncio de MUPI: € ..... (extenso)

Concepção do Anúncio de Rádio: € ..... (extenso)

Total da Concepção da Campanha: € ..... (extenso)

Produção do Anúncio de Televisão: € ..... (extenso)

Produção do Anúncio de MUPI: € ..... (extenso)

Produção do Anúncio de Rádio: € ..... (extenso)

Total da Produção da Campanha: € ..... (extenso)

Aos preços indicados acresce o IVA à taxa de ...% no valor de € ..... (extenso)

.....  
[local], [data]

.....  
[assinatura]

## ANEXO VI

### MODELO DE DECLARAÇÃO

*(a que se refere o Artigo 17.º n.º2 alínea a))*

1. [nome, n.º de documento de identificação e morada] na qualidade de representante legal de [firma, n.º de identificação fiscal e sede], de ora em diante apenas designado por concorrente, tendo tomado inteiro e perfeito conhecimento do caderno de encargos relativo à execução do contrato a celebrar na sequência do Concurso Público para a **"AQUISIÇÃO DE SERVIÇOS DE CONCEPÇÃO, PRODUÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO DE UMA CAMPANHA PUBLICITÁRIA SOBRE A TELEVISÃO DIGITAL TERRESTRE"**, promovido por ICP – AUTORIDADE NACIONAL DE COMUNICAÇÕES, declara, sob compromisso de honra, para os devidos e legais efeitos, que todo e qualquer trabalho por si apresentado no âmbito do referido concurso é original e da sua exclusiva criação e que não infringe direitos de terceiros, sejam eles de que natureza forem.
2. Mais declara que a inclusão no seu trabalho de todo e qualquer elemento criado por terceiros foi por estes devidamente autorizada, podendo, assim, o ICP-ANACOM fazer toda e qualquer utilização do trabalho apresentado pelo concorrente no âmbito do concurso referido sem qualquer limitação.
3. Declara, ainda, que toda e qualquer reclamação que seja feita junto do ICP-ANACOM ou de qualquer entidade, mas que envolva, directa ou indirectamente, o ICP-ANACOM referente a uma eventual violação de direitos de terceiros decorrente da utilização do trabalho apresentado pelo concorrente deverá ser sempre, por si, assumida, eximindo, pela presente declaração, o ICP-ANACOM de toda e qualquer responsabilidade pela eventual utilização de direitos, bens ou serviços de terceiros.

.....  
[local], [data]

.....  
[assinatura]

## Anexo VII

MODELO DE AVALIAÇÃO DO CONCURSO PÚBLICO PARA AQUISIÇÃO DE SERVIÇOS DE CONCEPÇÃO, PRODUÇÃO E  
IMPLEMENTAÇÃO DE UMA CAMPANHA PEDAGÓGICA SOBRE A TELEVISÃO DIGITAL TERRESTRE

(a que se refere o artigo 25.º)

## 1. Disposições gerais

A apreciação das propostas, à luz do Artigo 139º do Código dos Contratos Públicos, será efectuada através da utilização da Metodologia Multicritério de Apoio à Decisão MACBETH<sup>1</sup>, (*Measuring Attractiveness by a Categorical Based Evaluation Technique*).

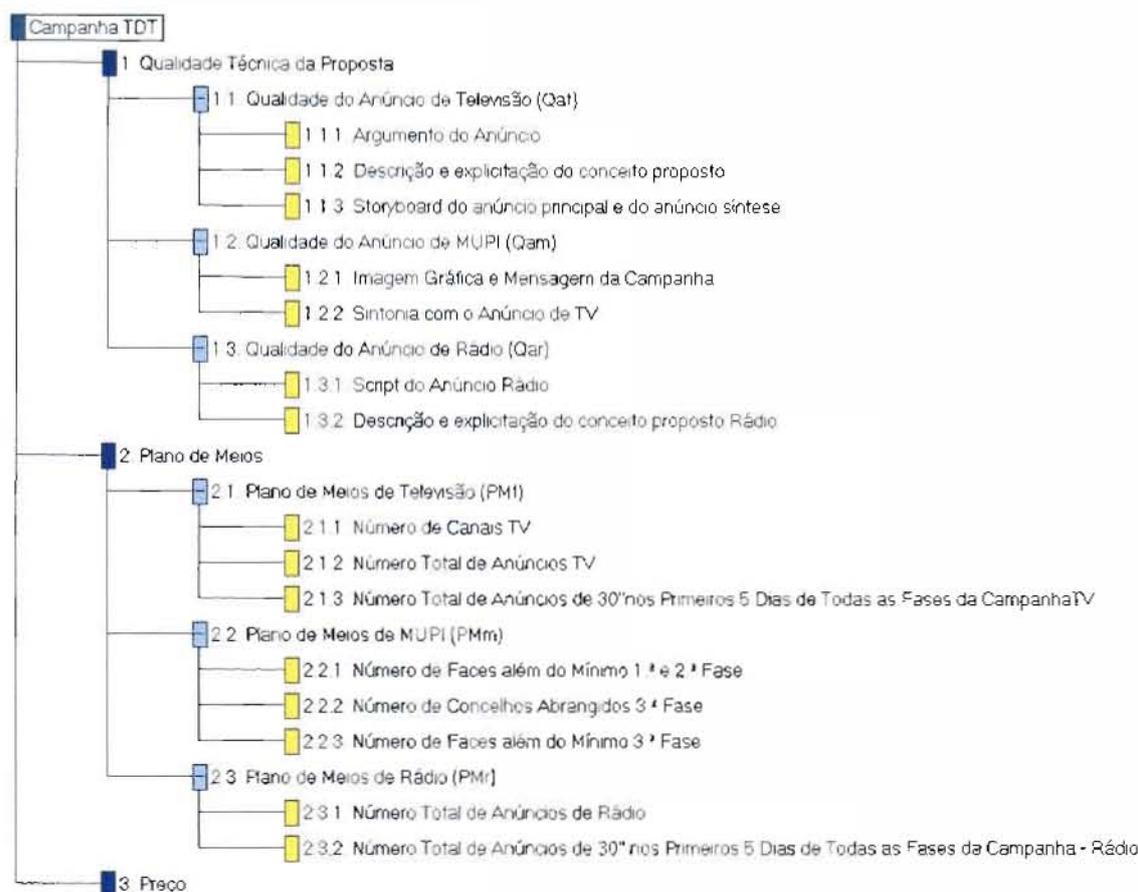
A abordagem MACBETH assenta num modelo de agregação aditiva que apenas requer julgamentos qualitativos relativos a diferenças de atractividade entre cada par de elementos (factores de avaliação), gerando pontuações para as propostas em cada factor de avaliação, bem como para as ponderações dos próprios factores, dando origem a uma escala constituída por sete níveis: *Nula; Muito Fraca; Fraca; Moderada; Forte; Muito Forte; e Extrema*.

Esta abordagem é apoiada pelo *software* M-Macbeth, que verifica automaticamente a consistência dos julgamentos expressos e introduzidos na aplicação, propondo sugestões para a resolução de eventuais inconsistências.

O processo MACBETH de apoio à decisão evolui depois para a construção de um modelo quantitativo de avaliação, onde as funcionalidades do *software*, tendo por base os julgamentos qualitativos, geram escalas quantitativas de pontuações e pesos para cada factor e subfactor, apresentando-os em diversos formatos gráficos, que permitirão a sua análise e discussão com vista à definição dos factores de apreciação das propostas e respectivos coeficientes de ponderação.

No presente procedimento para aquisição de serviços de concepção, produção e implementação de uma campanha pedagógica sobre a televisão digital terrestre foram identificados os seguintes factores e subfactores que densificam o critério de adjudicação da proposta economicamente mais vantajosa:

<sup>1</sup> Ver, por exemplo, Bana e Costa, C.A., Ferreira, J.A.A., Corrêa, E.C. (2000), "Metodologia Multicritério de Apoio à Avaliação de Propostas em Concursos Públicos", em C.H. Antunes, L. Valadares Tavares (eds.), *Casos de Aplicação da Investigação Operacional*, McGraw-Hill, Lisboa, 2000 (336-363); ou, Bana e Costa, C.A., Corrêa, E.C., De Corte, J.M., Vansnick, J.C., "Facilitating bid evaluation in public call for tenders: a socio-technical approach", *OMEGA: The International Journal of Management Science*, 30, 3, 2002, (227-242)



Para os subfactores dos Factores Qualidade Técnica da Proposta e Plano de Meios e para o Factor Preço, que não contempla subfactores, foram identificados indicadores que permitirão operacionalizar a avaliação das propostas, de uma forma sistemática e transparente.

Para cada subfactor foram identificados dois níveis de referência, Bom e Neutro, os quais possuem um valor intrínseco para cada descriptor, que permitem operacionalizar a ideia do que é considerado pela Entidade Adjudicante uma proposta "boa" e uma proposta "neutra", isto é, uma proposta nem atractiva, nem repulsiva.

As pontuações parciais de cada proposta quanto a cada um dos subfactores dos Factores Qualidade Técnica da Proposta e Plano de Meios e quanto ao Factor Preço, que não contempla subfactores, serão atribuídas através da sua avaliação qualitativa ou quantitativa, consoante o caso, por referência aos níveis previamente definidos, Bom e Neutro, aos quais correspondem as pontuações de 50 e 70 pontos, respectivamente.

Assim, sempre que a avaliação de uma proposta seja:

- equivalente ao nível de referência Bom, obterá uma pontuação de 70 pontos;
- equivalente ao nível de referência Neutro, obterá uma pontuação de 50 pontos;
- superior ao nível de referência Bom, obterá uma pontuação superior a 70 pontos;
- inferior ao nível de referência Neutro, obterá uma pontuação inferior a 50 pontos;
- inferior ao nível de referência Bom, mas superior ao nível Neutro, obterá uma pontuação inferior a 70 pontos e superior a 50 pontos.

Da avaliação efectuada poderão resultar propostas consideradas superiores ou inferiores relativamente aos níveis Bom e Neutro definidos, em cada subfactor.

As escalas de referência constam do presente Modelo de Avaliação no capítulo dedicado a cada factor ou subfactor.

Relativamente à pontuação de cada proposta nos factores e subfactores avaliados, esta será arredondada à segunda casa decimal mais próxima, sendo que no caso de existirem duas possibilidades de arredondamento, será considerado o arredondamento à segunda casa decimal superior.

## **2. Pontuações das propostas**

### **2.1. Pontuação final das propostas**

A Pontuação Final (PF) de cada proposta, expressa numericamente, corresponde ao resultado da soma das pontuações parciais obtidas em cada factor ou subfactor, multiplicadas pelos valores dos respectivos coeficientes de ponderação, nos seguintes termos:

$$PF = 1) \text{ Qualidade Técnica da Proposta (QTP)} * 54\% + 2) \text{ Plano de Meios (PM)} * 42\% + 3) \text{ Preço (Pç)} * 4\%$$

## 2.2. Pontuações nos factores e subfactores

### 2.2.1. Pontuação no factor 1) Qualidade Técnica da Proposta (QTP)

A pontuação de cada proposta no factor 1) Qualidade Técnica da Proposta (QTP), corresponde ao resultado da soma das pontuações parciais obtidas nos respectivos subfactores, multiplicadas pelos valores dos respectivos coeficientes de ponderação, nos seguintes termos:

$$QTP = 1.1) \text{ Qualidade do Anúncio de Televisão (Qat)} * 52\% + 1.2) \text{ Qualidade do Anúncio de MUPI (Qam)} * 33\% + 1.3) \text{ Qualidade do Anúncio de Rádio (Qar)} * 15\%$$

A pontuação de cada proposta nos subfactores Qat, Qam e Qar corresponde ao resultado da soma das pontuações parciais obtidas nos respectivos subfactores, multiplicadas pelos valores dos respectivos coeficientes de ponderação, nos seguintes termos:

$$Qat = 1.1.1) \text{ Argumento do Anúncio} * 56\% + 1.1.2) \text{ Descrição e explicitação do conceito proposto} * 31\% + 1.1.3) \text{ Storyboard do anúncio principal e do anúncio síntese} * 13\%$$

$$Qam = 1.2.1) \text{ Imagem Gráfica e Mensagem da Campanha} * 77\% + 1.2.2) \text{ Sintonia com o Anúncio de TV} * 23\%$$

$$Qar = 1.3.1) \text{ Script do Anúncio Rádio} * 72\% + 1.3.2) \text{ Descrição e explicitação do conceito proposto Rádio} * 28\%$$

#### 2.2.1.1. Pontuação no subfactor 1.1) Qualidade do Anúncio de Televisão (Qat)

A pontuação de cada proposta nos subfactores que interferem com o subfactor 1.1) Qualidade do Anúncio de Televisão (Qat) será obtida através da sua avaliação qualitativa relativamente aos seguintes níveis de referência:

Subfactor	Nível Neutro	Nível Bom
1.1.1) Argumento do anúncio	Narrativa assente em linguagem acessível, clara, apelativa; mensagem direccionada para o	Narrativa criativa e assente em linguagem acessível, clara, intuitiva, apelativa e mobilizadora; mensagem

	público-alvo da campanha	positiva e direccionada para o público-alvo da campanha
1.1.2) Descrição e explicitação do conceito proposto	Pouco criativo; cumpre maioritariamente os objectivos da campanha	Conceito criativo; cumpre na totalidade os objectivos da campanha
1.1.3) <i>Storyboard</i> do anúncio principal e do anúncio síntese	Contém um encadeamento da acção dinâmico e ajustado aos diálogos (argumento); não permite uma completa visualização do resultado final do filme	Contém um encadeamento da acção dinâmico, apelativo, coerente e totalmente ajustado aos diálogos (argumento); permite uma clara visualização do resultado final do filme

#### 2.2.1.2. Pontuação no subfactor 1.2) Qualidade do Anúncio de MUPI (Qam)

A pontuação de cada proposta nos subfactores que interferem com o subfactor 1.2) Qualidade do Anúncio de MUPI (Qam) será obtida através da sua avaliação qualitativa relativamente aos seguintes níveis de referência:

Subfactor	Nível Neutro	Nível Bom
1.2.1) Imagem Gráfica e Mensagem da Campanha	Imagem apelativa; mensagem clara, acessível e adequada às 3 fases da campanha	Imagem criativa, apelativa, acessível, clara intuitiva e mobilizadora; mensagem positiva e direccionada para o público-alvo da campanha; capacidade de gerar empatia; adequada às 3 fases da campanha
1.2.2) Sintonia com o Anúncio Televisivo	Não permite uma associação imediata com o anúncio televisivo	Permite uma associação imediata com o anúncio televisivo

#### 2.2.1.3. Pontuação no subfactor 1.3) Qualidade do Anúncio de Rádio (Qar)

A pontuação de cada proposta nos subfactores que interferem com o subfactor 1.3) Qualidade do Anúncio de Rádio (Qar) será obtida através da sua avaliação qualitativa relativamente aos seguintes níveis de referência:

Subfactor	Nível Neutro	Nível Bom
1.3.1) <i>Script</i> do anúncio	Narrativa assente em linguagem acessível, clara, apelativa; mensagem direccionada para o público-alvo da campanha; adequação aos 2 temas para a rádio; fraca sintonia com a mensagem do anúncio televisivo	Narrativa criativa e assente em linguagem acessível, clara intuitiva, apelativa e mobilizadora; mensagem positiva e direccionada para o público-alvo da campanha; total adequação aos 2 temas para a rádio; sintonia com a mensagem do anúncio televisivo
1.3.2) Descrição e explicitação do conceito proposto	Pouco criativo; cumpre maioritariamente os objectivos da campanha	Conceito criativo; cumpre na totalidade os objectivos da campanha

### 2.2.2. Pontuação no factor 2) Plano de Meios (PM)

A pontuação de cada proposta no factor 2) Plano de Meios (PM), corresponde ao resultado da soma das pontuações parciais obtidas nos respectivos subfactores, multiplicadas pelos valores dos respectivos coeficientes de ponderação, nos seguintes termos:

$$PM = 2.1) \text{ Plano de Meios de Televisão (PMT)*64\%} + 2.2) \text{ Plano de Meios de MUPI (PMm)*21\%} + 2.3) \text{ Plano de Meios de Rádio (PMr)*15\%}$$

A pontuação de cada proposta nos subfactores PMt, PMm e PMr corresponde ao resultado da soma das pontuações parciais obtidas nos respectivos subfactores, multiplicadas pelos valores dos respectivos coeficientes de ponderação, nos seguintes termos:

$$PMt = 2.1.1) \text{ Número de Canais TV*45\%} + 2.1.2) \text{ Número Total de Anúncios TV*39\%} + 2.1.3) \text{ Número Total de Anúncios de 30'' nos Primeiros 5 Dias de Todas as Fases da CampanhaTV*16\%}$$

$$PMm = 2.2.1) \text{ Número de Faces além do Mínimo 1.ª e 2.ª Fases*40\%} + 2.2.2) \text{ Número de Concelhos Abrangidos 3.ª Fase*30\%} + 2.2.3) \text{ Número de Faces além do Mínimo 3.ª Fase*30\%}$$

**PMr** = 2.3.1) Número Total de Anúncios de Rádio\*60%+ 2.3.2) Número Total de Anúncios de 30'' nos Primeiros 5 Dias de Todas as Fases da Campanha - Rádio\*40%

### 2.2.2.1. Pontuação no subfactor 2.1) Plano de Meios de Televisão (PMT)

A pontuação de cada proposta nos subfactores que interferem com o subfactor 2.1) Plano de Meios de Televisão (PMT) será obtida através da sua avaliação quantitativa relativamente aos seguintes níveis de referência e de acordo com as seguintes Funções Valor:

Subfactor	Nível de Referência	Função Valor
2.1.1) Número de Canais TV	Bom: Não aplicável Neutro: Não aplicável	<p><b>Pontuação [2_1_1]</b></p> $= \begin{cases} 0, & N^{\circ} \text{ Canais} = 2 \\ 100, & N^{\circ} \text{ Canais} = 3 \end{cases}$ <p>, onde <math>2_1_1 \in \{2,3\}</math>, e representa o número de canais de Televisão constantes no Plano de Meios do concorrente, de entre os elegíveis.</p>
2.1.2) Número Total de Anúncios – TV	Bom: 201 Neutro: 144	<p><b>Pontuação [2_1_2]</b></p> $= \begin{cases} 2_1_2 \times 100/287, & 0 \leq 2_1_2 \leq 287 \\ 100, & 2_1_2 > 287 \end{cases}$ <p>, onde <math>2_1_2 \in \mathbb{R}^+</math>, e representa o número total de anúncios em todas as fases da campanha além do mínimo obrigatório. Os concorrentes devem ter presente os requisitos de colocação de anúncios Televisão, indicados na cláusula 41.ª d) do Caderno de Encargos</p>
2.1.3) Número de Anúncios Primeiros 5 Dias TV	Bom: 11 Neutro: 8	<p><b>Pontuação [2_1_3]</b></p> $= \begin{cases} 2_1_3 \times 100/15, & 0 \leq 2_1_3 \leq 15 \\ 100, & 2_1_3 > 15 \end{cases}$ <p>, onde <math>[2_1_3] \in \mathbb{N}</math>, e representa o número de anúncios de 30 segundos colocados nos canais</p>

		definidos, das 20h00 às 22h00, nos primeiros 5 dias de cada fase da campanha além do mínimo obrigatório. Os concorrentes devem ter presente os requisitos de colocação de anúncios Televisão, indicada na cláusula 41.ª d) do Caderno de Encargos
--	--	---

### 2.2.2.2. Pontuação no subfactor 2.2) Plano de Meios de MUPI (PMm)

A pontuação de cada proposta nos subfactores que interferem com o subfactor 2.2) Plano de Meios de MUPI (PMm) será obtida através da sua avaliação qualitativa relativamente aos seguintes níveis de referência:

Subfactor	Nível de Referência	Função Valor
2.2.1) Número de Faces além do Mínimo 1.ª e 2.ª Fases	Bom: 665 Neutro: 475	$Pontuação [2\_2\_1] = \begin{cases} 2\_2\_1 \times 100/950, & 0 \leq 2\_2\_1 \leq 950 \\ 100 & 2\_2\_1 > 950 \end{cases}$ <p>onde <math>[2\_2\_1] \in \mathbb{N}</math>, e representa o número de faces constantes do Plano de Meios do concorrente para a 1.ª e 2.ª Fases da Campanha além do mínimo obrigatório, <u>para cada uma dessas fases</u>, na cláusula 41.ª d) do Caderno de Encargos.</p>
2.2.2) Numero de Concelhos Abrangidos 3.ª Fase	Bom: 118 Neutro: 84	$Pontuação [2\_2\_2] = \begin{cases} 0 & , 2\_2\_2 < 10 \\ \frac{100}{158} \times [2\_2\_2 - 10], & 10 \leq 2\_2\_2 \leq 168 \\ 100 & , 2\_2\_2 > 168 \end{cases}$ <p>, onde <math>N^{\circ} Concelhos \ 3.ª \ Fase \in \mathbb{N}</math>, e representa o número de Concelhos abrangidos</p>

		<p>pelo Plano de Meios do concorrente para a 3.ª Fase da campanha. Os concorrentes deverão ter presente que de acordo com as regras de repartição territorial definidas para a 3.ª Fase do Plano de Meios de MUPI na cláusula 41.ª d) do Caderno de Encargos, é obrigatória a colocação de faces pelo menos em 10 concelhos e não será admissível a colocação em mais de 168 concelhos.</p>
<p>2.2.3) Número de Faces além do Mínimo 3.ª Fase</p>	<p>Bom: 385 Neutro: 275</p>	<p><b>Pontuação [2_2_3]</b></p> $= \begin{cases} 2_{2_3} \times 100/550, & 0 \leq 2_{2_3} \leq 550 \\ 100, & 2_{2_3} > 550 \end{cases}$ <p>onde <math>2_{2_3} \in \mathbb{N}</math>, e representa o número de faces constantes do Plano de Meios do concorrente para a 3.ª Fase da Campanha além do mínimo obrigatório, <u>para essa fase</u>, na cláusula 41.ª d) do Caderno de Encargos.</p>

### 2.2.2.3. Pontuação no subfactor 2.3) Plano de Meios de Rádio (PMr)

A pontuação de cada proposta nos subfactores que interferem com o subfactor 2.3) Plano de Meios de Rádio (PMr) será obtida através da sua avaliação qualitativa relativamente aos seguintes níveis de referência:

Subfactor	Nível de Referência	Função Valor
<p>2.3.1) Número Médio de Anúncios por Dia – Rádio</p>	<p>Bom: 157 Neutro: 112</p>	<p><b>Pontuação [2_3_1]</b></p> $= \begin{cases} 2_{3_1} \times 100/224, & 0 \leq 2_{3_1} \leq 224 \\ 100, & 2_{3_1} > 224 \end{cases}$ <p>, onde <math>2_{3_1} \in \mathbb{R}^+</math>, e representa o número total de anúncios em todas as fases da campanha além do mínimo obrigatório. Os concorrentes devem ter presente os requisitos de colocação de</p>

		anúncios de Rádio, indicados na cláusula 41.ª d) do Caderno de Encargos
2.3.2) Número Anúncios Primeiros 5 Dias Rádio	Bom: 81 Neutro: 58	<p style="text-align: center;"><b>Pontuação [2_3_2]</b></p> $= \begin{cases} 2\_3\_2 \times 100/115, & 0 \leq 2\_3\_2 \leq 115 \\ 100, & 2\_3\_2 > 115 \end{cases}$ <p>, onde 2_3_2 ∈ ℕ, e representa o número de Número de anúncios de 30 segundos colocados nas emissoras definidas, das 08h00 às 09h00, nos primeiros 5 dias de cada fase da campanha além do mínimo obrigatório. Os concorrentes devem ter presente os requisitos de colocação de anúncios de Rádio , indicados na cláusula 41.ª d) do Caderno de Encargos</p>

### 2.2.3. Pontuação no factor 3) Preço

A pontuação de cada proposta no factor 3) Preço (Pç), que não compreende subfactores, será obtida tendo apenas em consideração que o preço base definido para efeitos do presente procedimento pré-contratual para o serviço de concepção e produção da campanha pedagógica é de 300.000,00 Euros, nos termos da cláusula 17.ª n.º1 a) do Caderno de Encargos, sendo excluídas as propostas que apresentem um preço superior ao preço base quanto a esse serviço, bem como as que apresentem um preço anormalmente baixo para esse serviço, nos termos e nas circunstâncias definidas no artigo 16.º do Programa do Concurso.

A pontuação de cada proposta no factor 3) Preço será obtida de acordo com o seguinte:

Factor	Nível de Referência	Função Valor
3) Preço	Bom: 195 Neutro: 225	<p style="text-align: center;"><b>Pontuação [Preço]</b></p> $= \begin{cases} 100, & \text{Preço} < 150.000 \\ 200 - \frac{2}{3000} \times [\text{Preço}], & 150.000 \leq \text{Preço} \leq 300.000 \\ 0, & \text{Preço} > 300.000 \end{cases}$

		<p>, onde <math>3 \in \mathbb{R}^+</math>, e representa o preço do serviço de concepção e produção da campanha pedagógica em euros da proposta em análise</p>
--	--	---

## ANEXO VIII

## GARANTIA BANCÁRIA

(a que se refere o n.º 1 do Artigo 34.º)

Ao ICP – Autoridade Nacional de Comunicações:

O \_\_\_\_\_ (Banco), com sede em \_\_\_\_\_ (morada), com o capital social de \_\_\_\_\_ (capital social), pessoa colectiva número \_\_\_\_\_ (número de identificação de pessoa colectiva), representado por \_\_\_\_\_ (representante(s) e respectiva(s) identificação(ões)), vem prestar, por conta e a pedido de \_\_\_\_\_ (nome do adjudicatário), com sede em \_\_\_\_\_ (morada), como adjudicatário do Concurso Público para a “**AQUISIÇÃO DE SERVIÇOS DE CONCEPÇÃO, PRODUÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO DE UMA CAMPANHA PUBLICITÁRIA SOBRE A TELEVISÃO DIGITAL TERRESTRE**”, promovido por ICP – Autoridade Nacional de Comunicações, garantia bancária autónoma, irrevogável, incondicional e à primeira solicitação, a favor do ICP – Autoridade Nacional de Comunicações, até ao valor de \_\_\_\_\_ Euros (*repetir por extenso*), em caução do bom e pontual cumprimento por aquele das obrigações decorrentes do Caderno de Encargos.

Em consequência, este Banco constitui-se devedor e principal pagador em dinheiro, ao ICP – Autoridade Nacional de Comunicações, até àquele valor sem quaisquer reservas, e para todos os efeitos legais, de todas e quaisquer importâncias que lhe venham a ser solicitadas por escrito pelo beneficiário, por uma ou mais vezes, à primeira solicitação e até um limite máximo de 48 horas a contar da solicitação, sem questionar da sua justeza, validade, legalidade ou conformidade com o disposto no processo de concurso e documentos a ele anexos, sem possibilidade de alegar qualquer excepção ou meio de defesa contra o Beneficiário que eventualmente pudesse invocar contra o Ordenante, sem possibilidade de recorrer a qualquer benefício de prévia excussão dos bens do Ordenante e sem dependência de qualquer autorização ou concordância do Ordenante.

Quaisquer pagamentos a efectuar por este Banco nos termos da presente Garantia serão processados no prazo máximo acima referido, através de transferência bancária ou qualquer outro meio de

pagamento para o efeito especificado na comunicação escrita de solicitação de pagamento que seja efectuada pelo Beneficiário.

Esta garantia é de € \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_ euros), e só será cancelada quando o Beneficiário nos comunicar por escrito que cessaram todas as obrigações do caucionado, decorrentes do acima especificado, o que deverá ser feito de acordo com o estabelecido no Caderno de Encargos do referido concurso público.

Caso alguma das disposições da presente Garantia se torne ou venha a ser julgada nula, ilegal ou por qualquer forma inválida, tal nulidade, ilegalidade ou invalidade não afectará a validade e vigência das restantes disposições, com as adaptações que se revelarem necessárias.

*(Local e data)*

*(Assinatura)*

## ANEXO IX

## MODELO DE SEGURO-CAUÇÃO

(a que se refere o n.º 1 do Artigo 34.º)

A \_\_\_\_\_ (companhia de seguros), com sede em \_\_\_\_\_ (morada) presta a favor do ICP – Autoridade Nacional de Comunicações, e ao abrigo de contrato de seguro-caução celebrado com \_\_\_\_\_ (tomador de seguro), garantia à primeira solicitação no valor de \_\_\_\_\_ correspondente à caução prevista no Programa de Concurso, destinada a garantir o bom e integral cumprimento das obrigações que \_\_\_\_\_ (adjudicatário), com sede \_\_\_\_\_ (morada), assumirá no contrato que com ele o ICP – Autoridade Nacional de Comunicações vai celebrar, o qual tem por objecto a **“AQUISIÇÃO DE SERVIÇOS DE CONCEPÇÃO, PRODUÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO DE UMA CAMPANHA PUBLICITÁRIA SOBRE A TELEVISÃO DIGITAL TERRESTRE”** e é regulado nos termos da legislação portuguesa aplicável.

A companhia de seguros obriga-se a pagar aquela quantia nos 5 (cinco) dias úteis seguintes à primeira solicitação do ICP – Autoridade Nacional de Comunicações, sem que este tenha de justificar o pedido e sem que a primeira pessoa possa invocar em seu benefício quaisquer meios de defesa relacionados com o contrato atrás identificado ou com o cumprimento das obrigações que \_\_\_\_\_ (o adjudicatário) assume com a celebração do respectivo contrato.

A companhia de seguros não pode opor ao ICP – Autoridade Nacional de Comunicações, quaisquer excepções relativas ao contrato de seguro-caução celebrado com o tomador do seguro.

Caso alguma das disposições da presente Garantia se torne ou venha a ser julgada nula, ilegal ou por qualquer forma inválida, tal nulidade, ilegalidade ou invalidade não afectará a validade e vigência das restantes disposições, com as adaptações que se revelarem necessárias.

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 previsto no contrato e na legislação aplicável.

(Local e data)

(Assinatura)