

ANEXO VIII

TERMO DE REFERÊNCIA

Órgão: PREFEITURA MUNICIPAL DE JAHU

Secretaria/Setor Requisitante: Secretaria de Comunicação

Objeto: O objeto da presente concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse

1. FUNDAMENTAÇÃO DA AQUISIÇÃO

A presente aquisição de serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda se justifica pela necessidade de o **Município de Jahu** modernizar e otimizar sua comunicação institucional, garantindo a disseminação de informações de interesse público de forma profissional, estratégica e eficiente. A contratação está embasada nos princípios constitucionais que regem a Administração Pública, em especial os princípios da **publicidade, transparência e eficiência**, conforme estabelecido no artigo 37 da **Constituição Federal**.

Atualmente, o Município de Jahu não dispõe de estrutura interna especializada para a execução de atividades publicitárias com a complexidade e alcance necessários. A comunicação pública é um instrumento essencial para garantir o **acesso à informação**, promover **campanhas de conscientização** e divulgar **ações governamentais** que impactam diretamente o bem-estar da população.

A contratação de uma agência de publicidade é essencial para garantir que o Município possa:

1. **Alcançar o público-alvo de forma assertiva**, maximizando a eficiência das campanhas institucionais em áreas estratégicas, como saúde, educação, infraestrutura e meio ambiente.
2. **Promover a imagem institucional** da Prefeitura de maneira coesa e alinhada com os interesses públicos, valorizando os serviços prestados e assegurando que as ações de governo sejam amplamente conhecidas e compreendidas pela população.
3. **Conduzir campanhas de comunicação integrada**, que compreendem desde o planejamento estratégico até a execução das ações publicitárias em diferentes meios de comunicação, como mídia digital, impressa, televisiva e radiofônica.

4. **Otimizar o uso de recursos públicos**, garantindo que as campanhas sejam realizadas com base em planejamento detalhado e análise técnica, conforme a demanda e a necessidade específica de cada ação, sempre respeitando os princípios da economicidade e eficiência.

Base Legal

A aquisição está fundamentada nas seguintes normativas:

- **Lei nº 12.232/2010:** Esta lei regula as licitações e contratações pela Administração Pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda. De acordo com o **artigo 2º** da referida lei, a publicidade contratada deve compreender o conjunto de atividades que tenham como objetivo o estudo, o planejamento, a concepção, a execução interna e a intermediação de ações publicitárias. A norma também prevê que as campanhas publicitárias realizadas pela Administração Pública devem seguir critérios de transparência, concorrência e eficiência.

- **Lei nº 14.133/2021:** A nova Lei de Licitações e Contratos Administrativos, que substituiu a Lei nº 8.666/1993, é aplicável aos processos de contratação de serviços, como o presente. A norma estabelece as diretrizes para a **realização de licitações** de forma clara, eficiente e transparente, assegurando a **isonomia** entre os concorrentes e a **seleção da proposta mais vantajosa para a Administração Pública**.

Necessidade da Contratação

O **Município de Jahu** tem intensificado suas ações governamentais em diversas áreas de interesse público, exigindo uma comunicação mais ágil e qualificada para disseminar informações sobre programas, obras, políticas públicas e campanhas de interesse social. A demanda crescente por serviços de publicidade para atender a essas necessidades não pode ser suprida de maneira eficaz sem o apoio de uma agência de publicidade especializada.

A ausência de uma comunicação estruturada e integrada compromete o alcance das ações do governo municipal e, conseqüentemente, **prejudica o envolvimento e a conscientização da população**. A contratação de uma agência de publicidade assegura que as campanhas sejam devidamente planejadas e executadas, utilizando-se de **técnicas e ferramentas modernas** que aumentam o impacto e a disseminação das mensagens públicas.

Importância do Processo Licitatório

O processo licitatório para a contratação dos serviços de publicidade é indispensável para garantir a **transparência, a legalidade e a competitividade** da contratação. A publicidade das ações governamentais deve ser realizada de forma **ética e eficiente**, e a licitação assegura que as melhores propostas serão selecionadas com base em critérios técnicos, evitando o uso inadequado de recursos públicos.

De acordo com o artigo 5º da Lei nº 12.232/2010, a contratação será baseada em critérios técnicos e objetivos, assegurando que a agência vencedora possua **qualificação técnica** e a **capacidade operacional** necessária para desenvolver as ações de comunicação demandadas pelo Município. Além disso, a legislação prevê que as contratações de publicidade devem obedecer às diretrizes de **transparência e controle**, garantindo que todos os atos relacionados ao processo sejam acessíveis à população e às instituições de controle.

Benefícios da Contratação

Os principais benefícios decorrentes da contratação de uma agência de publicidade especializada incluem:

1. **Profissionalização da comunicação pública:** A agência trará expertise e conhecimento técnico, o que resultará em campanhas mais eficazes e melhor direcionadas aos diferentes públicos de interesse.
2. **Eficiência no uso dos recursos públicos:** A licitação e a contratação com base na Lei nº 12.232/2010 asseguram que o orçamento previsto será utilizado de maneira racional e eficiente, com foco no **melhor custo-benefício** para a Administração Pública.
3. **Maior alcance e impacto das campanhas:** A agência poderá desenvolver estratégias de comunicação segmentadas, utilizando diferentes meios e formatos, como mídias digitais, impressas, rádio e TV, ampliando o alcance das ações institucionais.
4. **Fortalecimento da imagem institucional:** A comunicação eficaz valoriza as ações governamentais, contribuindo para a aproximação entre o governo municipal e a população, promovendo maior **transparência e participação popular**.
5. **Flexibilidade:** A contratação de serviços publicitários por demanda permite ao Município ajustar suas necessidades conforme a dinâmica das ações institucionais, respeitando os limites de orçamento e garantindo a eficiência na aplicação dos recursos.

Conclusão

Diante das justificativas apresentadas, a contratação de serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda é fundamental para o **Município de Jahu**, uma vez que permitirá a

execução de campanhas institucionais integradas e de alto impacto, atendendo aos princípios da publicidade e transparência, conforme previsto na **Constituição Federal**, e às normativas específicas das Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021. O processo licitatório garantirá uma contratação ética e eficiente, beneficiando a administração pública e a população local por meio de uma comunicação estratégica, assertiva e eficiente.

1.2. Beneficiários/usuários/interessados na contratação:
Secretaria de Comunicação/ Município de Jahu / População do Município de Jahu

1.3. Resultados esperados da aquisição:

A contratação dos serviços de publicidade por intermédio de uma agência de propaganda visa alcançar resultados concretos e mensuráveis, tanto na melhoria da comunicação institucional do Município de Jahu quanto na otimização da aplicação dos recursos públicos. A seguir, detalham-se os principais resultados esperados:

1. Profissionalização da Comunicação Institucional

A principal expectativa da contratação é a profissionalização das atividades de comunicação, garantindo campanhas publicitárias mais eficazes e alinhadas às melhores práticas do mercado. Com o suporte de uma agência especializada, o Município de Jahu poderá desenvolver campanhas integradas, com qualidade técnica superior, planejadas estrategicamente para alcançar diversos públicos de maneira clara, objetiva e impactante.

2. Ampliação do Alcance e Engajamento da População

Através de uma comunicação mais assertiva e direcionada, espera-se que as ações institucionais da Prefeitura de Jahu tenham um maior alcance, tanto em nível local quanto regional. A agência contratada deverá utilizar-se de múltiplos meios de comunicação — como mídias digitais, impressas, televisivas e radiofônicas — para garantir que as informações cheguem de forma eficiente e acessível a todos os segmentos da população. A disseminação de informações claras e organizadas deve aumentar o engajamento dos cidadãos, gerando maior participação em programas e políticas públicas.

3. Transparência e Acesso à Informação

A contratação também busca aprimorar a transparência da Administração Pública, assegurando que os cidadãos tenham amplo acesso às informações sobre as ações governamentais. Uma comunicação eficiente garante que a população esteja plenamente informada sobre os projetos, programas e serviços oferecidos pela Prefeitura, reforçando o princípio constitucional da publicidade dos atos administrativos e promovendo a confiança e o controle social sobre a gestão

pública.

4. Otimização do Uso dos Recursos Públicos

Espera-se que a contratação da agência de publicidade traga maior eficiência na aplicação dos recursos públicos destinados à comunicação. A agência contratada deverá desenvolver campanhas que priorizem o melhor custo-benefício, garantindo que os investimentos feitos em publicidade institucional gerem resultados tangíveis e significativos. Além disso, a execução das ações será planejada de forma a utilizar os recursos de maneira racional e responsável, em conformidade com o orçamento estipulado, sem comprometer a qualidade das campanhas.

5. Aumento da Eficácia das Campanhas de Conscientização

Campanhas de conscientização sobre temas prioritários, como saúde, educação, meio ambiente e segurança pública, deverão ter um impacto mais relevante e direto na população, levando a uma maior conscientização e participação social. Espera-se que, por meio da contratação, a Prefeitura de Jahu consiga desenvolver campanhas mais atrativas e persuasivas, que despertem o interesse público e promovam mudanças comportamentais positivas.

6. Fortalecimento da Imagem Institucional do Município

Através de uma comunicação mais coesa e profissional, o Município de Jahu poderá fortalecer sua imagem institucional, destacando as ações e os projetos realizados pela administração. A criação de uma identidade visual sólida e consistente contribuirá para melhorar a percepção do cidadão em relação aos serviços oferecidos e às iniciativas governamentais, promovendo uma maior proximidade entre a Prefeitura e a população.

7. Planejamento e Execução de Longo Prazo

Com a contratação da agência de publicidade, espera-se a criação de um planejamento estratégico de longo prazo para a comunicação institucional. A agência poderá atuar de forma antecipada, identificando demandas e oportunidades de comunicação, garantindo que as campanhas sejam planejadas e executadas com antecedência e alinhadas às metas e prioridades da Administração Municipal.

Conclusão

Com a aquisição dos serviços de publicidade, o Município de Jahu espera alcançar uma comunicação institucional de excelência, capaz de aumentar a eficácia das ações governamentais e o engajamento da população. A profissionalização e a modernização da comunicação pública irão fortalecer a transparência, melhorar a aplicação dos recursos públicos e garantir que a informação chegue de forma clara e acessível a todos, cumprindo assim os princípios constitucionais e legais que regem a Administração Pública.

1.4. Existência de Estudo Técnico Preliminar:

Sim

Não

Não se aplica

1.5. Existência de Análise de Riscos:

Sim

Não

Não se aplica

1.6. Existência de Projeto Básico:

Sim

Não

Não se aplica

1.7. Existência de Projeto Executivo:

Sim

Não

Não se aplica

1.7.1. Em caso de substituição de Projeto Executivo pelo Projeto Básico, justificar:

Não se aplica

2. DA DESCRIÇÃO DOS MATERIAIS/SERVIÇOS A SEREM CONTRATADOS

2.1. Detalhamento do Objeto.

O objeto da presente licitação, na modalidade **Concorrência**, visa à **contratação de serviços de publicidade por intermédio de uma agência de propaganda**, conforme estabelecido na **Lei nº 12.232/2010** e na **Lei nº 14.133/2021**. A agência contratada será responsável por executar um conjunto de atividades que envolvem **estudo, planejamento, conceituação, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de ações publicitárias**, conforme as necessidades da Secretaria Municipal de Comunicação do Município de Jahu.

Forma de Acionamento

O acionamento dos serviços será feito mediante **solicitação formal da Secretaria de Comunicação**. Para cada campanha ou ação publicitária, a execução dos serviços só poderá ser iniciada mediante **autorização expressa e documentada** da Secretaria. O pedido formal incluirá as especificações de cada ação, objetivos, prazos e as expectativas para a campanha.

Prazos de Execução

O prazo de execução de cada campanha será estipulado pela Secretaria de Comunicação de acordo com o planejamento estratégico da administração. Os prazos deverão ser respeitados integralmente pela agência, que será responsável por apresentar relatórios periódicos sobre o andamento dos trabalhos.

Plano de Mídia

A agência contratada deverá elaborar um **plano de mídia** detalhado para cada ação publicitária, incluindo:

- A **estratégia de mídia** (meios de comunicação e recursos a serem utilizados);
- A **tática de mídia** (critérios técnicos, seleção de veículos e formatos de veiculação);
- Programação de inserções com valores por veículos, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.).

O plano de mídia deverá ser submetido previamente à **aprovação da Secretaria de Comunicação**, que validará o cronograma, os veículos selecionados e os investimentos alocados para cada campanha, garantindo o alinhamento estratégico com os objetivos institucionais.

Responsabilidades de Repasses para Veículos de Comunicação

A agência será a responsável pela contratação dos **veículos de comunicação** e fornecedores necessários para a execução das campanhas, observando sempre a **anuência expressa da Secretaria de Comunicação**. Além disso, a agência deverá garantir o **repasso financeiro** aos veículos de comunicação contratados para a veiculação das campanhas, dentro dos prazos estipulados.

Emissão de Pedidos de Inserção

Para cada campanha, a agência deverá emitir **pedidos de inserção**, devidamente **assinados e**

aprovados pela Secretaria de Comunicação, contendo as informações detalhadas sobre a veiculação: veículos, datas, valores, quantidade de inserções e outras informações pertinentes. Esses pedidos deverão ser acompanhados de relatórios de comprovação da veiculação, fornecidos pelos veículos contratados.

Campanha Simulada

Em conformidade com o **artigo 7º da Lei nº 12.232/2010**, as licitantes deverão apresentar uma **campanha simulada** baseada no briefing fornecido no edital, que servirá para avaliação da capacidade técnica e criativa da agência na resolução dos desafios de comunicação do município.

Julgamento das Propostas

O critério de julgamento será o de **melhor técnica**, conforme previsto nos **artigos 35, 36 e 37 da Lei nº 14.133/2021**. As propostas serão analisadas por uma **Subcomissão Técnica**, que avaliará os seguintes critérios:

1. **Plano de Comunicação Publicitária**: análise do raciocínio básico, estratégia de comunicação, ideia criativa e estratégia de mídia.
2. **Capacidade de Atendimento**: avaliação da estrutura e da equipe oferecida pela agência.
3. **Relatos de Soluções de Problemas**: exemplos de problemas de comunicação resolvidos por meio de campanhas.

A escolha da agência vencedora será pautada na capacidade técnica e criativa, garantindo que o Município de Jahu tenha acesso às melhores soluções publicitárias para atender suas demandas institucionais.

Considerando as particularidades desta contratação, bem como a legislação de regência própria, maiores detalhes estão contidos no Edital.

**** ATENÇÃO: INVERSÃO DE FASES**

Conforme previsto no **artigo 6º da Lei nº 12.232/2010**, este processo licitatório adotará a **inversão de fases**, onde a habilitação das licitantes ocorrerá **apenas após o julgamento das propostas técnicas e somente para as licitantes melhor classificadas**. Dessa forma, a documentação de habilitação será analisada **apenas** das empresas que apresentarem as melhores propostas, garantindo maior celeridade ao processo e competitividade entre as licitantes. **

2.2. Estimativa de Valores

Planilha de estimativa de valores em anexo

2.3. Sujeição às normas técnicas: Não se aplica

2.4. Especificação de garantia/assistência técnica: Não se aplica

2.5. Natureza do Objeto da Contratação/Aquisição:

- Serviço não continuado
 Serviço continuado
 Material de consumo
 Material permanente / equipamento / software
 Obra de engenharia
 Outros

2.5.1. Em se tratando de obra de engenharia, manifestar:

- Comum
 Especial
 Não se aplica

2.6. Necessidade de Agrupamento de Itens:

- Sim
 Não
 Não se aplica

2.6.1. Em caso de necessidade de agrupamento de itens, justificar: Não se aplica

2.7. Possibilidade de subcontratação:

- Sim
 Não
 Não se aplica

2.7.1. Em permitindo a subcontratação, especificar as condições: Não é permitida a subcontratação, visando a segurança das informações.

3. CONDIÇÕES DE HABILITAÇÃO

3.1. Para habilitação jurídica, a empresa de melhor proposta deverá entregar os seguintes documentos:

(X) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores; ou registro comercial, no caso de empresa individual.

(X) Documento de identidade do preposto ou do representante da empresa responsável pela execução do contrato.

() Inscrição no cadastro de pessoas físicas (CPF).

() Comprovante de residência.

3.2. Para qualificação econômico-financeira, a empresa de melhor proposta deverá entregar os seguintes documentos:

(X) Certidão negativa de falência ou concordata com sua expedição nunca superior a 90 (noventa) dias de sua emissão, referente à comarca de domicílio da empresa licitante.

(X) Balanço Patrimonial.

(X) Capital mínimo ou de patrimônio líquido mínimo equivalente até 10% do valor estimado da contratação.

(X) Certidão negativa expedida pelo Cartório distribuidor do domicílio, demonstrando inexistência de quaisquer ações de execução ou insolvência civil

3.3. Para regularidade fiscal e trabalhista, a empresa de melhor proposta deverá entregar os seguintes documentos:

(X) Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ).

() Inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual ou Municipal, se houver relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta contratação.

(X) Certificado de Regularidade para com o FGTS, expedido pela Caixa Econômica Federal ou prova equivalente que comprove, inequivocamente, a regularidade de situação.

(X) Certidão de regularidade para com a fazenda estadual.

(X) Certidão de regularidade para com a fazenda municipal do domicílio da empresa licitante.

(X) Certidão conjunta de regularidade da receita federal e tributos federais e dívida ativa da União e INSS.

(X) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), para comprovar a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

(X) Declaração de Empregador de Pessoa Jurídica e de Situação Regular no Ministério do Trabalho, conforme inciso VI, art. 68 da Lei 14.133/21

3.4. Para regularidade técnica, a empresa de melhor proposta deverá entregar os seguintes documentos:

() Apresentação de profissional, devidamente registrado no conselho profissional competente, detentor de atestado de responsabilidade técnica.

(X) Certidões ou atestados, regularmente emitidos pelo conselho profissional competente.

() Registro ou inscrição na entidade profissional competente.

Nas hipóteses previstas no art. 70, III da Lei 14.133/21 ou caso seja necessário estabelecer condições específicas em relação a habilitação, descrever aqui:

Conforme Artigo 51 (Decreto nº 8.637/23)

A licitante deverá apresentar na Habilitação o Certificado de Qualificação Técnica emitido pelo CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão ou entidade equivalente.

4. DO CRITÉRIO DE ACEITABILIDADE DA PROPOSTA

Menor Preço

Melhor Técnica

Melhor Técnica e Menor Preço

Não se aplica

5. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

O proponente se compromete junto ao MUNICÍPIO DE JAHU, pessoa jurídica de Direito público interno, inscrito no CNPJ nº 46.195.079-0001-54, sediado na Rua Paissandú, nº 444, Centro, Jahu/SP, CEP: 17.201-900, a:

A CONTRATADA, empresa selecionada para a prestação de serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda, terá as seguintes obrigações durante a execução do contrato:

1. Execução dos Serviços

A CONTRATADA será responsável pela realização de todas as atividades de publicidade e propaganda conforme previsto no contrato e no Termo de Referência, incluindo:

- **Planejamento, criação e execução de campanhas publicitárias;**
- **Intermediação e supervisão de serviços de terceiros**, necessários para a produção das peças publicitárias;
- **Produção de conteúdo e peças publicitárias** em meios tradicionais (off-line) e digitais (online), conforme os objetivos de comunicação estabelecidos pela CONTRATANTE.

2. Cumprimento de Prazos

A CONTRATADA deve executar os serviços solicitados dentro dos prazos estabelecidos pela Secretaria de Comunicação, respeitando o cronograma aprovado em cada campanha ou ação publicitária.

3. Plano de Mídia

A CONTRATADA deve elaborar e submeter à aprovação da Secretaria de Comunicação um **Plano de Mídia detalhado** para cada ação publicitária. Esse plano deverá incluir a seleção dos veículos de comunicação, a programação de inserções, e os valores previstos para cada etapa da campanha. Nenhuma ação publicitária poderá ser executada sem a aprovação expressa e documentada da CONTRATANTE.

4. Responsabilidade pelos Repasses Financeiros

A CONTRATADA será responsável pela contratação dos veículos de comunicação e fornecedores especializados, devendo garantir o repasse financeiro de forma pontual. Os **pedidos de inserção** serão emitidos pela CONTRATADA e deverão ser **devidamente assinados e aprovados pela Secretaria de Comunicação**, contendo todas as informações detalhadas

sobre as inserções e custos.

5. **Comprovação de Veiculações**

A CONTRATADA deverá fornecer relatórios de comprovação das veiculações realizadas, incluindo documentos como **relatórios de exibição, comprovantes de veiculação e relatórios de performance digital**, quando aplicável, conforme os prazos e requisitos estabelecidos no contrato.

6. **Garantia de Qualidade**

A CONTRATADA deve garantir a qualidade dos serviços prestados, atendendo aos padrões de excelência estabelecidos no contrato, além de assegurar que todas as peças publicitárias estejam alinhadas com os objetivos e estratégias definidas pela CONTRATANTE.

7. **Manutenção das Condições de Habilitação**

Durante todo o período de execução do contrato, a CONTRATADA deverá manter as condições de habilitação e qualificação técnica, inclusive a certificação de qualificação técnica exigida durante o processo licitatório, conforme o art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

8. **Sigilo e Confidencialidade**

A CONTRATADA deve garantir a confidencialidade de todas as informações e documentos que vier a ter acesso durante a execução do contrato, bem como respeitar as normas de sigilo estipuladas pela CONTRATANTE.

9. **Atualização e Inovação**

A CONTRATADA é responsável pela implementação de novas tecnologias e formas inovadoras de comunicação publicitária que contribuam para o alcance dos objetivos da CONTRATANTE, conforme especificado no objeto contratual.

Penalidades e Multas: Estar sujeito a multas e sanções em caso de não cumprimento dos termos contratuais, conforme disposto na legislação vigente.

6. OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

O Município se compromete a comunicar o proponente, toda e qualquer ocorrência relacionada com a presente contratação, na forma e condição ora estipuladas, obrigando-se, representada pela Secretaria de Comunicação do Município de Jahu, ter as seguintes obrigações durante a vigência do contrato firmado com a agência de publicidade contratada:

1. Fornecimento de Informações e Briefings

A CONTRATANTE se compromete a fornecer todas as informações necessárias para a execução dos serviços, incluindo briefings detalhados, objetivos das campanhas, público-alvo e prazos para a entrega dos serviços. Esses briefings serão a base para a elaboração das campanhas publicitárias pela CONTRATADA.

2. Aprovação dos Planos de Mídia e Peças Publicitárias

A CONTRATANTE deverá analisar e aprovar, previamente e por escrito, os **Planos de Mídia** propostos pela CONTRATADA para cada campanha ou ação publicitária. Além disso, a CONTRATANTE será responsável por aprovar as peças publicitárias desenvolvidas pela agência, garantindo que estejam alinhadas com os objetivos institucionais e com a estratégia de comunicação definida.

3. Autorização para Execução dos Serviços

Nenhuma ação publicitária poderá ser executada sem a **autorização expressa e documentada** da CONTRATANTE. A CONTRATANTE será responsável por formalizar as aprovações por meio de ordens de serviço ou documentos oficiais que detalhem o escopo e os prazos de cada campanha.

4. Pagamentos

A CONTRATANTE se compromete a efetuar os pagamentos devidos à CONTRATADA conforme os valores acordados no contrato e após a apresentação de relatórios de comprovação da execução dos serviços e das veiculações publicitárias. Os pagamentos serão realizados em conformidade com as etapas de execução e os prazos estabelecidos no contrato.

5. Solicitação de Relatórios

A CONTRATANTE deve solicitar à CONTRATADA os relatórios de desempenho e comprovação de veiculação das campanhas, conforme a periodicidade definida no contrato. Esses relatórios deverão conter todas as informações necessárias para validar a execução dos serviços, como relatórios de mídia, desempenho de campanhas digitais, comprovantes de exibição, entre outros.

6. Suporte Institucional

A CONTRATANTE deverá fornecer o suporte institucional necessário para a realização das campanhas publicitárias, incluindo o acesso às informações e dados que sejam essenciais para a criação das peças publicitárias e a execução das ações de comunicação.

7. Garantia de Ambiente Colaborativo

A CONTRATANTE deverá garantir que a equipe da CONTRATADA tenha acesso às áreas da administração pública necessárias para o cumprimento de suas obrigações contratuais, além de promover um ambiente colaborativo e eficiente para a execução dos serviços.

8. Fiscalização da Execução do Contrato

A CONTRATANTE é responsável por **fiscalizar e monitorar** a execução do contrato, garantindo que a CONTRATADA cumpra todas as obrigações estabelecidas. Caso sejam verificadas irregularidades, a CONTRATANTE deverá notificar a CONTRATADA para que as correções sejam efetuadas dentro dos prazos estipulados.

9. Resolução de Conflitos

A CONTRATANTE será responsável por intermediar e resolver eventuais conflitos ou divergências que possam surgir durante a execução dos serviços, promovendo o diálogo entre as partes e assegurando o cumprimento das cláusulas contratuais.

7. ENTREGA/PRESTAÇÃO DO OBJETO

7.1. Forma de entrega/prestação:

- Prestação Única
 Prestações Sucessivas
 Outras

7.1.1. Em caso de serviços, prestados de forma sucessivas com cumprimento em etapas, cronograma ou planilha, informar etapas e prazos de forma individual e seus critérios de medição (pode ser documento anexo): Não se aplica

7.2. Local de entrega/prestação:

- Almoxarifado
 Secretaria Demandante
 Local Específico

7.2.1. Em caso de local específico de entrega/prestação, favor indicá-lo: Secretaria de Comunicação de Jahu (Paço Municipal – 3º andar – Rua Paissandú, 444, Centro, Jaú)

8. PAGAMENTO DO OBJETO

8.1. Condição de Pagamento:

- Parcela Única
 Parcelas Sucessivas

8.1.1. Caso seja em parcelas sucessivas, indicar a periodicidade (mensal, bimestral, cumprimento de etapas etc.): Mensal

8.2. Forma de Pagamento:

Padrão (Transferência Bancária)

Especial

8.2.1. Caso seja em forma especial, indicá-lo e justificá-lo: Mediante medição

8.3. Prazo de Pagamento:

Padrão (15 dias)

Especial

8.3.1. Caso seja em prazo especial, indicá-lo e justificá-lo: Mensal

9. VIGÊNCIA DA CONTRATAÇÃO

9.1. Informar período de vigência: 12 meses

Sendo admitido a prorrogação, nos termos da Lei.

Jahu/SP, 06 de agosto de 2024.

Murilo Ronchesel
Secretário Municipal
Secretaria de Comunicação