



TERMO DE REFERÊNCIA

Contratação de agência de propaganda – Município de Lages

Solicitação nº 641/2026/COMUNICAÇÃO – Processo Administrativo nº 215/2026 –

Versão consolidada (Revisão 02)

1. CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

1.1. Objeto

1.1.1. Contratação de 1 (uma) agência de propaganda para prestação contínua, integrada e sob demanda de serviços de publicidade ao Município de Lages, compreendendo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, bem como a distribuição das ações publicitárias aos veículos e demais meios de divulgação.

1.1.2. A licitação será realizada pela Central de Compras, com adjudicação a uma única agência, da qual resultará um contrato:

a) contrato celebrado pelo Município de Lages, abrangendo a Administração Direta e os fundos municipais sem personalidade jurídica.

1.1.3. Os serviços destinam-se ao desenvolvimento de campanhas de publicidade institucional e de utilidade pública, de caráter educativo, informativo ou de orientação social, observado o art. 37, § 1º, da Constituição Federal e vedada qualquer forma de promoção pessoal de autoridades ou agentes públicos.

1.2. Escopo

1.2.1. Integram o objeto:

- a) diagnóstico das necessidades de comunicação;
- b) definição de objetivos, públicos, estratégias, mensagens, meios e canais;
- c) elaboração de planos de comunicação, mídia e não mídia;
- d) criação, produção, adaptação e desdobramento de campanhas, peças e materiais publicitários;
- e) intermediação e supervisão da produção e da execução externa;
- f) planejamento, negociação, distribuição e acompanhamento da veiculação;
- g) monitoramento, avaliação e mensuração dos resultados; e
- h) entrega dos arquivos finais, editáveis, matrizes e demais elementos produzidos.



1.2.2. Poderão ser executadas as atividades complementares previstas no art. 2º, § 1º, da Lei nº 12.232/2010, desde que diretamente vinculadas a campanha ou ação publicitária previamente autorizada, compreendendo:

- a) pesquisas e instrumentos de avaliação e geração de conhecimento;
- b) produção e execução técnica de peças e projetos publicitários; e
- c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária relacionadas a novas tecnologias.

1.2.3. Os serviços especializados e a veiculação serão executados por fornecedores ou veículos selecionados e contratados pela agência por ordem e conta do contratante, conforme a Lei nº 12.232/2010, o edital, este Termo de Referência e o contrato.

1.2.4. A utilização de fornecedores e veículos não transfere o objeto principal nem afasta a responsabilidade da agência pelo planejamento, coordenação, intermediação, supervisão, qualidade e regularidade da execução.

1.2.5. Poderão integrar o objeto campanhas destinadas à divulgação institucional e turística, limitadas às atividades publicitárias previstas neste Termo de Referência.

1.3. Exclusões

1.3.1. Não integram o objeto:

- a) assessoria de imprensa, relações públicas e comunicação institucional desvinculadas de campanha publicitária;
- b) gestão cotidiana de redes sociais, portais ou outros canais digitais;
- c) organização e execução operacional de eventos;
- d) contratação de artistas, atrações, estruturas, segurança, limpeza, logística ou outros serviços próprios de eventos;
- e) patrocínio, promoção comercial e comercialização de ingressos ou espaços;
- f) publicações legais e oficiais;
- g) gestão do Portal da Transparência;
- h) pesquisas eleitorais, de opinião pública ou sem vinculação direta com campanha abrangida pelo contrato; e
- i) aquisição isolada de bens ou serviços sem vínculo com campanha publicitária.

1.3.2. A exclusão da gestão cotidiana de canais digitais não impede a criação, produção, adaptação, impulsionamento e veiculação de peças publicitárias nesses canais quando integrantes de campanha regularmente autorizada.



1.3.3. A aquisição de espaço publicitário em veículo, plataforma ou canal de divulgação, quando prevista em plano de mídia aprovado, não será considerada patrocínio.

1.3.4. É vedada a veiculação, nos planos de mídia e não mídia, de publicidade associada a agremiações desportivas profissionais ou a outras entidades privadas que caracterize patrocínio, subvenção ou auxílio financeiro indireto sem base legal específica (art. 37, § 1º, da Constituição Federal; art. 16 da Lei nº 4.320/1964; art. 26 da Lei Complementar nº 101/2000), conforme orientação do Parecer PGM nº 903/2026. A aquisição de espaço publicitário em veículo ou plataforma, nos termos do item 1.3.3, não se confunde com essa hipótese.

1.3.5. Os gestores e fiscais verificarão o atendimento ao item 1.3.4 na análise dos briefings, dos planos de mídia e das ordens de serviço, e não aprovarão peça ou inserção que o contrarie.

1.4. Contratante e abrangência

1.4.1. A licitação será conduzida pela Central de Compras e terá como único contratante o Município de Lages.

1.4.2. O Município de Lages celebrará contrato destinado ao atendimento da Administração Direta e dos fundos municipais sem personalidade jurídica, no valor estimado de R\$ 4.106.097,48. O contrato abrange os órgãos e fundos relacionados no item 6.1 do DFD nº 01/2026 (Revisão 02), inclusive o Fundo Municipal da Saúde, o Fundo Municipal de Assistência Social, o Fundo Municipal para a Infância e Adolescência, o Fundo Municipal de Habitação, o Fundo dos Direitos da Pessoa Idosa e o Fundo Municipal dos Direitos da Pessoa com Deficiência. Os fundos não celebrarão contratos próprios, e suas despesas serão empenhadas nas respectivas dotações, observadas a finalidade legal de cada fundo e, quando exigida, a deliberação do conselho gestor.

1.4.3. (Suprimido na Revisão 02 – exclusão da SEMASA, Ofício nº 1195/2026.)

1.4.4. O contrato manterá individualizados, por órgão e por fundo, as dotações, as fontes de recursos, os empenhos, as ordens de serviço, a liquidação e os pagamentos.

1.4.5. O atendimento de diversos órgãos e fundos no mesmo contrato não produzirá:

- a) solidariedade financeira;
- b) formação de saldo único;
- c) transferência automática de dotações;
- d) compartilhamento indiscriminado de recursos;
- e) emissão conjunta de documentos fiscais; ou



f) utilização de dotação de um órgão ou fundo para despesa de outro sem o correspondente rateio formal.

1.4.6. Não integram esta contratação outras autarquias, fundações ou entidades dotadas de personalidade jurídica própria, em especial a Fundação Cultural de Lages, a Fundação Municipal de Esporte de Lages e o LAGESPREVI, cujo Fundo Financeiro é vinculado ao pagamento de benefícios previdenciários (art. 1º, III, da Lei nº 9.717/1998). As campanhas de interesse cultural, esportivo ou turístico e as de orientação sobre o regime próprio de previdência poderão ser solicitadas por essas entidades e executadas no contrato do Município de Lages, quando custeadas exclusivamente por dotações da Administração Direta. Nesse caso, a ordem de serviço, o empenho, a fiscalização e a liquidação caberão ao órgão da Administração Direta responsável pela dotação, vedado às entidades solicitantes emitir ordem de serviço, empenhar, atestar ou liquidar despesa do contrato.

1.4.7. As referências deste Termo de Referência a "contratante" entendem-se feitas ao Município de Lages, que atuará por intermédio do órgão ou fundo titular da dotação utilizada em cada demanda.

1.5. Regime de execução

1.5.1. Os serviços possuem natureza especial, predominantemente intelectual e continuada, e serão prestados:

- a) de forma indireta;
- b) sem dedicação exclusiva de mão de obra;
- c) sob demanda;
- d) mediante briefing e ordem de serviço;
- e) conforme a disponibilidade orçamentária do contratante; e
- f) após aprovação das estratégias, peças, custos e planos de mídia ou não mídia aplicáveis.

1.5.2. Nenhum serviço, produção, fornecimento ou veiculação poderá ser executado sem prévia autorização do contratante.

1.5.3. É vedada a subcontratação de outra agência para execução do núcleo do objeto, sem prejuízo da contratação regular de fornecedores especializados e veículos de divulgação.

1.6. Regime jurídico e seleção

1.6.1. A contratação será regida pela Lei nº 12.232/2010 e, subsidiariamente, pela Lei nº 14.133/2021, aplicando-se ainda a Lei nº 4.680/1965, sua regulamentação, as normas municipais pertinentes e as disposições do edital e do contrato.



1.6.2. A seleção ocorrerá mediante concorrência, com critério de julgamento de técnica e preço e observância do procedimento previsto na Lei nº 12.232/2010.

1.6.3. As regras relativas à apresentação, ao anonimato e ao julgamento das propostas técnicas e de preços serão estabelecidas no edital, no briefing e nos respectivos anexos.

1.7. Valor estimado

1.7.1. O valor estimado para o período inicial de 12 (doze) meses é de R\$ 4.106.097,48 (quatro milhões, cento e seis mil, noventa e sete reais e quarenta e oito centavos), destinado ao contrato do Município de Lages.

1.7.2. Os valores compreendem todos os dispêndios necessários à execução das campanhas, inclusive remuneração da agência, serviços internos, fornecedores especializados, produção, direitos de terceiros, veículos, plataformas, mídia digital, tributos e demais custos admitidos no objeto.

1.7.3. O valor global não corresponde à receita própria da agência, pois abrange parcelas destinadas a fornecedores especializados, veículos e plataformas.

1.7.4. Os valores constituem limites máximos estimados, sem garantia de consumo integral, faturamento mínimo ou quantidade mínima de campanhas.

1.7.5. A execução dependerá de necessidade concreta, disponibilidade orçamentária, prévio empenho e autorização do contratante.

1.8. Vigência

1.8.1. O contrato terá vigência inicial de 12 (doze) meses, contados da data indicada no instrumento, e poderá ser prorrogado sucessivamente, observados os arts. 106 e 107 da Lei nº 14.133/2021, e o item 14 deste Termo de Referência.

1.8.2. A prorrogação dependerá da manutenção da necessidade, da disponibilidade orçamentária, da avaliação satisfatória da contratada, da demonstração de vantajosidade e da decisão fundamentada da autoridade competente do contratante.

1.8.3. A prorrogação não assegura a repetição automática do valor estimado, que deverá ser definido para o novo período conforme a demanda prevista, os preços vigentes, a execução histórica e a disponibilidade orçamentária.

2. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

2.1. A fundamentação completa da contratação consta do Documento de Formalização da Demanda – DFD e do Estudo Técnico Preliminar – ETP, que integram o processo



administrativo e cujas conclusões são incorporadas a este Termo de Referência, nos termos do art. 6º, XXIII, "b", da Lei nº 14.133/2021.

2.2. A contratação decorre da necessidade permanente do Município de Lages de comunicar à população, de forma planejada, acessível, tempestiva e mensurável, informações relacionadas a políticas públicas, serviços, programas, campanhas, eventos e ações de interesse coletivo.

2.3. As demandas abrangem publicidade institucional e de utilidade pública nas diversas áreas de atuação municipal, inclusive saúde, educação, assistência social, mobilidade, trânsito, defesa civil, saneamento, meio ambiente, cultura, esporte, turismo e desenvolvimento econômico.

2.4. A ausência de solução estruturada pode ocasionar fragmentação das mensagens, perda de identidade institucional, inadequação dos meios de divulgação, sobreposição de despesas, redução do alcance das informações e dificuldade de fiscalização e mensuração dos resultados.

2.5. O ETP avaliou a execução com recursos próprios, a contratação fragmentada de produções e inserções e a contratação integrada por intermédio de agência de propaganda. Concluiu-se que a contratação de agência é a solução mais adequada, por reunir planejamento, criação, produção, veiculação, acompanhamento e avaliação sob responsabilidade técnica coordenada.

2.6. A contratação de 1 (uma) agência preserva a unidade estratégica e visual da comunicação, reduz os custos de governança e facilita a coordenação, a fiscalização e a atribuição de responsabilidades. A adjudicação a mais de uma agência, embora admitida pelo art. 2º, § 3º, da Lei nº 12.232/2010, não demonstrou vantagem compatível com o volume estimado e exigiria procedimento permanente de seleção interna entre as contratadas.

2.7. O procedimento licitatório será centralizado na Central de Compras para promover padronização, eficiência, economia processual e unidade técnica da comunicação. Da licitação resultará um contrato celebrado pelo Município de Lages, abrangendo a Administração Direta e os fundos municipais sem personalidade jurídica.

2.8. A execução ocorrerá sob demanda, sem garantia de consumo integral, observados a necessidade administrativa, a finalidade pública de cada campanha e a disponibilidade orçamentária do contratante.



3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

3.1. A solução consiste na contratação de 1 (uma) agência de propaganda para prestar ao Município de Lages, de forma contínua, integrada e sob demanda, os serviços de publicidade definidos neste Termo de Referência.

3.2. A licitação será realizada pela Central de Compras, com adjudicação a uma única agência e celebração de um contrato pelo Município de Lages, preservadas as responsabilidades orçamentárias, financeiras, contábeis e fiscalizatórias de cada órgão e fundo titular de dotação.

3.3. A solução abrangerá todo o ciclo das campanhas publicitárias:

- a) formalização da demanda e elaboração do briefing;
- b) diagnóstico e planejamento da comunicação;
- c) definição da estratégia, dos públicos, das mensagens, dos meios e dos indicadores;
- d) criação e aprovação das campanhas e peças;
- e) produção e execução técnica;
- f) planejamento, autorização e realização da veiculação;
- g) acompanhamento e comprovação da execução;
- h) avaliação dos resultados; e
- i) organização e entrega do acervo técnico, financeiro e comprobatório.

3.4. Cada campanha será iniciada mediante demanda formal do contratante, contendo o problema de comunicação, os objetivos, o público-alvo, a abrangência, o período de realização, as informações essenciais, as restrições aplicáveis e, quando definido, o limite orçamentário.

3.5. A agência apresentará solução compatível com a complexidade da demanda, incluindo estratégia, conceito criativo, peças, cronograma, plano de mídia ou não mídia, estimativa de custos e indicadores de resultado. A execução dependerá de aprovação formal, disponibilidade orçamentária, prévio empenho e ordem de serviço.

3.6. A produção especializada e a veiculação poderão ser executadas por fornecedores e veículos selecionados e contratados pela agência, por ordem e conta do contratante, observados os procedimentos de cotação, escolha, autorização, comprovação e pagamento definidos neste Termo de Referência e no contrato.

3.7. A seleção dos meios e canais deverá ser tecnicamente fundamentada no objetivo da campanha, no perfil do público, na abrangência, nos dados de audiência ou alcance, na



complementaridade entre os canais, na possibilidade de mensuração e na economicidade.

3.8. Poderão ser utilizadas mídias tradicionais, digitais ou decorrentes de novas tecnologias, desde que relacionadas aos objetivos da campanha, previamente aprovadas e passíveis de controle dos investimentos e comprovação da execução.

3.9. Pesquisas e instrumentos de avaliação somente poderão ser contratados quando diretamente vinculados a campanha específica e necessários ao planejamento, à validação da estratégia ou à mensuração dos resultados.

3.10. A solução deverá atender demandas ordinárias, sazonais, supervenientes e urgentes. Situações que exijam comunicação imediata poderão seguir fluxo simplificado, sem afastar a formalização da demanda, a autorização, o empenho, a aprovação das peças e a comprovação da execução.

3.11. A execução ocorrerá sem pagamento fixo mensal e sem garantia de consumo mínimo. A remuneração da agência e os valores destinados a fornecedores e veículos observarão a proposta vencedora, as autorizações emitidas e os serviços efetivamente executados.

3.12. Cada órgão ou fundo titular de dotação será responsável por aprovar suas demandas, verificar a disponibilidade orçamentária, emitir ordens de serviço, fiscalizar a execução, controlar o saldo contratual, liquidar as despesas e efetuar os pagamentos.

3.13. A agência deverá manter preposto e controle organizado das demandas, aprovações, custos, fornecedores, veículos, prazos, comprovações, faturamentos e resultados.

3.14. Os produtos finais, arquivos editáveis, matrizes, relatórios, licenças, autorizações e demais elementos produzidos deverão ser entregues ao contratante. Os direitos autorais, de imagem, voz e demais direitos de terceiros deverão estar regularizados e documentados.

3.15. A agência manterá o acervo comprobatório dos serviços e das peças produzidas pelo prazo mínimo de 5 (cinco) anos após a extinção do respectivo contrato, nos termos do art. 17 da Lei nº 12.232/2010.

4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

4.1. Requisitos institucionais

4.1.1. A contratada deverá ser agência de propaganda:

- a) constituída e autorizada a exercer atividades compatíveis com o objeto;



- b) regida pela Lei nº 4.680/1965;
- c) detentora de certificado de qualificação técnica de funcionamento válido, nos termos do art. 4º, § 1º, da Lei nº 12.232/2010; e
- d) habilitada conforme a Lei nº 14.133/2021 e o edital.

4.1.2. As condições de habilitação e o certificado de qualificação técnica deverão ser mantidos durante toda a vigência contratual.

4.1.3. A comprovação desses requisitos ocorrerá na fase de habilitação e não se confundirá com o julgamento das propostas técnica e de preços.

4.2. Estrutura de atendimento

4.2.1. A contratada deverá manter estrutura técnica e operacional suficiente para atender, inclusive simultaneamente, às demandas dos órgãos e fundos abrangidos pelo contrato.

4.2.2. A estrutura deverá possuir capacidade multidisciplinar para atendimento, planejamento, pesquisa, criação, mídia, produção, comunicação digital, análise de dados e controle administrativo e financeiro.

4.2.3. Não haverá dedicação exclusiva de mão de obra nem quantitativo mínimo fixo de profissionais, cabendo à contratada dimensionar sua equipe conforme as demandas e os níveis de serviço estabelecidos.

4.2.4. A contratada deverá:

- a) designar preposto com poderes para representá-la;
- b) manter canais permanentes de atendimento remoto;
- c) participar de reuniões presenciais ou virtuais; e
- d) assegurar a continuidade dos serviços durante afastamentos ou substituições de profissionais.

4.2.5. Não será exigida sede, filial ou instalação prévia no Município de Lages. O atendimento presencial deverá ser disponibilizado quando necessário à execução, mediante solicitação razoável do contratante e sem cobrança adicional pelos deslocamentos ordinários.

4.2.6. Não será exigida vistoria prévia para participação na licitação.

4.3. Planejamento, autorização e qualidade

4.3.1. Cada campanha deverá ser precedida de demanda formal e briefing, admitida forma simplificada nas situações urgentes devidamente justificadas.



4.3.2. Conforme a complexidade da demanda, a agência deverá apresentar estratégia, conceito criativo, peças, plano de mídia ou não mídia, cronograma, estimativa detalhada de custos e indicadores de resultado.

4.3.3. Nenhuma despesa, produção, veiculação ou contratação de fornecedor poderá ser executada sem aprovação prévia e identificável do contratante.

4.3.4. As campanhas e peças deverão:

- a) observar o briefing e a identidade institucional;
- b) utilizar linguagem clara, correta e adequada ao público;
- c) manter coerência entre objetivo, mensagem, formato e meio;
- d) respeitar a impessoalidade, a legislação eleitoral e os direitos de terceiros;
- e) atender às especificações dos veículos e plataformas; e
- f) ser submetidas à revisão técnica, ortográfica e de conteúdo.

4.3.5. A aprovação administrativa não afasta a responsabilidade da contratada por erros técnicos, materiais, autorais, de produção ou de veiculação que lhe sejam imputáveis.

4.3.6. Os erros decorrentes da atuação da contratada ou dos fornecedores sob sua supervisão deverão ser corrigidos sem ônus adicional.

4.4. Integridade e responsabilidade do conteúdo

4.4.1. É vedado utilizar as campanhas para promoção pessoal, político-partidária, eleitoral ou comercial de autoridades, agentes públicos ou terceiros.

4.4.2. A contratada deverá alertar formalmente o contratante sobre conteúdo ou orientação que possa violar a Constituição, a legislação eleitoral, a proteção de dados, os direitos autorais, os direitos de imagem ou as normas de proteção a públicos vulneráveis.

4.4.3. É vedada a divulgação deliberada de conteúdo falso, discriminatório, ofensivo, enganoso ou capaz de induzir o público a erro.

4.4.4. Informações objetivas, como datas, valores, estatísticas, horários, endereços e condições de acesso a serviços, deverão ser validadas pelo contratante antes da divulgação.

4.5. Acessibilidade e sustentabilidade

4.5.1. As campanhas deverão observar acessibilidade, inclusão e linguagem cidadã, mediante recursos compatíveis com o meio, o público e a natureza da mensagem, tais



como legendas, Libras, audiodescrição, textos alternativos, contraste adequado, tipografia legível e compatibilidade com tecnologias assistivas.

4.5.2. A execução deverá priorizar aprovações digitais, dimensionamento racional de tiragens, redução de materiais descartáveis, uso de materiais recicláveis ou provenientes de fontes responsáveis e destinação adequada dos resíduos, quando aplicável.

4.5.3. Os requisitos de acessibilidade e sustentabilidade deverão ser proporcionais ao objeto e não poderão restringir injustificadamente a competição.

4.6. Proteção de dados, segurança e inteligência artificial

4.6.1. A contratada deverá observar a Lei nº 13.709/2018 e as políticas de privacidade e segurança da informação do Município de Lages.

4.6.2. O tratamento de dados pessoais deverá limitar-se ao necessário à execução, possuir base legal adequada e observar medidas de segurança contra acessos, compartilhamentos ou usos indevidos.

4.6.3. Incidentes de segurança, perda, acesso indevido ou vazamento de dados deverão ser comunicados imediatamente ao contratante.

4.6.4. A utilização de inteligência artificial ou tecnologia automatizada deverá:

- a) ser submetida a revisão humana qualificada;
- b) preservar a veracidade e a integridade do conteúdo;
- c) respeitar os direitos autorais, de imagem, voz e personalidade;
- d) impedir manipulações enganosas; e
- e) ser informada ao contratante quando puder afetar autoria, autenticidade, direitos de terceiros ou confiabilidade da mensagem.

4.6.5. É vedada a inserção de informações sigilosas, estratégicas, pessoais ou ainda não divulgadas em ferramentas públicas de inteligência artificial ou sistemas de terceiros sem autorização expressa.

4.6.6. A utilização dessas tecnologias não reduz a responsabilidade da contratada pelo produto final.

4.7. Organização documental e direitos de utilização

4.7.1. A contratada deverá manter recursos tecnológicos adequados para registrar demandas, briefings, aprovações, versões, cronogramas, custos, fornecedores, veiculações e documentos comprobatórios.



4.7.2. Os arquivos finais e editáveis deverão ser entregues ao contratante, acompanhados das especificações e dos elementos necessários à utilização institucional.

4.7.3. Imagens, fotografias, ilustrações, trilhas, vozes, fontes, programas e demais conteúdos de terceiros deverão possuir licenças ou autorizações compatíveis com o uso pretendido.

4.7.4. Eventuais limitações de prazo, território, meio ou forma de utilização deverão ser informadas antes da aprovação da contratação ou da produção.

4.8. Fornecedores, veículos e confidencialidade

4.8.1. Os fornecedores especializados deverão estar cadastrados pelo contratante, nos termos do art. 14 da Lei nº 12.232/2010.

4.8.2. A indicação e a escolha de fornecedores e veículos deverão observar critérios técnicos, impessoais e economicamente justificáveis, vedado o favorecimento decorrente de vínculo comercial ou pessoal não declarado.

4.8.3. A contratada deverá preservar o sigilo das informações internas, campanhas ainda não divulgadas, documentos, dados e estratégias a que tiver acesso.

4.8.4. A divulgação dos trabalhos para portfólio, premiação ou promoção da contratada dependerá de autorização prévia do contratante.

4.8.5. Os requisitos deste capítulo deverão ser mantidos durante toda a execução, e seu descumprimento poderá resultar em rejeição, correção, glosa e aplicação das medidas contratuais cabíveis.

5. MODELO DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

5.1. Diretrizes gerais

5.1.1. Os serviços serão executados de forma indireta, contínua, sem dedicação exclusiva de mão de obra e sob demanda, mediante solicitações formais do contratante.

5.1.2. A execução observará, conforme a complexidade da campanha:

- a) formalização da demanda e do briefing;
- b) análise e planejamento pela contratada;
- c) apresentação e aprovação da solução publicitária;
- d) elaboração e aprovação dos custos e dos planos de mídia ou não mídia;
- e) seleção dos fornecedores especializados, quando necessária;
- f) verificação orçamentária e emissão da ordem de serviço;



- g) criação, produção, distribuição e veiculação;
- h) acompanhamento e comprovação da execução;
- i) recebimento, faturamento e pagamento; e
- j) avaliação dos resultados e organização do acervo.

5.2. Implantação

5.2.1. Em até 5 (cinco) dias úteis do início da vigência, será realizada reunião entre a contratada, os gestores, os fiscais e as unidades responsáveis pela comunicação para definição:

- a) das equipes, prepostos e canais de atendimento;
- b) dos responsáveis pelas demandas e aprovações;
- c) dos modelos de briefing, ordem de serviço e relatórios;
- d) dos fluxos de criação, produção, mídia, fiscalização e faturamento;
- e) dos controles financeiros individualizados; e
- f) dos procedimentos aplicáveis às demandas urgentes.

5.2.2. A contratada apresentará a relação de sua equipe, o preposto titular e seu substituto, o fluxo interno de atendimento, os meios de compartilhamento seguro de arquivos e o plano de continuidade dos serviços.

5.2.3. Poderá ser elaborado Plano Operacional Anual de Publicidade para organização das campanhas previsíveis, sem gerar obrigação de execução ou garantia de utilização dos valores estimados.

5.3. Formalização e planejamento da demanda

5.3.1. A demanda será iniciada por briefing ou Solicitação de Serviço Publicitário emitida ou validada por agente autorizado, contendo, no mínimo:

- a) contratante e unidade demandante;
- b) problema de comunicação e objetivos;
- c) público-alvo e abrangência;
- d) informações obrigatórias e restrições aplicáveis;
- e) período pretendido;
- f) resultados esperados;
- g) prioridade; e
- h) limite orçamentário, quando definido.



5.3.2. A contratada deverá analisar o briefing e solicitar tempestivamente sua complementação quando faltarem informações essenciais. Os prazos de execução serão contados do recebimento da demanda suficientemente instruída.

5.3.3. A autorização para planejamento não permite assumir despesas, contratar fornecedores ou veículos, iniciar produção externa ou realizar veiculação.

5.4. Apresentação e aprovação da solução

5.4.1. A contratada apresentará solução compatível com a demanda, contendo, quando aplicável:

- a) diagnóstico e estratégia;
- b) conceito criativo e peças propostas;
- c) plano de mídia ou não mídia;
- d) cronograma;
- e) estimativa detalhada dos custos;
- f) fornecedores e veículos necessários; e
- g) indicadores de resultado.

5.4.2. A solução deverá respeitar o limite financeiro informado. Quando identificar alternativa mais eficiente, risco relevante ou insuficiência de recursos, a contratada deverá apresentar justificativa e proposta de adequação.

5.4.3. A aprovação deverá identificar o conteúdo, a versão, o responsável e a data. O silêncio do contratante não implicará aprovação tácita.

5.5. Orçamento e ordem de serviço

5.5.1. Antes da execução externa, a contratada apresentará orçamento detalhado, separando:

- a) serviços próprios e remuneração da agência;
- b) produção e fornecedores especializados;
- c) veículos e meios de divulgação;
- d) tributos e encargos;
- e) descontos e vantagens obtidos; e
- f) valor total.

5.5.2. O contratante verificará a compatibilidade dos custos, a regularidade das cotações, o saldo contratual, a disponibilidade orçamentária e a competência do agente autorizador.



5.5.3. A ordem de serviço deverá identificar o contrato, a campanha, o escopo, os fornecedores e veículos autorizados, o valor máximo, o empenho correspondente, o prazo e os responsáveis pelo acompanhamento.

5.5.4. A aprovação técnica não substitui a ordem de serviço nem autoriza despesa.

5.5.5. Serviços, produções ou veiculações executados sem prévia autorização e empenho suficiente correrão por conta e risco da contratada e não serão reconhecidos para faturamento ou pagamento.

5.6. Execução e alterações

5.6.1. A contratada executará os serviços conforme a versão, o orçamento, os meios e o cronograma aprovados, coordenando sua equipe, os fornecedores e os veículos.

5.6.2. Qualquer ocorrência que possa comprometer prazo, custo, qualidade, legalidade ou resultado deverá ser imediatamente comunicada ao gestor ou fiscal.

5.6.3. Alterações de estratégia, escopo, peça, fornecedor, veículo, período, quantidade ou custo dependerão de justificativa e autorização prévia.

5.6.4. Os custos de correção de erro imputável à contratada serão por ela suportados.

5.7. Suspensão e cancelamento

5.7.1. O contratante poderá suspender ou cancelar a demanda mediante comunicação formal.

5.7.2. A contratada deverá interromper novos compromissos e apresentar os serviços já executados, os custos externos regularmente assumidos, os valores canceláveis ou não recuperáveis e as medidas adotadas para reduzir eventuais prejuízos.

5.7.3. Somente serão reconhecidos os serviços efetivamente executados e os compromissos externos previamente autorizados, comprovados e não passíveis de cancelamento ou recuperação.

5.8. Demandas urgentes

5.8.1. Poderá ser adotado fluxo simplificado para demandas cuja demora possa comprometer serviço público, saúde, segurança, defesa civil, abastecimento, mobilidade, prazo legal ou outro interesse público relevante.

5.8.2. O fluxo simplificado poderá utilizar meios eletrônicos institucionais, mas deverá identificar:

a) o contratante e o contrato;

b) a autoridade responsável;



- c) o objeto e o conteúdo aprovado;
- d) o valor máximo e o empenho; e
- e) o prazo de execução.

5.8.3. A documentação deverá ser organizada no primeiro momento administrativo possível.

5.8.4. A contratada deverá manter capacidade de atendimento prioritário às demandas urgentes, inclusive fora do horário administrativo quando expressamente acionada.

5.9. Prazos

5.9.1. As demandas serão classificadas como emergenciais, urgentes, ordinárias ou de grande porte.

5.9.2. A contratada deverá:

- a) confirmar o recebimento das demandas emergenciais em até 1 (uma) hora;
- b) confirmar o recebimento das demandas urgentes em até 2 (duas) horas úteis; e
- c) apresentar, para as demandas ordinárias, avaliação inicial e proposta de cronograma em até 1 (um) dia útil após o recebimento do briefing completo.

5.9.3. Os prazos de criação, produção e veiculação serão definidos em cada ordem de serviço, considerando a complexidade, a quantidade de peças, as aprovações necessárias e os prazos técnicos dos fornecedores e veículos.

5.9.4. Campanhas de grande porte terão cronograma específico.

5.10. Controle e encerramento

5.10.1. Cada demanda será vinculada ao órgão ou fundo titular da dotação, à unidade demandante, à dotação, ao empenho e à ordem de serviço.

5.10.2. A contratada manterá controles separados por órgão, fundo e ordem de serviço, permitindo identificar os valores autorizados, executados, faturados e pagos, a composição da despesa, os documentos pendentes e o saldo do contrato.

5.10.3. É vedada a utilização de dotação de um órgão ou fundo para atender demanda de outro sem rateio formal.

5.10.4. A demanda será considerada concluída após:

- a) entrega dos produtos, peças e arquivos editáveis;
- b) comprovação da produção, distribuição e veiculação;
- c) correção das pendências;



- d) apresentação dos documentos fiscais e financeiros;
- e) recebimento pelo fiscal; e
- f) entrega do relatório de resultados, quando exigido.

5.10.5. A conclusão técnica não implica reconhecimento automático da regularidade financeira ou do direito ao pagamento, que dependerá da liquidação da despesa.

6. PLANEJAMENTO, CRIAÇÃO, PRODUÇÃO E VEICULAÇÃO

6.1. Planejamento

6.1.1. O planejamento de cada campanha deverá observar o briefing aprovado e definir, conforme sua complexidade:

- a) diagnóstico do problema de comunicação;
- b) objetivos e públicos prioritários;
- c) estratégia e mensagem central;
- d) conceito criativo;
- e) peças e desdobramentos;
- f) meios e canais recomendados;
- g) cronograma;
- h) orçamento; e
- i) indicadores de resultado.

6.1.2. As escolhas técnicas deverão ser justificadas por dados, características do público, abrangência pretendida, adequação dos meios e relação entre custo e resultado.

6.1.3. O planejamento não poderá incluir atividade estranha ao objeto nem ultrapassar o limite autorizado sem prévia aprovação.

6.2. Criação e revisão

6.2.1. As peças deverão guardar coerência com a estratégia aprovada, a identidade institucional, o público-alvo e as características técnicas de cada meio.

6.2.2. Antes da apresentação ao contratante, a agência deverá realizar revisão de conteúdo, ortografia, dados objetivos, acessibilidade, especificações técnicas e conformidade jurídica e institucional.

6.2.3. As versões submetidas à aprovação deverão ser identificadas e preservadas, permitindo o controle das alterações.



6.2.4. Nenhuma peça poderá ser produzida ou veiculada em versão diferente daquela formalmente aprovada.

6.3. Produção e execução técnica

6.3.1. A produção deverá observar o orçamento, o cronograma, as especificações e os direitos de utilização previamente aprovados.

6.3.2. Quando houver execução por fornecedor especializado, a agência será responsável pela direção, supervisão, controle de qualidade e entrega do produto.

6.3.3. Provas, roteiros, layouts, pilotos ou versões preliminares deverão ser submetidos à aprovação quando necessários para evitar erro ou desperdício.

6.3.4. Alterações técnicas, quantitativas ou financeiras durante a produção dependerão de justificativa e autorização prévia.

6.4. Plano de mídia e não mídia

6.4.1. O plano de mídia ou não mídia deverá indicar, conforme aplicável:

- a) meios, veículos, plataformas e formatos;
- b) público e cobertura territorial;
- c) período, frequência e quantidade de inserções;
- d) valores de tabela, negociações, descontos e valor final;
- e) custos de produção e distribuição;
- f) critérios técnicos de escolha;
- g) indicadores e formas de comprovação; e
- h) investimento total.

6.4.2. A seleção dos meios deverá considerar alcance, frequência, perfil do público, cobertura, adequação contextual, complementaridade, mensuração e economicidade.

6.4.3. O plano deverá distinguir:

- a) mídia, quando houver aquisição de espaço ou tempo em veículo ou plataforma;
- e
- b) não mídia, quando a distribuição ocorrer por outros meios diretamente vinculados à campanha.

6.4.4. Alterações de veículo, formato, período, quantidade, frequência ou investimento dependerão de autorização prévia.



6.5. Veiculação e publicidade digital

6.5.1. Nenhuma veiculação poderá ocorrer sem peça final aprovada, plano autorizado, disponibilidade orçamentária, empenho e ordem de serviço.

6.5.2. Os pedidos de inserção ou documentos equivalentes deverão identificar a campanha, a peça, o veículo ou plataforma, o formato, o período, a quantidade e o valor autorizado.

6.5.3. Nas campanhas digitais, o planejamento deverá definir objetivo, público, segmentação, período, orçamento, métricas e parâmetros de acompanhamento.

6.5.4. As contas de anúncios, painéis de controle e ativos digitais deverão, sempre que tecnicamente possível, ser mantidos em nome do contratante, com acesso institucional aos dados de execução.

6.5.5. É vedada a aquisição de audiência artificial, interações simuladas ou práticas destinadas a distorcer os resultados.

6.6. Comprovação

6.6.1. A execução deverá ser comprovada por evidências compatíveis com o meio utilizado, tais como:

- a) exemplares, fotografias ou registros de instalação;
- b) mapas e comprovantes de inserção;
- c) gravações ou arquivos das peças veiculadas;
- d) relatórios emitidos pelos veículos ou plataformas;
- e) registros de exibição, impressão, alcance ou entrega; e
- f) checagem independente, quando exigida.

6.6.2. Os comprovantes deverão permitir confronto entre a peça aprovada, o veículo ou canal, o formato, o período, a quantidade e o valor autorizado.

6.6.3. A nota fiscal, isoladamente, não comprova a execução.

6.6.4. A ausência ou insuficiência de comprovação impedirá o recebimento e o pagamento da parcela correspondente até o saneamento da pendência.

6.7. Acompanhamento e resultados

6.7.1. A contratada deverá acompanhar o desempenho das campanhas e recomendar ajustes quando identificar resultado inferior ao esperado, alteração do contexto, risco relevante ou oportunidade de otimização.



6.7.2. A otimização não poderá ampliar o valor ou modificar substancialmente a estratégia sem autorização prévia.

6.7.3. Ao final de cada campanha, quando exigido, a contratada apresentará relatório contendo objetivos, investimento, execução, indicadores, resultados e recomendações.

6.8. Entregáveis

6.8.1. Conforme a natureza da campanha, deverão ser entregues:

- a) planejamento e estratégia;
- b) peças e versões aprovadas;
- c) arquivos finais e editáveis;
- d) orçamentos e cotações;
- e) plano de mídia ou não mídia;
- f) autorizações e pedidos de inserção;
- g) comprovantes de produção, distribuição e veiculação;
- h) documentos relativos aos direitos de terceiros; e
- i) relatórios financeiros e de resultados.

7. SELEÇÃO E CONTRATAÇÃO DE FORNECEDORES ESPECIALIZADOS E VEÍCULOS DE DIVULGAÇÃO

7.1. Disposições gerais

7.1.1. A agência poderá contratar fornecedores especializados e veículos necessários à execução das campanhas, por ordem e conta do contratante, observadas a Lei nº 12.232/2010, as autorizações emitidas e as regras deste Termo de Referência.

7.1.2. A utilização de terceiros não cria vínculo contratual direto com a Administração nem afasta a responsabilidade da agência pela seleção, coordenação, qualidade, preço, prazo e comprovação dos serviços.

7.1.3. Nenhuma contratação ou veiculação poderá ser realizada sem aprovação prévia, ordem de serviço e saldo de empenho suficiente.

7.2. Cadastro de fornecedores especializados

7.2.1. Somente poderão fornecer bens ou serviços especializados as pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante, nos termos do art. 14 da Lei nº 12.232/2010.



7.2.2. Poderá ser utilizado cadastro centralizado, formalmente adotado pelo Município de Lages.

7.2.3. O cadastramento deverá permitir a verificação da identidade, atividade compatível, capacidade técnica, regularidade exigida e inexistência de impedimento ou conflito de interesses.

7.2.4. A agência poderá indicar fornecedores e encaminhar os documentos necessários, mas a inclusão, atualização, suspensão ou exclusão do cadastro competirá à Administração.

7.3. Especificação e cotação

7.3.1. A agência elaborará especificação técnica clara, impessoal e completa, contendo objeto, quantidades, qualidade, prazo, condições de entrega, direitos de utilização e demais elementos necessários à comparação das propostas.

7.3.2. Para cada fornecimento, deverão ser obtidas, como regra, no mínimo 3 (três) cotações de fornecedores cadastrados e atuantes no segmento, conforme o art. 14, § 1º, da Lei nº 12.232/2010.

7.3.3. As propostas deverão:

- a) referir-se à mesma especificação;
- b) identificar o fornecedor e o responsável;
- c) indicar validade, preços unitários e total;
- d) discriminar tributos, encargos e demais custos;
- e) apresentar prazos e condições de execução; e
- f) informar as condições relativas aos direitos de terceiros, quando aplicáveis.

7.3.4. A impossibilidade excepcional de obter 3 (três) propostas deverá ser demonstrada mediante justificativa, consultas realizadas e elementos de mercado disponíveis, ficando a contratação condicionada à decisão motivada do contratante.

7.3.5. É vedado fracionar fornecimentos funcionalmente relacionados à mesma peça ou campanha para afastar controles ou reduzir o procedimento aplicável.

7.4. Sessão pública

7.4.1. Quando o fornecimento superar 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global vigente do respectivo contrato, as propostas serão coletadas em envelopes fechados e abertas em sessão pública fiscalizada pelo contratante, nos termos do art. 14, § 2º, da Lei nº 12.232/2010.



7.4.2. Considerados os valores iniciais estimados, os limites correspondem a:

Contrato	Valor estimado	Sessão pública obrigatória para fornecimento superior a
Município de Lages	R\$ 4.106.097,48	R\$ 20.530,49

7.4.3. Os limites serão recalculados sempre que houver alteração do valor global do respectivo contrato.

7.4.4. A sessão será documentada em ata, com registro das propostas, participantes, ocorrências e decisão.

7.4.5. Para valores iguais ou inferiores ao limite, as propostas poderão ser recebidas por meio físico ou eletrônico que preserve autenticidade, integridade e rastreabilidade.

7.5. Independência e escolha das propostas

7.5.1. As propostas deverão ser independentes. É vedada a participação, no mesmo procedimento, de fornecedores:

- a) com sócios, administradores ou controladores em comum;
- b) vinculados econômica ou pessoalmente à agência de modo capaz de comprometer a escolha; ou
- c) cujas propostas tenham sido combinadas, ajustadas ou simuladas.

7.5.2. A agência e os fornecedores deverão informar eventual vínculo societário, comercial, familiar ou econômico relevante.

7.5.3. A agência apresentará relatório contendo a especificação, os fornecedores consultados, as propostas, o quadro comparativo, a análise dos preços e a justificativa da escolha.

7.5.4. A seleção considerará preço, qualidade, capacidade técnica, prazo, condições de entrega, direitos de utilização e adequação à campanha.

7.5.5. A escolha de proposta que não seja a de menor preço dependerá de justificativa técnica e econômica circunstanciada e aprovação prévia do contratante.

7.5.6. A Administração poderá realizar diligências, obter cotações adicionais e consultar preços públicos ou outras fontes idôneas.

7.6. Veículos de divulgação

7.6.1. As regras de cadastramento, obtenção de 3 (três) cotações e sessão pública não se aplicam à aquisição de espaço ou tempo em veículos de divulgação.



7.6.2. A seleção dos veículos decorrerá do plano de mídia aprovado e será fundamentada em audiência, circulação, alcance, frequência, público, cobertura, adequação, custo e resultados pretendidos.

7.6.3. A distribuição dos recursos não será necessariamente igualitária entre veículos e deverá buscar a combinação tecnicamente mais eficiente.

7.6.4. A aquisição de mídia dependerá de autorização prévia e deverá identificar o órgão ou entidade pública responsável pela campanha, conforme o art. 4º, § 2º, da Lei nº 12.232/2010.

7.6.5. A seleção de mídia digital deverá adotar medidas de segurança de marca e impedir associação da publicidade institucional a conteúdo ilegal, discriminatório, fraudulento ou incompatível com os valores da Administração.

7.7. Comprovação e vantagens obtidas

7.7.1. Os custos de veiculação deverão ser acompanhados da tabela de preços do veículo, descontos negociados, pedido de inserção, programação, documento fiscal e comprovação da execução.

7.7.2. A contratada deverá informar previamente quando não for possível obter relatório independente de checagem e propor meio alternativo idôneo de comprovação.

7.7.3. Créditos, estornos ou valores não utilizados em plataformas digitais deverão ser identificados e revertidos ao contratante.

7.7.4. Pertencem ao contratante as vantagens obtidas na negociação de mídia, inclusive descontos, bonificações em espaço ou tempo, reaplicações e compensações, nos termos do art. 15, parágrafo único, da Lei nº 12.232/2010.

7.7.5. Os frutos de planos de incentivo concedidos pelos veículos constituem receita própria da agência, conforme o art. 18 da Lei nº 12.232/2010, mas não poderão influenciar a seleção dos veículos em prejuízo dos interesses do contratante.

7.7.6. O desconto-padrão de agência observará o art. 19 da Lei nº 12.232/2010, a proposta vencedora, o edital e o contrato.

7.7.7. As reduções de preço e vantagens obtidas junto aos fornecedores especializados deverão ser integralmente refletidas no custo da campanha.

7.8. Documentação e transparência

7.8.1. A contratada deverá manter organizados os processos de cotação, propostas, justificativas, autorizações, documentos fiscais, comprovantes e relatórios, permitindo sua fiscalização e auditoria.



7.8.2. Os documentos fiscais de fornecedores e veículos serão emitidos em nome do contratante, observadas as regras de faturamento e pagamento estabelecidas neste Termo de Referência.

7.8.3. A contratada fornecerá as informações necessárias ao cumprimento do art. 16 da Lei nº 12.232/2010 e manterá o acervo pelo prazo mínimo legal.

8. LICITAÇÃO, APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

8.1. Modalidade, forma e critério de julgamento

8.1.1. A seleção da agência de propaganda será realizada mediante licitação na modalidade concorrência, sob a forma presencial, com modo de disputa fechado e critério de julgamento por técnica e preço, observadas prioritariamente as disposições da Lei nº 12.232/2010 e, subsidiariamente, as disposições compatíveis da Lei nº 14.133/2021 e das demais normas aplicáveis à atividade publicitária.

8.1.2. A adoção da forma presencial decorre das particularidades do procedimento previsto na Lei nº 12.232/2010, especialmente:

- a) preservação do anonimato do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) fornecimento, pela Administração, de invólucro padronizado;
- c) recebimento separado das vias identificada e não identificada;
- d) custódia física dos invólucros ainda não abertos;
- e) cotejo entre as vias do Plano de Comunicação; e
- f) realização dos atos de abertura em sessões públicas sucessivas.

8.1.3. O modo de disputa será fechado, sem apresentação de lances públicos e sucessivos, em conformidade com o art. 56, § 2º, da Lei nº 14.133/2021.

8.1.4. A adoção do critério de técnica e preço justifica-se pela natureza predominantemente intelectual, estratégica e criativa do objeto, cuja qualidade influencia diretamente o alcance, a compreensão, a economicidade e a efetividade das campanhas publicitárias.

8.1.5. Para apuração da proposta mais vantajosa, serão atribuídos:

- a) peso de 70% à proposta técnica; e
- b) peso de 30% à proposta de preços.

8.1.6. A ponderação reconhece a predominância técnica do objeto, sem afastar a relevância econômica da proposta de preços, observado o limite estabelecido pelo art. 36, § 2º, da Lei nº 14.133/2021.



8.1.7. A nota final será calculada pela seguinte fórmula: $NF = (NT \times 0,70) + (NP \times 0,30)$ em que:

- a) NF corresponde à nota final;
- b) NT corresponde à nota da proposta técnica, em escala de zero a cem pontos; e
- c) NP corresponde à nota da proposta de preços, em escala de zero a cem pontos.

8.1.8. Será considerada vencedora a licitante habilitada que obtiver a maior nota final, observados os critérios de desempate e as demais condições do edital.

8.1.9. O prazo mínimo para apresentação das propostas será aquele previsto no art. 55, inciso IV, da Lei nº 14.133/2021, sem prejuízo da fixação de prazo superior quando necessário à adequada elaboração das propostas técnicas.

8.2. Comissão de contratação e subcomissão técnica

8.2.1. A licitação será processada por comissão de contratação ou comissão especial formalmente designada, ressalvada a análise e o julgamento das propostas técnicas, que competirão exclusivamente à subcomissão técnica.

8.2.2. A subcomissão técnica será constituída e selecionada conforme os arts. 10 e 11 da Lei nº 12.232/2010, observados:

- a) número mínimo de três integrantes;
- b) formação ou experiência profissional nas áreas de comunicação, publicidade ou marketing;
- c) participação mínima de um terço de profissionais sem vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com os órgãos e entidades responsáveis pela contratação;
- d) escolha mediante sorteio em sessão pública;
- e) publicação prévia da relação dos profissionais aptos;
- f) observância do prazo e do procedimento para impugnação dos nomes; e
- g) prevenção de conflitos de interesses.

8.2.3. Compete à subcomissão técnica:

- a) analisar individualmente as propostas técnicas;
- b) atribuir pontuação aos quesitos e subquesitos;
- c) apresentar justificativa escrita para cada pontuação;
- d) registrar as divergências relevantes entre as notas;
- e) elaborar as planilhas e atas do julgamento técnico; e



f) preservar o sigilo da autoria do Plano de Comunicação até o momento legalmente previsto.

8.2.4. A comissão de contratação não poderá substituir o juízo técnico da subcomissão, admitindo-se apenas a solicitação de esclarecimentos, a correção de erro material e as demais providências expressamente autorizadas pela legislação e pelo edital.

8.3. Briefing do exercício hipotético

8.3.1. O edital será acompanhado de briefing contendo informações claras, objetivas e suficientes para a elaboração do Plano de Comunicação Publicitária.

8.3.2. O briefing deverá indicar, no mínimo:

- a) o problema de comunicação a ser enfrentado;
- b) os objetivos pretendidos;
- c) os públicos prioritários;
- d) a abrangência territorial;
- e) as informações institucionais relevantes;
- f) o período hipotético da campanha;
- g) o valor destinado ao exercício;
- h) as limitações legais ou institucionais aplicáveis; e
- i) os resultados esperados.

8.3.3. O problema proposto deverá possuir complexidade compatível com o objeto da contratação e permitir a avaliação da capacidade estratégica, criativa e operacional das licitantes, sem impor despesas desnecessárias ou desproporcionais para a preparação das propostas.

8.3.4. A campanha apresentada no certame terá finalidade exclusivamente avaliativa e não constituirá:

- a) campanha previamente aprovada;
- b) autorização para execução;
- c) compromisso de futura utilização;
- d) garantia de contratação dos serviços apresentados; ou
- e) cessão antecipada dos direitos correspondentes.

8.4. Apresentação das propostas

8.4.1. As propostas serão apresentadas em quatro invólucros distintos:



- a) Invólucro nº 1 — Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada;
- b) Invólucro nº 2 — Plano de Comunicação Publicitária, via identificada;
- c) Invólucro nº 3 — Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação; e
- d) Invólucro nº 4 — Proposta de Preços.

8.4.2. O Invólucro nº 1 será padronizado e fornecido pela Administração, não podendo conter identificação, marca, sinal, etiqueta, código, metadado, formatação peculiar ou qualquer outro elemento que permita reconhecer direta ou indiretamente sua autoria.

8.4.3. A comissão de contratação não poderá inserir código, sinal ou marca que permita relacionar o Invólucro nº 1 ou seu conteúdo à respectiva licitante.

8.4.4. A via identificada deverá possuir o mesmo conteúdo da via não identificada, observadas as diferenças admitidas pelo art. 9º, § 2º, da Lei nº 12.232/2010.

8.4.5. O Invólucro nº 3 será identificado e conterá as informações referentes à licitante, sem elemento que permita relacioná-las à autoria do Plano de Comunicação antes do momento legalmente permitido.

8.4.6. O Invólucro nº 4 permanecerá fechado e sob custódia da comissão de contratação até o encerramento do julgamento técnico e das respectivas oportunidades recursais.

8.4.7. Os documentos de habilitação serão apresentados e examinados na fase definida no item específico deste Termo de Referência e no edital, depois do julgamento das propostas técnicas e de preços.

8.4.8. O edital estabelecerá os padrões de apresentação das propostas, incluindo formato, orientação, número máximo de páginas, fontes, espaçamentos, quantidade e forma de apresentação das peças, materiais admitidos e demais requisitos necessários à isonomia e à preservação do anonimato.

8.5. Composição e pontuação da proposta técnica

8.5.1. A proposta técnica será composta:

- a) pelo Plano de Comunicação Publicitária; e
- b) pelo conjunto de informações referentes à capacidade e à experiência da licitante.

8.5.2. A proposta técnica será avaliada em escala de zero a cem pontos, conforme a seguinte distribuição:



Quesito	Pontuação máxima
Raciocínio Básico	10
Estratégia de Comunicação Publicitária	20
Ideia Criativa	25
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15
Capacidade de Atendimento	10
Repertório	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
Total	100

8.5.3. Os quesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia constituem o Plano de Comunicação Publicitária e totalizam 70 pontos.

8.5.4. Os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação constituem o conjunto de informações referentes à licitante e totalizam 30 pontos.

8.5.5. O detalhamento dos atributos avaliados, das evidências esperadas e das respectivas faixas de pontuação constará de matriz anexa ao edital.

8.5.6. Os critérios de avaliação deverão:

- a) possuir relação direta com o objeto;
- b) permitir a comparação objetiva das propostas;
- c) evitar conceitos vagos ou puramente subjetivos;
- d) indicar os elementos concretos que fundamentarão cada pontuação;
- e) não privilegiar a localização da sede da agência;
- f) não privilegiar a notoriedade ou o porte econômico dos clientes atendidos; e
- g) não restringir injustificadamente a competição.

8.5.7. Os profissionais e recursos cuja qualificação tenha contribuído para a pontuação da proposta deverão participar da execução do contrato, admitida substituição previamente aprovada por profissional ou recurso de qualificação equivalente ou superior.



8.6. Julgamento das propostas técnicas

8.6.1. Cada integrante da subcomissão técnica analisará individualmente as propostas e atribuirá pontuação fundamentada a cada quesito ou subquesito.

8.6.2. A nota de cada quesito ou subquesito corresponderá à média aritmética das pontuações atribuídas pelos integrantes da subcomissão.

8.6.3. Quando a diferença entre a maior e a menor nota atribuída a um quesito ou subquesito alcançar o percentual definido no edital, a subcomissão deverá reavaliar a divergência e registrar as razões da manutenção ou revisão das notas.

8.6.4. A pontuação não poderá ser modificada depois da identificação da autoria das propostas, salvo para correção de erro material devidamente demonstrado.

8.6.5. Será tecnicamente classificada a proposta que alcançar, cumulativamente:

- a) no mínimo, 70 pontos na pontuação técnica total;
- b) no mínimo, 50% da pontuação máxima atribuída ao Plano de Comunicação Publicitária; e
- c) pontuação superior a zero nos quesitos Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

8.6.6. Será desclassificada a proposta técnica que:

- a) identificar a autoria do Plano de Comunicação antes do momento permitido;
- b) descumprir requisito material de apresentação previsto no edital;
- c) contrariar o briefing ou deixar de responder ao problema proposto;
- d) apresentar conteúdo incompatível com o art. 37, § 1º, da Constituição Federal;
- e) apresentar atividade estranha ao objeto;
- f) ultrapassar o orçamento do exercício hipotético;
- g) não alcançar a pontuação técnica mínima; ou
- h) incorrer em outra hipótese expressamente prevista na legislação ou no edital.

8.6.7. A desclassificação deverá ser motivada, com indicação objetiva do requisito descumprido, observada a possibilidade de saneamento de falha meramente formal quando não houver alteração do conteúdo da proposta, quebra do anonimato ou prejuízo à isonomia.

8.6.8. A análise e a pontuação serão individuais. São vedados debates prévios, deliberações conjuntas ou alinhamento de notas entre os membros da subcomissão durante a leitura e a valoração das propostas. Cada nota terá justificativa escrita e específica, que aponte os elementos concretos da proposta que a fundamentam.



8.6.9. Se a diferença entre a maior e a menor nota atribuída a um quesito for superior a 20% (vinte por cento) de sua pontuação máxima, a reavaliação do quesito é obrigatória. Persistindo a divergência, os autores das notas extremas registrarão em ata, assinada por todos os membros, as razões da manutenção, antes do envio das planilhas à comissão de contratação (art. 6º, VII, e art. 11, § 4º, IV e VI, da Lei nº 12.232/2010).

8.7. Proposta de preços

8.7.1. A proposta de preços será apresentada em modelo padronizado e contemplará os componentes efetivamente adotados para a remuneração da agência, incluindo, conforme definido no edital:

- a) desconto incidente sobre os preços dos serviços executados diretamente pela agência;
- b) honorários incidentes sobre serviços e suprimentos contratados com fornecedores especializados;
- c) honorários aplicáveis a serviços especializados em que não haja concessão do desconto-padrão de agência;
- d) percentual de reversão ao contratante da parcela do desconto-padrão de agência; e
- e) outros componentes expressamente admitidos pela legislação e pelo modelo econômico da contratação.

8.7.2. Os limites de aceitabilidade dos percentuais serão previamente definidos com base na pesquisa de mercado e na estimativa da repercussão econômica de cada componente.

8.7.3. A proposta de preços será avaliada em escala de zero a cem pontos mediante fórmula objetiva, atribuindo-se maior pontuação à proposta que representar menor dispêndio estimado para a Administração.

8.7.4. Os componentes da proposta não deverão receber pesos internos iguais quando apresentarem repercussões econômicas substancialmente diferentes.

8.7.5. Os pesos internos, limites, fórmulas e simulações de funcionamento da nota de preços deverão constar de anexo ao edital e ser definidos antes de sua publicação.

8.7.6. As fórmulas deverão ser previamente testadas para evitar:

- a) resultados desproporcionais;
- b) empates excessivos;
- c) vantagens artificiais decorrentes de componente de baixo impacto financeiro;



- d) propostas inexequíveis; e
- e) distorção entre o resultado da pontuação e o dispêndio efetivo estimado.

8.7.7. Será desclassificada a proposta de preços que:

- a) descumprir o modelo estabelecido;
- b) apresentar percentual fora dos limites admitidos;
- c) conter condição incompatível com o edital;
- d) apresentar componente negativo, simbólico ou inexequível;
- e) omitir parcela obrigatória; ou
- f) incorrer em outra hipótese legal ou editalícia de desclassificação.

8.7.8. Em atendimento aos subitens 8.7.2 a 8.7.5 e 13.4, os limites de aceitabilidade, as referências de pontuação máxima e os pesos internos foram definidos na Nota Técnica de pesquisa dos componentes econômicos juntada aos autos e constam do edital e de seu anexo de proposta de preços, com a seguinte síntese:

Quesito	Limite de aceitabilidade	Pontuação máxima a partir de	Peso (pontos)
P1 – Desconto sobre custos internos (tabela SINAPRO/SC)	mínimo de 40%	70%	25
P2 – Honorários sobre produção e execução técnica	máximo de 10%	3%	45
P3 – Honorários sobre pesquisas e inovação	máximo de 5%	1%	5
P4 – Repasse de parte do desconto-padrão (facultativo)	0%	10%	25
Total			100

8.8. Processamento da concorrência

8.8.1. O procedimento observará a sequência especial estabelecida pela Lei nº 12.232/2010, compreendendo, em síntese:

- a) constituição e sorteio da subcomissão técnica;
- b) publicação do edital e disponibilização do briefing;
- c) recebimento dos invólucros em sessão pública;



- d) abertura dos invólucros que contenham a via não identificada e as informações referentes às licitantes;
- e) encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão;
- f) julgamento e divulgação das pontuações técnicas;
- g) abertura das vias identificadas e cotejo dos planos;
- h) identificação da autoria e divulgação do resultado técnico;
- i) processamento dos recursos da fase técnica;
- j) abertura e julgamento das propostas de preços;
- k) cálculo e divulgação da classificação final;
- l) processamento dos recursos correspondentes;
- m) exame dos documentos de habilitação da licitante mais bem classificada e, se necessário, das subsequentes; e
- n) adjudicação e homologação.

8.8.2. As sessões públicas serão registradas em ata e gravadas em áudio e vídeo, com juntada dos registros ao processo administrativo, nos termos do art. 17, §§ 2º e 5º, da Lei nº 14.133/2021.

8.8.3. Os invólucros ainda não abertos permanecerão sob custódia da comissão de contratação, em local seguro, com controle de sua integridade e movimentação.

8.8.4. As oportunidades recursais serão disciplinadas no edital mediante compatibilização do procedimento especial da Lei nº 12.232/2010 com a Lei nº 14.133/2021, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

8.9. Classificação, desempate e publicidade do julgamento

8.9.1. A classificação final observará a ordem decrescente das notas finais ponderadas.

8.9.2. Em caso de empate, serão aplicados os critérios previstos na legislação, complementados, quando necessário e nesta ordem, pela maior pontuação:

- a) na proposta técnica;
- b) no Plano de Comunicação Publicitária;
- c) na Estratégia de Comunicação Publicitária;
- d) na Ideia Criativa; e
- e) na Estratégia de Mídia e Não Mídia.

8.9.3. O edital disciplinará o tratamento favorecido às microempresas e empresas de pequeno porte, nos termos da Lei Complementar nº 123/2006 e naquilo que for



compatível com o critério de técnica e preço e com o procedimento da Lei nº 12.232/2010.

8.9.4. Encerrado o sigilo legal, serão disponibilizados, ressalvadas as informações legalmente protegidas:

- a) as propostas técnicas;
- b) as planilhas de pontuação;
- c) as justificativas individuais dos integrantes da subcomissão;
- d) as atas das sessões e do julgamento;
- e) as propostas de preços; e
- f) os resultados dos cálculos de classificação.

8.9.5. A proposta técnica, a proposta de preços e os compromissos assumidos pela licitante vencedora integrarão o respectivo contrato, independentemente de transcrição.

8.9.6. A adjudicação e a homologação não gerarão obrigação de utilização integral do valor estimado, permanecendo a execução condicionada às demandas autorizadas e à disponibilidade orçamentária do Município.

9. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO E HABILITAÇÃO

9.1. Condições gerais de participação

9.1.1. Poderão participar da licitação pessoas jurídicas legalmente constituídas que:

- a) possuam objeto social materialmente compatível com a prestação de serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda;
- b) exerçam as atividades disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965;
- c) atendam aos requisitos da Lei nº 12.232/2010; e
- d) não estejam abrangidas por impedimento legal ou editalício.

9.1.2. Não será exigida correspondência literal entre o objeto social, os códigos de atividade econômica e a redação integral do objeto licitado, bastando que as atividades da licitante sejam materialmente compatíveis com os serviços contratados.

9.1.3. Cada licitante poderá apresentar somente uma proposta, vedada a participação simultânea de empresas controladoras, controladas ou coligadas, concorrendo entre si, nas hipóteses previstas no art. 14, inciso V, da Lei nº 14.133/2021.

9.1.4. A participação de microempresas e empresas de pequeno porte observará a Lei Complementar nº 123/2006 e o art. 4º da Lei nº 14.133/2021, naquilo que for compatível com o procedimento e o critério de julgamento adotados.



9.1.5. A participação de cooperativas somente será admitida quando demonstrado o atendimento cumulativo:

- a) das condições do art. 16 da Lei nº 14.133/2021;
- b) da compatibilidade entre sua constituição e a natureza empresarial e integrada dos serviços;
- c) da inexistência de subordinação direta dos cooperados; e
- d) da qualificação legal para funcionamento como agência de propaganda, inclusive mediante o certificado previsto no art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

9.1.6. Não será admitida a participação de empresas em consórcio.

9.1.7. A vedação prevista no subitem anterior fundamenta-se:

- a) na natureza integrada do objeto;
- b) na necessidade de centralização das responsabilidades estratégicas, criativas, operacionais e financeiras;
- c) na existência de mercado formado por agências individualmente aptas à execução integral dos serviços;
- d) na inexistência de complexidade ou dimensão que exija a reunião de capacidades empresariais distintas; e
- e) no risco de aumento da complexidade da fiscalização, da prestação de contas e da individualização das responsabilidades.

9.1.8. A vedação aos consórcios deverá ser confirmada pela pesquisa de mercado, mediante demonstração da existência de competição suficiente entre agências individualmente capacitadas.

9.1.9. A empresa estrangeira poderá participar desde que esteja regularmente autorizada a funcionar no Brasil, apresente os documentos equivalentes exigidos pela legislação e atenda às condições específicas aplicáveis às agências de propaganda.

9.2. Impedimentos de participação

9.2.1. Não poderá participar da licitação ou da execução contratual, direta ou indiretamente, a pessoa jurídica que:

- a) esteja impedida de licitar e contratar ou tenha sido declarada inidônea, enquanto perdurarem os efeitos da sanção;
- b) esteja abrangida por qualquer das hipóteses do art. 14 da Lei nº 14.133/2021;
- c) mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente



público que desempenhe função na licitação, gestão ou fiscalização do contrato, nas hipóteses legalmente vedadas;

d) tenha como sócio, administrador ou dirigente cônjuge, companheiro ou parente, em linha reta, colateral ou por afinidade até o terceiro grau, de agente público que atue na licitação, gestão ou fiscalização, quando caracterizada a hipótese legal de impedimento;

e) atue em substituição a outra pessoa jurídica para burlar sanção ou impedimento;

f) tenha participado da elaboração dos documentos da contratação em situação capaz de comprometer a isonomia ou configurar conflito de interesses; ou

g) esteja abrangida por outro impedimento previsto na legislação.

9.2.2. A existência de sanção aplicada a pessoa jurídica distinta não produzirá extensão automática de seus efeitos à licitante, salvo quando demonstrada hipótese legal de desconsideração da personalidade jurídica, sucessão irregular, fraude ou atuação destinada a burlar a penalidade.

9.2.3. A Administração verificará os impedimentos mediante consulta aos cadastros oficiais e às demais fontes disponíveis, sem prejuízo das declarações exigidas no edital.

9.3. Momento e forma da habilitação

9.3.1. Os documentos de habilitação serão apresentados depois do julgamento final das propostas técnicas e de preços, observada a sequência estabelecida nos arts. 6º e 11 da Lei nº 12.232/2010.

9.3.2. Os documentos de habilitação não integrarão os quatro invólucros iniciais destinados às propostas técnicas e de preços.

9.3.3. Encerrado o julgamento final das propostas e a respectiva fase recursal, as licitantes classificadas serão convocadas para apresentar o Invólucro nº 5 — Documentos de Habilitação, em sessão pública.

9.3.4. A abertura e a análise dos documentos serão registradas em ata e observarão as disposições do edital.

9.3.5. Será declarada vencedora a licitante mais bem classificada que atender integralmente às condições de habilitação.

9.3.6. Caso a primeira colocada seja inabilitada, serão examinados os documentos das licitantes subsequentes, observada a ordem de classificação e o procedimento legalmente aplicável.

9.3.7. A habilitação compreenderá:



- a) habilitação jurídica;
- b) qualificação técnica;
- c) regularidade fiscal, social e trabalhista; e
- d) qualificação econômico-financeira.

9.3.8. As exigências limitar-se-ão ao necessário para demonstrar a aptidão mínima da licitante, vedada a repetição de critérios já utilizados para pontuar a proposta técnica.

9.4. Habilitação jurídica

9.4.1. A habilitação jurídica será comprovada mediante os documentos correspondentes à natureza jurídica da licitante, na forma do art. 66 da Lei nº 14.133/2021.

9.4.2. Serão exigidos, conforme o caso:

- a) registro empresarial, ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor;
- b) documentos relativos à eleição ou designação dos administradores;
- c) inscrição do ato constitutivo e prova da composição da diretoria, quando se tratar de sociedade civil;
- d) decreto ou ato de autorização para funcionamento no Brasil, quando se tratar de empresa estrangeira; e
- e) comprovação dos poderes de representação da pessoa que subscrever os documentos, as propostas ou o contrato.

9.4.3. A documentação de habilitação jurídica limitar-se-á à comprovação da existência da pessoa jurídica, de sua capacidade para assumir obrigações e da autorização necessária ao exercício da atividade.

9.5. Qualificação técnica

9.5.1. A licitante deverá apresentar certificado de qualificação técnica de funcionamento válido, previsto no art. 4º da Lei nº 12.232/2010, emitido:

- a) pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão — CENP; ou
- b) por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas das agências de propaganda.

9.5.2. Não será admitida exigência exclusiva de certificado emitido pelo CENP quando apresentado certificado equivalente expedido por entidade legalmente reconhecida.

9.5.3. O certificado deverá:

- a) estar válido na data da habilitação;
- b) corresponder à pessoa jurídica participante da licitação;



- c) demonstrar sua qualificação como agência de propaganda; e
- d) ser mantido válido durante a execução contratual.

9.5.4. O certificado constitui requisito legal de funcionamento e não produzirá pontuação técnica adicional.

9.5.5. A capacidade técnico-operacional será comprovada mediante um ou mais atestados ou certidões emitidos por pessoas jurídicas de direito público ou privado, demonstrando a execução satisfatória e integrada de serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda.

9.5.6. Os atestados deverão demonstrar experiência compatível com as parcelas tecnicamente relevantes do objeto, compreendendo:

- a) estudo, planejamento e execução de campanhas publicitárias;
- b) criação e produção de peças e materiais publicitários;
- c) planejamento e execução de mídia e não mídia;
- d) intermediação e acompanhamento da produção por fornecedores especializados; e
- e) acompanhamento ou comprovação da veiculação.

9.5.7. As atividades poderão ser comprovadas por um único atestado ou pelo conjunto dos documentos apresentados, desde que seja demonstrada a experiência integrada da licitante.

9.5.8. Será admitido o somatório de atestados relativos a contratos executados simultaneamente ou em períodos distintos.

9.5.9. Não serão exigidos:

- a) atestados emitidos exclusivamente por órgãos ou entidades públicas;
- b) experiência anterior com o Município de Lages;
- c) experiência com campanha, veículo, público ou segmento econômico específico;
- d) identidade absoluta entre o objeto do atestado e o objeto licitado;
- e) valor mínimo de campanhas anteriormente executadas;
- f) sede ou filial previamente instalada no Município de Lages; ou
- g) vínculo empregatício prévio ou exclusivo dos profissionais indicados.

9.5.10. A licitante apresentará declaração de que disponibilizará, até o início da execução, equipe multidisciplinar e estrutura operacional suficientes para atendimento simultâneo das demandas dos órgãos e fundos abrangidos pelo contrato.



9.5.11. A equipe deverá contemplar, conforme as demandas do contrato, competências relacionadas a:

- a) atendimento;
- b) planejamento;
- c) criação e direção de arte;
- d) redação;
- e) mídia e não mídia;
- f) produção gráfica, audiovisual, sonora e digital;
- g) monitoramento e análise de resultados; e
- h) gestão administrativa e financeira.

9.5.12. Será permitida a acumulação de funções tecnicamente compatíveis, desde que não comprometa a capacidade de atendimento.

9.5.13. Os profissionais cuja qualificação tenha sido utilizada para pontuação da proposta técnica deverão participar da execução, admitida substituição previamente aprovada por profissional de experiência e qualificação equivalentes ou superiores.

9.5.14. Não será exigido registro da agência ou de seus profissionais em conselho profissional sem competência legal específica para fiscalizar a atividade de publicidade e propaganda.

9.6. Regularidade fiscal, social e trabalhista

9.6.1. A regularidade fiscal, social e trabalhista será comprovada na forma do art. 68 da Lei nº 14.133/2021, mediante apresentação dos documentos relativos:

- a) à inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica;
- b) à inscrição nos cadastros de contribuintes estadual ou municipal, quando pertinente;
- c) à regularidade perante as Fazendas Federal, Estadual e Municipal;
- d) à regularidade perante o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço;
- e) à regularidade perante a Justiça do Trabalho; e
- f) ao cumprimento do disposto no art. 7º, inciso XXXIII, da Constituição Federal.

9.6.2. Serão aceitas certidões positivas com efeitos de negativas.

9.6.3. As microempresas e empresas de pequeno porte deverão apresentar a documentação fiscal e trabalhista exigida, ainda que contenha restrição, assegurado o prazo legal para regularização caso sejam declaradas vencedoras.



9.7. Qualificação econômico-financeira

9.7.1. A qualificação econômico-financeira terá por finalidade demonstrar a aptidão da licitante para suportar as obrigações decorrentes da contratação, especialmente:

- a) a continuidade dos serviços;
- b) o atendimento simultâneo às demandas dos órgãos e fundos abrangidos pelo contrato;
- c) a administração dos valores destinados a veículos e fornecedores; e
- d) os intervalos entre a execução, a liquidação, o pagamento e os repasses.

9.7.2. A comprovação compreenderá:

- a) balanço patrimonial, demonstração do resultado do exercício e demais demonstrações contábeis exigíveis dos dois últimos exercícios sociais;
- b) certidão negativa de feitos sobre falência expedida pelo distribuidor da sede da licitante; e
- c) memória de cálculo dos índices econômico-financeiros definidos no edital.

9.7.3. As empresas constituídas há menos de dois anos apresentarão as demonstrações relativas aos exercícios já exigíveis.

9.7.4. As empresas constituídas no exercício da licitação poderão apresentar balanço de abertura e os demais documentos contábeis legalmente exigíveis.

9.7.5. A boa situação financeira será avaliada mediante os seguintes índices:

- a) Liquidez Geral — LG;
- b) Solvência Geral — SG; e
- c) Liquidez Corrente — LC.

9.7.6. A licitante que apresentar resultado superior a 1,00 em todos os índices será considerada habilitada quanto a esse requisito.

9.7.7. A licitante que apresentar resultado igual ou inferior a 1,00 em qualquer dos índices deverá comprovar patrimônio líquido mínimo correspondente a 10% do valor estimado da contratação.

9.7.8. Considerando o valor estimado de R\$ 4.106.097,48, o patrimônio líquido mínimo corresponderá a R\$ 410.609,75 (quatrocentos e dez mil, seiscentos e nove reais e setenta e cinco centavos).

9.7.9. O percentual de 10% está no limite do art. 69, § 4º, da Lei nº 14.133/2021 e se justifica pelo volume de recursos que a agência intermediará em favor de fornecedores e veículos.



9.7.10. Eventual alteração da modelagem que resulte em contratações distintas exigirá o recálculo do patrimônio líquido conforme o valor de cada contratação.

9.7.11. Os índices serão calculados com base nas demonstrações contábeis apresentadas, acompanhados de memória de cálculo e, quando exigível, de declaração assinada por profissional habilitado da área contábil.

9.7.12. Não serão exigidos:

- a) faturamento mínimo anterior;
- b) índices de rentabilidade ou lucratividade;
- c) índices ou valores não usualmente adotados; ou
- d) requisitos econômico-financeiros sem justificativa técnica.

9.7.13. A existência de recuperação judicial ou extrajudicial não acarretará inabilitação automática, desde que a licitante demonstre a existência de plano regularmente homologado ou situação equivalente e capacidade econômico-financeira para executar o objeto.

9.8. Declarações complementares

9.8.1. A licitante deverá apresentar as declarações exigidas pela legislação e pelo edital, incluindo que:

- a) atende aos requisitos de habilitação e responde pela veracidade das informações prestadas;
- b) inexistente fato impeditivo de sua participação ou contratação;
- c) não está submetida a sanção impeditiva;
- d) cumpre as normas relativas ao trabalho de menores;
- e) cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e reabilitado da Previdência Social, quando aplicáveis;
- f) sua proposta econômica compreende a integralidade dos custos trabalhistas e demais encargos legalmente exigidos;
- g) não mantém relação de trabalho em condições análogas à escravidão;
- h) não possui conflito de interesses com os agentes responsáveis pela contratação;
- i) disponibilizará a equipe e a estrutura declaradas;
- j) manterá as condições de habilitação durante a execução; e
- k) comunicará imediatamente qualquer fato superveniente impeditivo.



9.8.2. As declarações não poderão integrar a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

9.9. Forma e validade dos documentos

9.9.1. Os documentos poderão ser apresentados:

- a) em original;
- b) por cópia autenticada por cartório ou agente da Administração;
- c) por cópia acompanhada do original para conferência; ou
- d) em meio eletrônico passível de verificação de autenticidade.

9.9.2. Os documentos deverão estar válidos na data da sessão de habilitação.

9.9.3. Os documentos emitidos sem prazo expresse de validade serão aceitos pelo período definido no edital, observado eventual critério estabelecido pelo órgão emissor.

9.9.4. Quando a licitante for a matriz, os documentos serão apresentados em nome da matriz; quando for filial, em nome da filial, ressalvados aqueles que, por sua natureza, sejam emitidos exclusivamente em nome da matriz ou possuam validade para todos os estabelecimentos.

9.9.5. O registro cadastral ou sistema eletrônico oficial poderá substituir os documentos por ele abrangidos, desde que as informações estejam válidas e disponíveis para consulta.

9.10. Diligências, saneamento e manutenção das condições

9.10.1. A comissão de contratação poderá promover diligência para:

- a) complementar informações relativas a documento já apresentado;
- b) esclarecer dúvida sobre sua autenticidade ou conteúdo;
- c) confirmar fato ou condição existente na data da habilitação; e
- d) atualizar documento cuja validade tenha expirado depois da data de recebimento das propostas.

9.10.2. Poderão ser sanados erros ou falhas que não alterem a substância do documento ou sua validade jurídica, mediante decisão fundamentada e registrada nos autos.

9.10.3. A diligência não poderá ser utilizada para:

- a) criar condição de habilitação inexistente na data exigida;
- b) substituir documento essencial que não tenha sido apresentado, ressalvadas as hipóteses legalmente admitidas;



c) modificar a proposta técnica ou de preços; ou

d) comprometer a isonomia entre as licitantes.

9.10.4. A falsidade documental ou declaratória poderá acarretar desclassificação, inabilitação, responsabilização administrativa e comunicação aos órgãos competentes.

9.10.5. A contratada deverá manter durante toda a execução as condições de habilitação e qualificação exigidas.

9.10.6. A contratada comunicará imediatamente:

a) perda, suspensão ou vencimento do certificado de qualificação técnica;

b) alteração societária relevante;

c) redução da capacidade econômico-financeira;

d) aplicação de sanção impeditiva;

e) recuperação judicial ou extrajudicial superveniente;

f) irregularidade fiscal relevante; ou

g) qualquer fato capaz de comprometer a execução.

9.10.7. A perda superveniente de condição de habilitação será analisada conforme sua gravidade, possibilidade de saneamento e repercussão sobre a execução, sem prejuízo das medidas contratuais e sancionatórias cabíveis.

10. OBRIGAÇÕES DAS PARTES E RESPONSABILIDADES DAS UNIDADES ENVOLVIDAS

10.1. Organização da contratação

10.1.1. Para os fins deste Termo de Referência, considera-se contratante:

a) o Município de Lages, relativamente à Administração Direta e aos fundos municipais sem personalidade jurídica própria.

10.1.2. O Município de Lages celebrará o contrato, e cada órgão ou fundo titular de dotação responderá:

a) pelas demandas que autorizar;

b) por suas dotações e empenhos;

c) pela gestão e fiscalização das demandas que autorizar;

d) pelo recebimento e liquidação das despesas; e

e) pelos pagamentos e prestações de contas correspondentes.



10.1.3. O atendimento de diversos órgãos e fundos por uma única agência não produzirá:

- a) solidariedade financeira entre órgãos e fundos;
- b) formação de caixa ou saldo contratual único;
- c) transferência automática de dotações ou saldos;
- d) utilização de dotação de um órgão ou fundo por outro sem rateio formal;
- e) emissão de documentos fiscais sem discriminação das parcelas de cada órgão ou fundo;
- f) confusão entre dotações, empenhos, pagamentos ou prestações de contas; ou
- g) transferência de responsabilidade administrativa sem designação formal.

10.1.4. A agência deverá manter segregação integral das operações relativas a cada órgão ou fundo, inclusive quanto a campanhas, ordens de serviço, fornecedores, veículos, documentos fiscais, pagamentos, repasses e arquivos comprobatórios.

10.2. Obrigações gerais da contratada

10.2.1. Constituem obrigações da contratada, além das previstas na legislação, no edital, em sua proposta e no contrato:

- a) executar os serviços em conformidade com este Termo de Referência, com a proposta vencedora, com os planos aprovados e com as ordens de serviço;
- b) observar os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência, economicidade, transparência, acessibilidade e interesse público;
- c) assegurar que a publicidade possua caráter educativo, informativo ou de orientação social, conforme o art. 37, § 1º, da Constituição Federal;
- d) impedir a utilização de nomes, símbolos, expressões, imagens, vozes ou outros elementos que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou agentes públicos;
- e) observar as restrições eleitorais e as demais limitações legais aplicáveis à publicidade institucional;
- f) executar somente ações compreendidas no objeto e previamente autorizadas pelo contratante;
- g) não iniciar serviço, produção, distribuição ou veiculação sem ordem de serviço, autorização formal, disponibilidade orçamentária e empenho suficiente;
- h) cumprir os prazos, prioridades e níveis de serviço estabelecidos;



- i) comunicar imediatamente qualquer fato capaz de comprometer a legalidade, o prazo, o custo, a qualidade ou o resultado da campanha;
- j) corrigir, refazer, substituir ou complementar, sem ônus adicional, os serviços que apresentem erro, defeito ou desconformidade imputável à contratada;
- k) manter durante a execução as condições de habilitação e qualificação exigidas, inclusive a validade do certificado previsto no art. 4º da Lei nº 12.232/2010;
- l) prestar informações e esclarecimentos à gestão, fiscalização e aos órgãos de controle; e
- m) cumprir as determinações regularmente expedidas pelo contratante.

10.2.2. As demandas urgentes ou emergenciais observarão fluxo abreviado, mas não poderão ser executadas sem prévia autorização formal e cobertura orçamentária.

10.2.3. A aprovação administrativa de plano, peça, orçamento ou veiculação não afastará a responsabilidade profissional da contratada por erro, ilegalidade ou violação de direito que pudesse ser identificada no exercício regular de sua atividade.

10.3. Atendimento e equipe técnica

10.3.1. A contratada deverá designar preposto com poderes para representá-la e coordenar a execução do contrato.

10.3.2. A contratada manterá equipe multidisciplinar compatível com o volume e a diversidade das demandas, contemplando competências relacionadas a atendimento, planejamento, criação, redação, produção, mídia, ambiente digital, monitoramento e gestão administrativa e financeira.

10.3.3. A equipe deverá possuir capacidade para atender simultaneamente às demandas dos órgãos e fundos, sem comprometer os prazos ou misturar demandas, recursos e responsabilidades.

10.3.4. Os profissionais utilizados para pontuação da proposta técnica deverão participar da execução, admitida substituição previamente aprovada por profissional de qualificação e experiência equivalentes ou superiores.

10.3.5. A contratada disponibilizará canais regulares e emergenciais de atendimento, observados os horários, prazos e níveis de prioridade definidos no modelo de execução.

10.3.6. A contratada deverá analisar criticamente as solicitações recebidas e propor a solução publicitária tecnicamente mais adequada, não se limitando à reprodução automática do pedido da unidade demandante.



10.4. Planejamento, criação e aprovação

10.4.1. Para cada campanha ou ação, caberá à contratada:

- a) analisar o briefing;
- b) identificar o problema de comunicação, os objetivos, os públicos, a abrangência e os riscos;
- c) propor estratégia, conceito, linguagem e identidade;
- d) definir as peças, os meios, o cronograma e o orçamento;
- e) elaborar o plano de mídia e não mídia;
- f) propor indicadores de acompanhamento e resultado;
- g) realizar as adequações solicitadas; e
- h) obter aprovação formal antes da execução.

10.4.2. As peças deverão utilizar linguagem clara, objetiva, inclusiva e acessível, respeitando a identidade visual e as orientações institucionais do Município de Lages.

10.4.3. A contratada deverá recusar ou solicitar o saneamento de demanda que:

- a) caracterize promoção pessoal;
- b) não possua finalidade pública;
- c) seja estranha ao objeto;
- d) viole restrição eleitoral ou outra proibição legal;
- e) não possua autorização, dotação ou empenho;
- f) corresponda a publicação oficial ou legal sem natureza publicitária;
- g) configure assessoria de imprensa ou relações públicas não abrangidas pelo contrato;
- h) tenha por objeto a organização ou a execução operacional de evento; ou
- i) possa resultar em conteúdo discriminatório, enganoso, ofensivo ou ilegal.

10.4.4. A publicidade dos eventos municipais deverá limitar-se-á às atividades publicitárias abrangidas pelo contrato, não incluindo a organização, produção executiva ou operacionalização dos eventos.

10.5. Execução direta e fornecedores especializados

10.5.1. A contratada executará diretamente as atividades que constituem o núcleo próprio da agência de propaganda, especialmente:

- a) diagnóstico e estudo da necessidade;



- b) planejamento;
- c) conceituação;
- d) criação;
- e) coordenação e supervisão da produção; e
- f) planejamento e distribuição da publicidade.

10.5.2. A utilização de fornecedores especializados será admitida para as atividades complementares previstas no art. 2º, § 1º, da Lei nº 12.232/2010 e contempladas no planejamento da contratação.

10.5.3. É vedada a transferência a terceiros das atividades estratégicas que constituem o núcleo próprio da agência.

10.5.4. A utilização de fornecedores especializados não estabelece vínculo contratual direto entre estes e a Administração nem afasta a responsabilidade da contratada pela seleção, coordenação, supervisão e qualidade dos serviços.

10.5.5. Na seleção e contratação dos fornecedores, a contratada deverá observar o procedimento estabelecido no Item 7, incluindo:

- a) utilização de fornecedores previamente cadastrados;
- b) obtenção dos orçamentos exigidos;
- c) verificação da compatibilidade dos preços;
- d) justificativa da escolha;
- e) realização de sessão pública quando legalmente exigida;
- f) prevenção de conflito de interesses; e
- g) aprovação prévia do contratante.

10.5.6. A contratada responderá pelos atos, erros, atrasos e omissões dos fornecedores que selecionar, no âmbito das obrigações de coordenação, supervisão e entrega assumidas perante a Administração, sem prejuízo da responsabilidade própria do fornecedor.

10.5.7. A contratada não poderá incluir comissão, honorário, taxa ou acréscimo sobre os valores dos fornecedores além das parcelas expressamente previstas no contrato e resultantes de sua proposta de preços.

10.6. Planejamento e execução de mídia

10.6.1. A seleção dos veículos e meios de divulgação deverá ser fundamentada em critérios técnicos e objetivos, considerando:



- a) público-alvo;
- b) cobertura geográfica;
- c) alcance e frequência;
- d) audiência ou circulação;
- e) hábitos de consumo de informação;
- f) afinidade entre o meio e a mensagem;
- g) custo e resultado esperado;
- h) complementaridade entre os meios; e
- i) indicadores e dados disponíveis.

10.6.2. É vedado direcionar a distribuição de mídia por preferência pessoal, interesse político, relacionamento comercial ou vantagem particular.

10.6.3. A reserva ou compra de espaço ou tempo publicitário somente poderá ocorrer por conta e ordem do contratante, depois da aprovação do plano de mídia e da emissão da autorização e do empenho correspondentes.

10.6.4. A contratada deverá negociar as melhores condições comerciais disponíveis, buscando descontos, bonificações, reaplicações e outras vantagens.

10.6.5. As vantagens obtidas nas negociações de mídia pertencem ao contratante e deverão ser integralmente transferidas ou aproveitadas em seu favor, conforme o art. 15, parágrafo único, da Lei nº 12.232/2010.

10.6.6. Os planos de incentivo concedidos por veículos constituem receita própria da agência, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010, mas não poderão influenciar a seleção dos veículos ou prevalecer sobre o interesse público.

10.6.7. A contratada manterá organizados os planos, pedidos de inserção, autorizações, tabelas de preços, negociações, comprovantes e relatórios de execução.

10.6.8. Na mídia digital, a contratada deverá fornecer dados que permitam verificar, conforme o caso:

- a) plataforma, conta, campanha e período;
- b) segmentação utilizada;
- c) orçamento programado e valor consumido;
- d) impressões, alcance, frequência, visualizações e interações;
- e) cliques, conversões e demais indicadores definidos;
- f) relatórios nativos da plataforma; e



g) conciliação entre os valores autorizados, executados e faturados.

10.6.9. A contratada adotará medidas para prevenção de tráfego inválido, audiência artificial, impulsionamento não autorizado e outras fraudes relacionadas à mídia digital.

10.7. Comprovação, faturamento e repasses

10.7.1. A contratada deverá comprovar integralmente a execução antes da liquidação da despesa, conforme os critérios estabelecidos nos Itens 6 e 12 deste Termo de Referência.

10.7.2. A simples apresentação de nota fiscal, pedido de inserção ou declaração da própria contratada não será suficiente quando existirem outros meios razoáveis para comprovação material da execução.

10.7.3. A contratada manterá controle financeiro individualizado por:

- a) contratante;
- b) contrato;
- c) campanha;
- d) ordem de serviço;
- e) empenho;
- f) fornecedor ou veículo; e
- g) natureza da despesa.

10.7.4. Para faturamento e liquidação, a contratada deverá apresentar:

- a) nota fiscal correspondente à sua própria remuneração;
- b) documentos fiscais dos fornecedores especializados;
- c) documentos fiscais ou de cobrança dos veículos;
- d) memória de cálculo;
- e) evidências da execução;
- f) demonstração dos descontos e vantagens obtidos; e
- g) identificação do contrato, campanha, ordem de serviço e empenho.

10.7.5. Os documentos fiscais serão emitidos em nome do Município de Lages, com identificação do órgão ou fundo responsável pela despesa, vedada a reunião, no mesmo documento, de despesas de dotações distintas sem discriminação.

10.7.6. Depois do recebimento do pagamento, a contratada realizará os repasses devidos aos fornecedores e veículos nos prazos ajustados e apresentará os respectivos comprovantes quando exigidos.



10.7.7. A contratada responderá pelos encargos e prejuízos decorrentes de atraso injustificado nos repasses quando os valores correspondentes já tiverem sido pagos pelo contratante.

10.7.8. Diferenças, créditos, estornos, cancelamentos, bonificações ou valores não utilizados deverão ser informados imediatamente e compensados ou restituídos ao contratante correspondente.

10.8. Direitos, dados, arquivos e transparência

10.8.1. A contratada assegurará que obras, imagens, músicas, vídeos, fotografias, fontes, vozes, marcas, programas e demais conteúdos utilizados estejam regularmente licenciados.

10.8.2. A contratada obterá as cessões ou licenças necessárias à utilização, reprodução, adaptação, distribuição, divulgação, armazenamento e preservação das campanhas pela Administração, nos limites previstos no contrato.

10.8.3. A contratada responderá por violações de direitos autorais, de imagem, de voz, de marca ou de outros direitos de terceiros que lhe sejam imputáveis.

10.8.4. Os arquivos finais e, quando previsto na ordem de serviço, os arquivos editáveis, matrizes, roteiros e demais materiais técnicos deverão ser entregues ao contratante em formatos adequados à preservação de seu acervo.

10.8.5. A contratada observará a legislação de proteção de dados, as regras de segurança da informação e as condições estabelecidas no contrato.

10.8.6. O uso de inteligência artificial ou ferramenta automatizada:

- a) não afastará a responsabilidade humana e profissional da contratada;
- b) dependerá de revisão quanto à legalidade, veracidade, originalidade e adequação do conteúdo;
- c) não poderá envolver dados pessoais, informações sigilosas ou documentos internos sem autorização e salvaguardas adequadas; e
- d) deverá ser informado quando o conteúdo sintético puder gerar dúvida relevante sobre sua autenticidade.

10.8.7. A contratada fornecerá as informações necessárias ao cumprimento do art. 16 da Lei nº 12.232/2010 e manterá o acervo comprobatório dos serviços e peças pelo prazo mínimo previsto no art. 17 da mesma Lei.

10.8.8. O acervo deverá permitir a identificação do contratante, contrato, campanha, ordem de serviço, fornecedor, veículo, período e valor correspondente.



10.9. Responsabilidade da contratada

10.9.1. A contratada responderá pelos danos causados ao contratante ou a terceiros em decorrência de ação ou omissão culposa ou dolosa na execução do contrato.

10.9.2. A responsabilidade da contratada não será afastada:

- a) pela fiscalização ou aprovação da Administração;
- b) pela contratação de fornecedor especializado;
- c) pela utilização de veículo ou plataforma de divulgação; ou
- d) pelo uso de ferramenta tecnológica ou de inteligência artificial.

10.9.3. A contratada responderá por encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais decorrentes de sua atividade e dos vínculos que constituir, sem transferência automática de responsabilidade ao contratante.

10.9.4. A contratada deverá manter sigilo sobre informações não públicas a que tiver acesso e adotar medidas para impedir sua divulgação ou utilização indevida.

10.10. Obrigações do contratante

10.10.1. Constituem obrigações do contratante, exercidas por intermédio do órgão ou fundo titular da demanda:

- a) fornecer informações e documentos necessários à execução;
- b) assegurar que as demandas possuam finalidade pública e estejam compreendidas no objeto;
- c) observar o art. 37, § 1º, da Constituição Federal e as restrições eleitorais;
- d) emitir ordens de serviço, autorizações e aprovações por meio formal e rastreável;
- e) assegurar disponibilidade orçamentária e emitir previamente o empenho;
- f) analisar tempestivamente planos, peças, orçamentos e documentos submetidos pela contratada;
- g) acompanhar e fiscalizar a execução;
- h) rejeitar serviços executados em desacordo com o contrato;
- i) determinar correções, substituições ou complementações;
- j) receber e liquidar os serviços regularmente comprovados;
- k) efetuar as retenções legalmente exigidas;
- l) pagar as despesas regularmente liquidadas no prazo contratual;
- m) comunicar irregularidades à contratada;



- n) apurar responsabilidades e aplicar sanções, quando cabíveis;
- o) prestar informações aos órgãos de controle; e
- p) cumprir as obrigações de transparência.

10.10.2. O contratante não poderá exigir execução sem cobertura contratual, autorização formal, disponibilidade orçamentária e prévio empenho.

10.10.3. Nenhuma autoridade, unidade demandante, gestor ou fiscal poderá autorizar despesa que ultrapasse sua competência, o valor do contrato ou o saldo do respectivo empenho.

10.10.4. O contratante designará o gestor e os fiscais do contrato e lhes assegurará acesso aos processos, ordens de serviço, planos, orçamentos, documentos fiscais e comprovantes necessários ao desempenho das funções.

10.10.5. O Município de Lages manterá sítio eletrônico para divulgação das informações previstas no art. 16 da Lei nº 12.232/2010, sem prejuízo das demais publicações obrigatórias no PNCP e nos meios oficiais.

10.11. Responsabilidades das unidades demandantes

10.11.1. A unidade demandante será responsável por:

- a) identificar e justificar a necessidade de comunicação;
- b) elaborar ou validar o briefing;
- c) indicar a finalidade pública, os objetivos, os públicos, a abrangência e os resultados esperados;
- d) fornecer informações técnicas corretas e atualizadas;
- e) indicar as fontes oficiais dos dados que serão divulgados;
- f) designar responsável pela validação do conteúdo;
- g) responder tempestivamente às solicitações de esclarecimento;
- h) analisar e validar tecnicamente as peças;
- i) informar alterações de datas, locais, serviços ou políticas divulgadas; e
- j) comunicar fato que torne a campanha desnecessária ou inadequada.

10.11.2. A unidade demandante responderá pela exatidão, atualidade e consistência das informações técnicas que fornecer.

10.11.3. A validação do conteúdo pela unidade demandante não substitui as aprovações publicitária, institucional, orçamentária e financeira exigidas.



10.11.4. A demora injustificada no fornecimento de informações ou na aprovação poderá ocasionar a revisão do cronograma, sem responsabilização da contratada pelo atraso correspondente.

10.12. Coordenação da comunicação e atuação da Central de Compras

10.12.1. Compete à unidade responsável pela coordenação da comunicação institucional:

- a) estabelecer diretrizes gerais para as campanhas;
- b) preservar a unidade da identidade visual e da linguagem institucional;
- c) coordenar o calendário de comunicação;
- d) identificar demandas semelhantes ou sobrepostas;
- e) evitar mensagens contraditórias;
- f) promover o aproveitamento de conceitos e peças;
- g) coordenar a interlocução técnica com a agência; e
- h) acompanhar os resultados das campanhas.

10.12.2. A coordenação institucional da comunicação não autoriza a utilização de dotação de outro órgão ou fundo nem substitui as competências dos ordenadores de despesa, gestores e fiscais.

10.12.3. Compete à Central de Compras, no âmbito de suas atribuições:

- a) coordenar a fase preparatória comum e o procedimento licitatório;
- b) padronizar os documentos e procedimentos da contratação;
- c) consolidar as informações fornecidas pelos órgãos e fundos;
- d) orientar os fluxos de contratação e execução;
- e) apoiar a uniformização dos controles;
- f) acompanhar a governança geral da contratação; e
- g) propor medidas preventivas ou corretivas relacionadas a riscos comuns.

10.12.4. A atuação coordenadora da Central de Compras não implica responsabilidade pelo conteúdo das campanhas, autorização das despesas, emissão de empenhos, liquidação, pagamento ou fiscalização material de contrato pertencente a outra pessoa jurídica, salvo atribuição expressa e formal.

10.13. Condutas vedadas ao contratante e às unidades demandantes

10.13.1. É vedado ao contratante e às unidades demandantes:



- a) solicitar ação estranha ao objeto;
- b) autorizar publicidade destinada à promoção pessoal;
- c) utilizar o contrato para organização ou execução de evento;
- d) incluir publicação oficial ou legal sem natureza publicitária;
- e) contratar, por intermédio da agência, bem ou serviço operacional sem vínculo direto com campanha aprovada;
- f) indicar fornecedor ou veículo com a finalidade de afastar o procedimento de seleção;
- g) fracionar despesas para evitar a sessão pública de abertura dos orçamentos;
- h) interferir na distribuição de mídia por razões políticas, pessoais ou estranhas ao interesse público;
- i) autorizar execução sem dotação e empenho;
- j) utilizar dotação de outro órgão ou fundo sem rateio formal;
- k) receber vantagem, benefício ou cortesia da agência, de fornecedor ou de veículo; ou
- l) omitir irregularidade conhecida.

10.13.2. A solicitação ou autorização manifestamente irregular não obriga a contratada a executar a demanda nem afasta a responsabilidade do agente que a tenha emitido.

10.13.3. O contratante, a Central de Compras, a coordenação da comunicação, os gestores, os fiscais e as unidades demandantes atuarão de forma cooperativa para prevenir riscos, evitar desperdícios, segregar corretamente as despesas e aprimorar os resultados da contratação.

11. MODELO DE GESTÃO, ACOMPANHAMENTO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

11.1. Diretrizes gerais

11.1.1. A execução do contrato será acompanhada e fiscalizada por agentes formalmente designados pelo Município de Lages, nos termos do art. 117 da Lei nº 14.133/2021 e da regulamentação municipal aplicável.

11.1.2. O modelo de gestão deverá assegurar:

- a) segregação entre solicitação, validação do conteúdo, aprovação publicitária, autorização da despesa, fiscalização, recebimento, liquidação e pagamento;
- b) rastreabilidade das demandas, decisões, autorizações e despesas;



- c) individualização da execução por órgão ou fundo, campanha, ordem de serviço, dotação e empenho;
- d) controle prévio da finalidade pública, do enquadramento no objeto e da disponibilidade orçamentária;
- e) acompanhamento técnico, administrativo, financeiro e de resultados;
- f) comprovação material dos serviços;
- g) prevenção de conflitos de interesses, direcionamento, sobrepreço e execução de objeto estranho; e
- h) adoção tempestiva de medidas corretivas, glosas e demais providências cabíveis.

11.1.3. A fiscalização será exercida no interesse da Administração e não excluirá nem reduzirá a responsabilidade da contratada pela execução do objeto ou pelos atos de seus empregados, prepostos e fornecedores especializados.

11.1.4. O Município de Lages designará, por portaria, gestor e fiscais do contrato, e respectivos substitutos, observada a segregação de funções: os servidores que elaboraram o DFD, o ETP, o Termo de Referência ou o Mapa de Riscos não serão designados gestores do contrato (art. 5º e art. 7º da Lei nº 14.133/2021).

11.1.5. Poderão ser utilizados procedimentos, formulários, sistemas e instrumentos de controle padronizados, preservadas as competências próprias de cada órgão ou fundo titular de dotação.

11.2. Agentes responsáveis

11.2.1. O contratante designará formalmente, conforme a complexidade e o volume da execução:

- a) gestor do contrato;
- b) fiscal técnico;
- c) fiscal administrativo;
- d) fiscal setorial, quando necessário;
- e) respectivos substitutos; e
- f) servidores ou equipes responsáveis pela validação técnica do conteúdo das campanhas.

11.2.2. As funções poderão ser distribuídas entre diferentes servidores ou equipes, consideradas a capacidade técnica, a segregação de funções e a prevenção de conflitos de interesses.



11.2.3. A acumulação de funções somente será admitida quando compatível com o volume e a complexidade da contratação, mediante designação expressa e sem comprometimento dos controles.

11.2.4. A unidade responsável pela comunicação institucional poderá prestar apoio técnico aos gestores e fiscais quanto:

- a) à estratégia de comunicação;
- b) à identidade visual;
- c) à qualidade publicitária das peças;
- d) aos planos de mídia e não mídia;
- e) à adequação dos meios; e
- f) aos indicadores e resultados das campanhas.

11.2.5. O apoio técnico da unidade de comunicação não substituirá as competências do gestor, dos fiscais, do ordenador de despesas ou das autoridades do contratante.

11.2.6. A Central de Compras poderá coordenar procedimentos, consolidar indicadores e propor medidas de governança, sem assumir a fiscalização material, administrativa ou financeira do contrato, salvo atribuição formal compatível com suas competências.

11.3. Competências do gestor do contrato

11.3.1. Compete ao gestor do contrato:

- a) coordenar as atividades de acompanhamento e fiscalização;
- b) manter atualizados os registros da execução;
- c) controlar a vigência, o valor atualizado e o saldo contratual;
- d) acompanhar os valores empenhados, comprometidos, liquidados e pagos;
- e) verificar a manutenção das condições de habilitação da contratada;
- f) acompanhar o cumprimento das obrigações contratuais;
- g) consolidar as manifestações dos fiscais;
- h) promover reuniões de acompanhamento;
- i) solicitar esclarecimentos, correções e documentos;
- j) encaminhar às autoridades competentes as matérias que ultrapassem suas atribuições;
- k) propor glosas, sanções e demais medidas cabíveis;
- l) acompanhar os riscos da execução;



- m) verificar o cumprimento das obrigações de transparência;
- n) elaborar relatórios gerenciais; e
- o) adotar as providências necessárias à transição e ao encerramento do contrato.

11.3.2. O gestor não poderá autorizar campanha ou despesa sem competência administrativa, saldo contratual, disponibilidade orçamentária e empenho prévio.

11.3.3. O gestor deverá comunicar tempestivamente à autoridade competente:

- a) a proximidade do encerramento da vigência;
- b) a redução relevante do saldo;
- c) o risco de descontinuidade;
- d) a necessidade de alteração ou nova contratação;
- e) a perda de condição de habilitação da contratada; e
- f) qualquer ocorrência relevante que exija decisão superior.

11.4. Competências da fiscalização técnica

11.4.1. Compete ao fiscal técnico acompanhar a execução material e a qualidade dos serviços, especialmente:

- a) verificar a correspondência entre briefing, estratégia, peças, plano de mídia e objetivos da campanha;
- b) avaliar a conformidade técnica das entregas;
- c) acompanhar os prazos de criação, produção, distribuição e veiculação;
- d) verificar a aplicação da identidade visual e das diretrizes institucionais;
- e) analisar a adequação técnica dos meios propostos;
- f) conferir a correspondência entre as especificações aprovadas e os serviços executados;
- g) examinar as evidências de produção, distribuição, instalação, publicação ou veiculação;
- h) verificar a qualidade dos serviços dos fornecedores especializados;
- i) analisar relatórios de mídia, pesquisas e indicadores;
- j) registrar falhas, atrasos e não conformidades;
- k) determinar correções compreendidas em sua competência;
- l) propor rejeição, refazimento ou glosa; e
- m) subsidiar o recebimento dos serviços.



11.4.2. A fiscalização técnica considerará não apenas a entrega da peça ou material, mas também sua adequação à finalidade pública, ao público-alvo, à acessibilidade, aos meios utilizados e aos objetivos da campanha.

11.4.3. Quando a fiscalização demandar conhecimento especializado não disponível no quadro do contratante, poderá ser solicitado apoio de outras unidades ou assistência técnica especializada, sem transferência da competência decisória do fiscal.

11.5. Competências da fiscalização administrativa

11.5.1. Compete ao fiscal administrativo:

- a) acompanhar a regularidade documental da contratada;
- b) verificar a manutenção das condições de habilitação;
- c) conferir a identificação do contrato, campanha, ordem de serviço e empenho;
- d) examinar documentos fiscais e memórias de cálculo;
- e) verificar a documentação dos fornecedores especializados e veículos;
- f) acompanhar as obrigações relativas aos repasses;
- g) conferir a segregação das despesas por contratante;
- h) verificar o cumprimento das obrigações de transparência e guarda do acervo;
- i) comunicar inconsistências ao gestor e ao setor responsável pela liquidação; e
- j) manter os registros administrativos da execução.

11.5.2. A fiscalização administrativa verificará se:

- a) a despesa foi previamente autorizada;
- b) havia saldo contratual, dotação e empenho suficientes;
- c) os valores faturados correspondem aos serviços comprovados;
- d) foram aplicados os descontos e vantagens obtidos;
- e) não foram incluídas taxas, comissões ou parcelas não previstas;
- f) os documentos fiscais foram emitidos em nome do contratante correto; e
- g) não houve mistura de despesas pertencentes a dotações distintas.

11.5.3. A conferência administrativa não substituirá a certificação da execução material pelo fiscal técnico.

11.6. Fluxo de autorização e ordem de serviço

11.6.1. Nenhuma campanha, produção, distribuição ou veiculação poderá ser iniciada sem ordem de serviço ou instrumento equivalente formalmente emitido.



11.6.2. O fluxo de cada demanda observará, em síntese:

- a) solicitação e briefing da unidade demandante;
- b) validação da finalidade pública e do enquadramento no objeto;
- c) análise e proposição da solução pela contratada;
- d) avaliação e aprovação do plano, das peças e do orçamento;
- e) seleção dos fornecedores especializados, quando cabível;
- f) confirmação do saldo contratual, da dotação e do empenho;
- g) autorização e emissão da ordem de serviço;
- h) execução e acompanhamento;
- i) comprovação e recebimento; e
- j) medição, liquidação e pagamento.

11.6.3. A ordem de serviço deverá identificar, conforme a natureza da demanda:

- a) contratante e unidade demandante;
- b) contrato e campanha;
- c) objeto e escopo autorizado;
- d) peças, serviços, meios e veículos;
- e) fornecedores aprovados;
- f) cronograma;
- g) valores discriminados;
- h) dotação e empenho;
- i) responsáveis pelo acompanhamento;
- j) documentos necessários à comprovação; e
- k) aprovações dos agentes competentes.

11.6.4. Alterações posteriores de escopo, valores, meios, fornecedores ou cronograma deverão ser previamente justificadas e autorizadas, com atualização da ordem de serviço quando produzirem efeitos materiais ou financeiros relevantes.

11.6.5. Demandas urgentes poderão observar procedimento simplificado, desde que:

- a) a urgência seja demonstrada;
- b) o escopo e o limite financeiro sejam definidos;
- c) exista cobertura contratual e orçamentária;
- d) o empenho seja prévio;



e) a autorização seja formal e rastreável; e

f) a documentação complementar seja concluída tempestivamente.

11.6.6. A urgência decorrente de falha de planejamento deverá ser registrada para aperfeiçoamento dos controles e eventual apuração de responsabilidade.

11.7. Aprovações e controle de versões

11.7.1. As aprovações ocorrerão em níveis distintos:

- a) conteúdo técnico, pela unidade demandante;
- b) adequação publicitária e institucional, pela unidade responsável pela comunicação;
- c) disponibilidade orçamentária e financeira, pelos agentes competentes; e
- d) autorização da execução, pela autoridade ou agente competente do contratante.

11.7.2. As aprovações deverão ser expressas e registradas no processo ou sistema de gestão.

11.7.3. O silêncio, a ausência de manifestação, a participação em reunião ou o mero conhecimento informal não caracterizam aprovação.

11.7.4. A aprovação de uma etapa não autoriza automaticamente as etapas seguintes. A aprovação da criação, por exemplo, não autoriza produção ou veiculação sem a correspondente ordem de serviço.

11.7.5. O controle de versões deverá permitir a identificação:

- a) do material apresentado;
- b) das alterações solicitadas;
- c) do responsável pela solicitação;
- d) da versão final aprovada; e
- e) da data da aprovação.

11.7.6. O contratante poderá suspender ou cancelar ação ainda não executada por perda do interesse público, alteração das circunstâncias, risco jurídico, restrição eleitoral, erro de informação ou indisponibilidade superveniente, observadas as obrigações regularmente constituídas e os custos inevitáveis devidamente comprovados.

11.8. Registros e acompanhamento da execução

11.8.1. Os fatos relevantes da execução deverão ser registrados, preferencialmente em sistema eletrônico, incluindo:



- a) ordens de serviço;
- b) aprovações e autorizações;
- c) reuniões e decisões;
- d) versões das peças;
- e) planos de mídia e não mídia;
- f) orçamentos e fornecedores consultados;
- g) serviços executados;
- h) evidências de veiculação;
- i) alterações de escopo;
- j) atrasos e justificativas;
- k) falhas e medidas corretivas;
- l) glosas;
- m) resultados apurados; e
- n) comunicações com a contratada.

11.8.2. As comunicações que produzam efeitos sobre prazo, custo, qualidade, responsabilidade ou resultado deverão ser formalizadas.

11.8.3. Poderão ser realizadas reuniões periódicas de acompanhamento, com registro dos participantes, assuntos, decisões, responsáveis e prazos.

11.8.4. A fiscalização poderá solicitar acesso aos relatórios, contas de publicidade digital, comprovantes, arquivos e informações necessárias à verificação da execução, observadas as regras de segurança da informação e proteção de dados.

11.9. Controle de fornecedores e veículos

11.9.1. Antes de autorizar serviço de fornecedor especializado, a fiscalização verificará:

- a) sua vinculação à campanha;
- b) seu enquadramento como atividade complementar admitida;
- c) sua previsão no objeto e no planejamento;
- d) o cadastramento do fornecedor;
- e) a obtenção dos orçamentos exigidos;
- f) a regularidade do procedimento de escolha;
- g) a compatibilidade do preço;
- h) a inexistência de conflito de interesses; e



i) a disponibilidade de saldo e empenho.

11.9.2. Na veiculação, a fiscalização examinará:

- a) a justificativa técnica dos meios e veículos;
- b) as tabelas de preços aplicáveis;
- c) os descontos negociados;
- d) a correspondência entre autorização e inserções executadas;
- e) os comprovantes de veiculação;
- f) bonificações, compensações, créditos ou reaplicações; e
- g) os resultados apurados.

11.9.3. A aprovação administrativa do fornecedor ou veículo não afastará a responsabilidade da contratada por sua seleção, contratação, coordenação e supervisão.

11.10. Medição, indicadores e avaliação

11.10.1. A medição será realizada por campanha, ordem de serviço, etapa, produto ou período, conforme a natureza da execução.

11.10.2. A avaliação considerará, quando aplicável:

- a) cumprimento do escopo;
- b) qualidade técnica;
- c) observância dos prazos;
- d) conformidade com as peças e planos aprovados;
- e) quantidade efetivamente executada;
- f) alcance, frequência, audiência ou circulação;
- g) visualizações, interações ou conversões;
- h) cobertura territorial;
- i) custo por resultado;
- j) aderência ao público-alvo;
- k) regularidade documental; e
- l) alcance dos objetivos da campanha.

11.10.3. Os indicadores deverão ser proporcionais à natureza, aos objetivos e ao valor da ação, não sendo obrigatória a utilização dos mesmos parâmetros em todas as campanhas.



11.10.4. Quando o impacto social não puder ser medido diretamente, serão utilizados indicadores de execução, alcance, eficiência e desempenho.

11.10.5. Os relatórios da contratada poderão ser confrontados com dados de plataformas, veículos, pesquisas, sistemas públicos e serviços independentes de auditoria ou checagem.

11.10.6. Poderão ser estabelecidos níveis mínimos de serviço para atividades objetivamente mensuráveis, especialmente quanto a:

- a) prazo de atendimento;
- b) apresentação de propostas e orçamentos;
- c) correção de peças;
- d) envio de relatórios; e
- e) resposta às ocorrências registradas.

11.11. Recebimento dos serviços

11.11.1. O recebimento observará o art. 140 da Lei nº 14.133/2021 e a regulamentação municipal aplicável.

11.11.2. Os serviços serão recebidos:

- a) provisoriamente, pelo responsável por seu acompanhamento e fiscalização, mediante termo detalhado que demonstre o atendimento das exigências técnicas; e
- b) definitivamente, por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, mediante termo detalhado que comprove o atendimento das exigências contratuais.

11.11.3. O recebimento poderá ocorrer por campanha, ordem de serviço, etapa, produto ou período.

11.11.4. O recebimento provisório dependerá, conforme o caso, da apresentação:

- a) das peças e arquivos finais;
- b) das evidências de produção, distribuição ou instalação;
- c) dos comprovantes de veiculação;
- d) dos relatórios de mídia;
- e) dos dados de alcance e desempenho;
- f) dos documentos dos fornecedores e veículos; e
- g) dos demais elementos exigidos na ordem de serviço.



11.11.5. O recebimento definitivo somente ocorrerá depois:

- a) da análise das evidências;
- b) da solução das pendências;
- c) da confirmação da conformidade técnica;
- d) da conferência administrativa; e
- e) da aplicação das glosas cabíveis.

11.11.6. Os serviços executados em desacordo poderão ser rejeitados total ou parcialmente, devendo a contratada corrigi-los, refazê-los ou substituí-los sem ônus adicional quando a desconformidade lhe for imputável.

11.11.7. Quando o vício não puder ser corrigido ou o serviço tiver perdido sua utilidade, poderá ser aplicada glosa integral ou proporcional, sem prejuízo das sanções e da indenização pelos danos causados.

11.11.8. O recebimento não excluirá a responsabilidade da contratada por vícios, erros, fraudes, violações de direitos ou irregularidades posteriormente constatadas.

11.12. Tratamento das irregularidades

11.12.1. Identificada falha ou irregularidade, o fiscal deverá registrá-la e notificar a contratada para prestar esclarecimentos ou adotar as providências necessárias.

11.12.2. Conforme a natureza da ocorrência, poderão ser adotados:

- a) saneamento ou complementação documental;
- b) correção, refazimento ou substituição;
- c) suspensão da campanha;
- d) rejeição da entrega;
- e) glosa integral ou proporcional;
- f) retenção cautelar, quando juridicamente cabível;
- g) compensação de créditos;
- h) comunicação ao gestor e à autoridade competente;
- i) instauração de procedimento de responsabilização; e
- j) comunicação ao controle interno, à Procuradoria-Geral ou aos órgãos de controle.

11.12.3. Serão assegurados o contraditório e a ampla defesa nos procedimentos dos quais possam decorrer sanções ou consequências definitivas.



11.12.4. O fiscal não emitirá ateste integral quando houver parcela controvertida, sem prejuízo do reconhecimento e pagamento da parcela incontroversa quando for possível separá-la.

11.12.5. As falhas reiteradas deverão ser consideradas na avaliação de desempenho e poderão fundamentar sanção, extinção contratual ou decisão contrária à prorrogação.

11.13. Relatórios e governança

11.13.1. O gestor elaborará relatórios periódicos contendo, no mínimo:

- a) campanhas e ordens de serviço executadas;
- b) valores autorizados, empenhados, liquidados e pagos;
- c) saldo contratual;
- d) despesas com serviços próprios, fornecedores e veículos;
- e) cumprimento dos prazos;
- f) indicadores de desempenho;
- g) ocorrências e não conformidades;
- h) glosas e sanções;
- i) riscos identificados;
- j) medidas corretivas; e
- k) projeção de demandas e recursos.

11.13.2. A unidade de comunicação e a Central de Compras poderão consolidar indicadores do contrato para fins de governança, planejamento, comparação de desempenho e aperfeiçoamento da contratação.

11.13.3. A consolidação gerencial não produzirá mistura de despesas, transferência de saldos ou alteração das responsabilidades próprias de cada órgão ou fundo.

11.13.4. Os relatórios deverão subsidiar:

- a) a avaliação da economicidade;
- b) o planejamento das campanhas futuras;
- c) a identificação dos meios mais eficientes;
- d) o dimensionamento dos valores contratuais;
- e) a avaliação da prorrogação; e
- f) o planejamento da contratação subsequente.



11.14. Transição e encerramento

11.14.1. No encerramento do contrato, a contratada deverá:

- a) concluir ou transferir regularmente as atividades pendentes;
- b) apresentar relatório final;
- c) entregar arquivos finais, editáveis e demais elementos do acervo;
- d) transferir acessos, credenciais e bases pertencentes ao contratante;
- e) apresentar os comprovantes de repasses pendentes;
- f) informar créditos, estornos, bonificações e saldos;
- g) colaborar com a transição para eventual nova contratada; e
- h) manter as obrigações de sigilo, guarda documental e prestação de informações.

11.14.2. O encerramento será formalizado depois da verificação das obrigações remanescentes, sem prejuízo da apuração posterior de vícios, danos ou responsabilidades.

12. MEDIÇÃO, FATURAMENTO, LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO

12.1. Diretrizes gerais

12.1.1. A medição, o faturamento, a liquidação e o pagamento observarão:

- a) a efetiva execução dos serviços;
- b) os limites de cada ordem de serviço;
- c) a proposta de preços vencedora;
- d) o contrato;
- e) a Lei nº 12.232/2010;
- f) a Lei nº 14.133/2021; e
- g) o Prejulgado TCE/SC nº 2.250, na redação vigente.

12.1.2. O valor global do contrato constitui limite máximo de despesa e não representa:

- a) remuneração automática da contratada;
- b) garantia de faturamento;
- c) obrigação de consumo integral; ou
- d) quantidade mínima de campanhas ou serviços.

12.1.3. Somente serão reconhecidos os valores correspondentes a serviços:

- a) compreendidos no objeto;



- b) previamente autorizados;
- c) vinculados ao respectivo contrato e ordem de serviço;
- d) amparados por dotação e empenho;
- e) efetivamente executados;
- f) materialmente comprovados;
- g) recebidos pela Administração; e
- h) calculados conforme a proposta vencedora.

12.1.4. A remuneração própria da agência, os valores dos fornecedores especializados e os custos de veiculação deverão ser discriminados separadamente, ainda que o pagamento total seja efetuado à contratada.

12.1.5. Não será admitido pagamento antecipado, salvo hipótese excepcional legalmente permitida, previamente justificada e acompanhada das garantias e cautelas cabíveis.

12.2. Composição financeira da execução

12.2.1. Conforme a natureza da ordem de serviço, a execução financeira poderá compreender:

- a) serviços executados diretamente pela agência;
- b) honorários da agência sobre serviços e suprimentos externos;
- c) desconto-padrão de agência decorrente da veiculação;
- d) serviços executados por fornecedores especializados;
- e) valores devidos aos veículos e meios de divulgação;
- f) direitos autorais, conexos, de imagem, voz, música e outros direitos de terceiros;
- g) pesquisas e avaliações vinculadas às campanhas; e
- h) outras parcelas expressamente previstas no edital, no contrato e na proposta vencedora.

12.2.2. Cada forma de remuneração somente incidirá nas hipóteses previstas no contrato, vedada duplicidade sobre a mesma base de cálculo.

12.2.3. A contratada não fará jus a comissão, honorário, taxa administrativa, reembolso ou acréscimo não expressamente previsto.

12.2.4. Os tributos, encargos e custos administrativos, trabalhistas, previdenciários, comerciais e operacionais próprios da agência serão considerados incluídos em sua remuneração.



12.3. Serviços executados diretamente pela agência

12.3.1. Os serviços executados diretamente pela agência serão remunerados conforme a lista ou tabela referencial adotada no edital, aplicando-se o percentual de desconto constante da proposta vencedora.

12.3.2. O valor líquido será calculado pela seguinte fórmula: $VLA = VR \times (1 - DA/100)$ em que:

- a) VLA corresponde ao valor líquido devido à agência;
- b) VR corresponde ao valor referencial do serviço; e
- c) DA corresponde ao percentual de desconto ofertado pela agência.

12.3.3. O orçamento deverá identificar:

- a) serviço ou produto;
- b) unidade de medida;
- c) quantidade;
- d) valor referencial unitário;
- e) percentual de desconto; e
- f) valor líquido.

12.3.4. Serviços não contemplados na lista ou tabela referencial somente poderão ser executados após:

- a) definição detalhada do escopo;
- b) demonstração da necessidade;
- c) justificativa ou pesquisa de preço;
- d) negociação; e
- e) aprovação formal do valor.

12.3.5. É vedado fracionar, multiplicar ou reclassificar atividades para ampliar artificialmente a remuneração.

12.3.6. Correções e refazimentos decorrentes de erro ou desconformidade imputável à contratada não gerarão remuneração adicional.

12.4. Serviços de fornecedores especializados

12.4.1. Os serviços complementares executados por fornecedores especializados serão reconhecidos pelos valores efetivamente contratados e comprovados, depois de observado o procedimento previsto no Item 7.



12.4.2. O valor do fornecedor corresponderá ao preço aprovado pelo contratante, vedada a inclusão de:

- a) sobrepreço;
- b) margem oculta;
- c) comissão não prevista;
- d) taxa administrativa autônoma;
- e) reembolso fictício; ou
- f) qualquer outro acréscimo não decorrente da proposta vencedora.

12.4.3. Quando previsto no contrato, a agência fará jus a honorários sobre serviços e suprimentos externos, calculados mediante aplicação do percentual constante da proposta vencedora.

12.4.4. Os honorários serão calculados pela seguinte fórmula: $HA = VFE \times (PA/100)$ em que:

- a) HA corresponde aos honorários da agência;
- b) VFE corresponde ao valor do serviço ou suprimento externo admitido como base de cálculo; e
- c) PA corresponde ao percentual de honorários contratado.

12.4.5. Não integrarão a base de cálculo dos honorários:

- a) multas, juros e encargos por atraso;
- b) indenizações;
- c) despesas não autorizadas;
- d) valores glosados;
- e) custos de veiculação já remunerados mediante desconto-padrão; e
- f) parcelas expressamente excluídas pelo edital ou contrato.

12.4.6. Os honorários somente serão devidos quando houver efetiva atuação da agência na intermediação, coordenação ou supervisão do serviço externo.

12.4.7. Não haverá incidência de honorários de fornecedor sobre serviço executado diretamente pela própria agência.

12.5. Veiculação e desconto-padrão de agência

12.5.1. A aquisição de espaço ou tempo publicitário será realizada pela contratada por conta e ordem do contratante, mediante autorização formal e identificação prévia do anunciante.



12.5.2. A documentação da veiculação deverá demonstrar:

- a) veículo ou meio utilizado;
- b) tabela de preços aplicável;
- c) valor bruto de tabela;
- d) descontos negociados;
- e) valor líquido;
- f) pedido ou autorização de inserção;
- g) execução da veiculação; e
- h) resultado da checagem, quando aplicável.

12.5.3. O desconto-padrão de agência constitui receita da contratada pela concepção, execução e distribuição da publicidade, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010, observadas a proposta vencedora e as condições contratuais.

12.5.4. Quando a proposta vencedora prever reversão de parcela do desconto-padrão ao contratante, o valor será demonstrado na memória de cálculo e deduzido da despesa.

12.5.5. A memória de cálculo deverá evidenciar:

- a) valor bruto de tabela;
- b) desconto comercial concedido pelo veículo;
- c) valor líquido negociado;
- d) desconto-padrão de agência;
- e) parcela pertencente à agência;
- f) parcela revertida ao contratante, quando prevista; e
- g) valor final da despesa.

12.5.6. Pertencerão integralmente ao contratante as vantagens obtidas na negociação da mídia, incluindo descontos comerciais, bonificações em tempo ou espaço, reaplicações, compensações e outros benefícios, conforme o art. 15, parágrafo único, da Lei nº 12.232/2010.

12.5.7. As vantagens deverão ser utilizadas exclusivamente em benefício do Município de Lages, vedada sua utilização em favor de outro cliente da agência.

12.5.8. Os planos de incentivo concedidos pelos veículos constituem receita própria da agência, conforme o art. 18 da Lei nº 12.232/2010, mas não poderão:

- a) direcionar a escolha dos veículos;
- b) provocar preterição de meio tecnicamente mais adequado;



- c) reduzir vantagens pertencentes ao contratante;
- d) alterar os percentuais contratados; ou
- e) afastar a fundamentação técnica do plano de mídia.

12.5.9. Não será devido honorário adicional sobre veiculação já remunerada mediante desconto-padrão, salvo hipótese expressa, compatível com a legislação e prevista no edital e no contrato.

12.6. Mídia digital e plataformas eletrônicas

12.6.1. A mídia digital será medida pelo valor efetivamente consumido e comprovado pela plataforma, observado o limite autorizado.

12.6.2. A contratada deverá apresentar:

- a) plataforma e conta utilizadas;
- b) identificação da campanha;
- c) período de veiculação;
- d) valor autorizado;
- e) valor efetivamente consumido;
- f) segmentação utilizada;
- g) relatórios nativos da plataforma;
- h) indicadores de alcance e desempenho;
- i) comprovantes de faturamento ou pagamento; e
- j) conciliação financeira da campanha.

12.6.3. Saldos não consumidos, créditos, estornos, restituições e compensações pertencerão ao contratante e deverão ser identificados por campanha e:

- a) compensados em ação posterior do mesmo contratante; ou
- b) restituídos quando não for possível sua utilização.

12.6.4. É vedado utilizar conta, crédito ou saldo do Município em campanha de outro cliente da agência.

12.6.5. O pagamento de impulsionamento, mídia programática ou serviço similar dependerá de evidências suficientes do valor aplicado, do período, do público alcançado e dos resultados obtidos.



12.7. Medição

12.7.1. A medição será realizada por campanha, ordem de serviço, etapa, produto, inserção ou período, conforme a natureza da execução.

12.7.2. Cada parcela medida deverá estar vinculada à correspondente ordem de serviço.

12.7.3. O boletim ou relatório de medição deverá conter:

- a) contratante e contrato;
- b) unidade demandante;
- c) campanha e ordem de serviço;
- d) período de execução;
- e) serviços autorizados e executados;
- f) quantidades e valores unitários;
- g) descontos e honorários aplicados;
- h) valores de fornecedores e veículos;
- i) evidências apresentadas;
- j) glosas ou divergências;
- k) valor líquido reconhecido; e
- l) manifestação da fiscalização.

12.7.4. A medição não poderá ser baseada exclusivamente na nota fiscal, na declaração da contratada ou no valor máximo da ordem de serviço.

12.7.5. A ordem de serviço estabelece o limite autorizado, mas o pagamento corresponderá apenas ao que tiver sido efetivamente executado e comprovado.

12.7.6. Parcela não executada, cancelada, glosada, estornada ou não comprovada será excluída da medição.

12.8. Documentos para faturamento e liquidação

12.8.1. Para cada medição, a contratada apresentará, de forma organizada e individualizada:

- a) relatório de execução;
- b) boletim ou memória de medição;
- c) ordem de serviço;
- d) aprovações e autorizações;
- e) nota fiscal própria da agência;



- f) notas fiscais dos fornecedores especializados;
- g) notas fiscais ou documentos de cobrança dos veículos e plataformas;
- h) comprovantes materiais da execução;
- i) tabelas de preços dos veículos;
- j) demonstração dos descontos negociados;
- k) pedidos de inserção;
- l) relatórios de checagem, quando exigidos;
- m) memória detalhada da remuneração;
- n) documentos relativos a direitos de terceiros;
- o) documentos de regularidade exigíveis; e
- p) demais elementos previstos no contrato ou na ordem de serviço.

12.8.2. A nota fiscal própria da agência será emitida em nome do contratante e conterá exclusivamente as parcelas que constituam receita própria da agência, especialmente:

- a) serviços diretamente executados;
- b) honorários;
- c) comissões;
- d) desconto-padrão, conforme seu tratamento fiscal; e
- e) outras remunerações expressamente contratadas.

12.8.3. As notas fiscais dos fornecedores especializados e os documentos fiscais ou de cobrança dos veículos serão emitidos em nome do contratante, ainda que o pagamento seja operacionalizado por intermédio da agência.

12.8.4. Os documentos deverão permitir a identificação do contratante, contrato, campanha, ordem de serviço, período e objeto correspondente.

12.8.5. Os documentos fiscais identificarão o órgão ou fundo responsável pela despesa, vedada a reunião, no mesmo documento, de despesas de dotações distintas sem discriminação.

12.8.6. Documento cancelado, substituído ou retificado deverá ser imediatamente informado ao contratante.

12.8.7. A ausência ou inconsistência de documento necessário suspenderá a liquidação da parcela correspondente até seu saneamento, sem caracterizar atraso imputável ao contratante.



12.9. Liquidação, pagamento e repasses

12.9.1. A liquidação somente será iniciada após:

- a) o recebimento dos serviços;
- b) a apresentação completa dos documentos exigidos;
- c) o ateste da fiscalização técnica;
- d) a conferência administrativa; e
- e) a apuração das glosas cabíveis.

12.9.2. Não poderão ser liquidados ou pagos:

- a) serviços não autorizados;
- b) despesas sem empenho prévio;
- c) valores superiores aos autorizados;
- d) serviços não executados ou não comprovados;
- e) comissões, honorários ou acréscimos não previstos;
- f) despesas pertencentes a outro órgão ou fundo, sem rateio formal; ou
- g) serviços em desconformidade ainda não saneada.

12.9.3. O empenho será emitido em nome da agência contratada, inclusive quanto aos valores destinados a fornecedores especializados, veículos e plataformas.

12.9.4. Depois da regular liquidação e das retenções legais, o pagamento total será efetuado pelo contratante diretamente à agência.

12.9.5. Caberá à agência realizar os repasses aos fornecedores, veículos e plataformas, assumindo a responsabilidade por sua quitação.

12.9.6. A contratada apresentará comprovantes dos repasses:

- a) quando solicitado pela fiscalização;
- b) quando necessário à verificação da regularidade;
- c) diante de indício de inadimplemento;
- d) antes da liberação de nova parcela, quando motivadamente exigido; e
- e) na extinção do contrato.

12.9.7. O atraso da agência no repasse, depois de receber os recursos, não poderá gerar juros, multas ou encargos contra o contratante.



12.9.8. Comunicada a ausência de pagamento a fornecedor ou veículo, a contratada será notificada para comprovar o repasse, sem prejuízo das medidas cautelares e sancionatórias cabíveis.

12.9.9. Não haverá pagamento direto aos fornecedores ou veículos, ressalvada determinação legal ou judicial ou situação excepcional expressamente fundamentada e autorizada.

12.9.10. O pagamento observará:

- a) o prazo definido no contrato;
- b) a ordem cronológica aplicável; e
- c) a contagem a partir da apresentação da documentação completa e da regular liquidação.

12.10. Retenções tributárias

12.10.1. O contratante efetuará as retenções tributárias e previdenciárias legalmente exigíveis, considerando:

- a) a natureza de cada serviço;
- b) o titular da receita;
- c) o documento fiscal apresentado;
- d) a legislação aplicável; e
- e) a responsabilidade tributária atribuída à Administração.

12.10.2. A contratada deverá fornecer as informações necessárias à identificação das bases de cálculo, alíquotas, beneficiários e hipóteses de retenção.

12.10.3. A realização do pagamento por intermédio da agência não altera a titularidade das receitas nem afasta as obrigações tributárias incidentes.

12.10.4. Eventual tratamento tributário diferenciado deverá ser comprovado antes da liquidação.

12.11. Glosas, compensações e restituições

12.11.1. Serão glosados total ou parcialmente os valores relativos a:

- a) serviço não autorizado, executado ou comprovado;
- b) despesa sem prévio empenho;
- c) quantidade superior à executada;
- d) valor superior ao autorizado;



- e) serviço executado em desconformidade;
- f) veiculação não comprovada;
- g) documento fiscal irregular;
- h) duplicidade de cobrança;
- i) honorário, comissão ou acréscimo indevido;
- j) vantagem comercial não revertida ao contratante;
- k) crédito ou estorno não compensado;
- l) despesa pertencente a outro órgão ou fundo, sem rateio formal; e
- m) multa, juro ou encargo imputável à contratada.

12.11.2. A glosa será motivada, com identificação da parcela, do fundamento e do valor correspondente.

12.11.3. A contratada será notificada para se manifestar e apresentar documentos complementares.

12.11.4. A glosa não afastará a aplicação de sanção quando a ocorrência também caracterizar infração contratual.

12.11.5. Valores pagos indevidamente poderão ser:

- a) compensados em pagamento subsequente;
- b) descontados de créditos da contratada;
- c) executados mediante garantia contratual; ou
- d) objeto de restituição, com a atualização cabível.

12.11.6. A controvérsia sobre determinada parcela não impedirá o pagamento da parte incontroversa quando for possível individualizá-la.

12.12. Controle dos saldos e transparência

12.12.1. O contratante manterá controle individualizado, por órgão ou fundo titular da dotação:

- a) do valor inicial e atualizado do contrato;
- b) dos valores empenhados;
- c) das ordens de serviço emitidas;
- d) dos valores comprometidos e executados;
- e) dos valores liquidados e pagos;
- f) das glosas;



g) dos créditos e estornos; e

h) do saldo disponível.

12.12.2. Para o consumo do saldo contratual serão considerados todos os valores executados no âmbito do contrato, inclusive:

- a) remuneração da agência;
- b) serviços dos fornecedores especializados;
- c) custos de produção;
- d) direitos de terceiros;
- e) despesas de veiculação; e
- f) demais parcelas vinculadas às campanhas.

12.12.3. O fato de parte dos recursos ser posteriormente repassada pela agência a fornecedores ou veículos não exclui esses valores do montante executado do contrato.

12.12.4. Nenhuma ordem de serviço poderá ser emitida em valor superior ao saldo contratual e orçamentário disponível.

12.12.5. A dotação de um órgão ou fundo não poderá financiar despesa de outro sem rateio formal.

12.12.6. As informações da execução financeira serão divulgadas conforme o art. 16 da Lei nº 12.232/2010, identificando, no mínimo:

- a) fornecedores especializados;
- b) veículos e meios utilizados;
- c) tipos de serviços executados; e
- d) valores totais pagos por tipo de serviço e meio de divulgação.

12.12.7. A contratada fornecerá tempestivamente as informações e os documentos necessários ao cumprimento das obrigações de transparência.

13. ESTIMATIVA DO VALOR, ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA E DISTRIBUIÇÃO ENTRE ÓRGÃOS E FUNDOS

13.1. Valor estimado

13.1.1. O valor estimado da licitação é de R\$ 4.106.097,48, correspondente ao limite máximo das despesas que poderão ser realizadas no período inicial da contratação.

13.1.2. O valor destina-se ao contrato do Município de Lages, abrangendo a Administração Direta e os fundos municipais sem personalidade jurídica própria.



13.1.3. (Suprimido na Revisão 02 – exclusão da SEMASA, Ofício nº 1195/2026.)

13.1.4. (Suprimido na Revisão 02 – exclusão da SEMASA, Ofício nº 1195/2026.)

13.1.5. O valor estimado do contrato:

- a) constitui limite máximo de execução;
- b) não representa remuneração própria da agência;
- c) não gera garantia de faturamento;
- d) não obriga ao consumo integral;
- e) não assegura quantidade mínima de campanhas; e
- f) não dispensa autorização, dotação e empenho prévios para cada despesa.

13.1.6. A execução ocorrerá sob demanda, conforme as necessidades efetivas, as prioridades institucionais e a disponibilidade orçamentária de cada órgão ou fundo.

13.2. Abrangência da estimativa

13.2.1. O valor global estimado compreende todas as parcelas necessárias à execução das campanhas, incluindo:

- a) serviços executados diretamente pela agência;
- b) honorários, comissões e demais formas de remuneração previstas;
- c) serviços e suprimentos de fornecedores especializados;
- d) produção gráfica, audiovisual, digital e sonora;
- e) pesquisas e avaliações;
- f) direitos autorais, de imagem, voz, música e demais direitos de terceiros;
- g) veiculação em veículos e meios de divulgação;
- h) mídia digital, impulsionamento e plataformas eletrônicas;
- i) distribuição, instalação e serviços complementares admitidos; e
- j) demais despesas vinculadas ao objeto e previstas no edital.

13.2.2. Todos os valores executados no âmbito do contrato consumirão o seu saldo, ainda que posteriormente sejam repassados pela agência a fornecedores, veículos ou plataformas.

13.2.3. O valor global não se confunde com a receita da agência, pois parcela relevante corresponde a despesas com terceiros realizadas por sua intermediação, por conta e ordem do contratante.



13.3. Metodologia da estimativa

13.3.1. A estimativa foi elaborada considerando, de forma combinada:

- a) histórico das despesas com publicidade;
- b) valores empenhados, liquidados e pagos em exercícios anteriores;
- c) campanhas previstas para o período;
- d) calendário institucional e de políticas públicas;
- e) necessidades apresentadas pelas unidades demandantes;
- f) campanhas ordinárias, sazonais e emergenciais;
- g) publicidade de eventos municipais;
- h) abrangência territorial pretendida;
- i) meios de divulgação normalmente utilizados;
- j) custos de produção, serviços especializados e veiculação;
- k) expansão da comunicação digital;
- l) atualização monetária dos valores históricos; e
- m) capacidade orçamentária do Município.

13.3.2. Sempre que disponíveis, deverão integrar a memória de cálculo os dados dos três últimos exercícios, com identificação:

- a) do contratante;
- b) da campanha;
- c) da natureza da publicidade;
- d) dos serviços próprios da agência;
- e) dos custos de fornecedores;
- f) das despesas de veiculação; e
- g) dos valores empenhados, liquidados e pagos.

13.3.3. O histórico deverá ser criticamente ajustado para excluir despesas extraordinárias não repetíveis e considerar:

- a) novas políticas e serviços públicos;
- b) campanhas que não serão repetidas;
- c) alterações na composição dos órgãos e fundos atendidos;
- d) mudanças nos hábitos de consumo de informação;
- e) crescimento da mídia digital;



- f) variações relevantes de mercado; e
- g) medidas de racionalização dos gastos.

13.3.4. A memória de cálculo deverá evitar:

- a) reprodução automática do valor de contrato anterior;
- b) acréscimo percentual sem justificativa;
- c) reserva genérica sem fundamento;
- d) superestimação destinada apenas a ampliar a margem contratual; e
- e) subestimação capaz de comprometer campanhas essenciais.

13.3.5. As planilhas históricas e de controle utilizadas na fase preparatória possuem natureza auxiliar e estimativa. Seus totais não correspondem automaticamente ao valor da contratação e não prevalecem sobre os valores consolidados neste Termo de Referência.

13.3.6. Na análise das planilhas foram considerados, entre outros fatores:

- a) a existência de registros sujeitos a revisão;
- b) possíveis duplicidades;
- c) despesas com publicações legais ou oficiais;
- d) despesas cuja vinculação a campanhas publicitárias depende de confirmação;
- e) projeções futuras ainda não executadas;
- f) despesas extraordinárias ou não repetíveis; e
- g) a necessidade de compatibilização com as demandas prospectivas e com a capacidade orçamentária do Município.

13.3.7. O valor de R\$ 4.106.097,48 decorre da consolidação administrativa do planejamento da contratação, tendo como elementos de suporte o histórico saneado, as demandas previstas, as campanhas ordinárias, sazonais, emergenciais e extraordinárias e a disponibilidade orçamentária do Município.

13.3.8. Com a exclusão da SEMASA (Ofício nº 1195/2026), a parcela de R\$ 600.000,00 que lhe era atribuída foi retirada da estimativa, sem alteração da parcela de R\$ 4.106.097,48 do Município, que deverá estar amparada pela manifestação orçamentária da Secretaria Municipal da Fazenda.

13.3.9. As referências históricas a campanhas, iniciativas ou eventos determinados foram utilizadas exclusivamente como subsídios de dimensionamento e não constituem reserva vinculada, autorização antecipada de campanha, garantia de execução ou consumo mínimo.



13.4. Pesquisa dos componentes econômicos

13.4.1. A pesquisa econômica deverá avaliar separadamente:

- a) desconto incidente sobre os serviços próprios da agência;
- b) honorários sobre serviços e suprimentos externos;
- c) reversão de parcela do desconto-padrão ao contratante;
- d) preços referenciais dos serviços próprios;
- e) custos usuais das produções especializadas; e
- f) preços e condições de veiculação.

13.4.2. Poderão ser utilizadas como fontes:

- a) contratações públicas semelhantes;
- b) editais, contratos e propostas disponíveis no PNCP;
- c) contratações de municípios, estados e órgãos federais;
- d) consultas a agências de propaganda;
- e) informações de entidades representativas do mercado;
- f) listas e tabelas referenciais; e
- g) outras fontes tecnicamente idôneas.

13.4.3. As referências deverão ser analisadas quanto:

- a) à similaridade do objeto;
- b) ao valor e à abrangência da contratação;
- c) à forma de remuneração;
- d) à data-base;
- e) aos percentuais efetivamente contratados; e
- f) às peculiaridades capazes de comprometer a comparação.

13.4.4. Deverão ser registrados nos autos:

- a) fontes e documentos consultados;
- b) datas das consultas;
- c) critérios de seleção ou exclusão dos dados;
- d) atualização dos valores;
- e) memória de cálculo; e
- f) justificativa dos limites adotados para as propostas de preços.



13.4.5. Os parâmetros pesquisados serão utilizados para:

- a) estabelecer limites de aceitabilidade;
- b) avaliar a exequibilidade;
- c) definir os pesos internos da proposta de preços;
- d) subsidiar a negociação; e
- e) controlar a execução contratual.

13.5. Distribuição por categoria de despesa

13.5.1. A memória de cálculo demonstrará a distribuição estimada do valor entre, no mínimo:

- a) serviços próprios da agência;
- b) remuneração, honorários e comissões;
- c) produção e fornecedores especializados;
- d) veiculação em rádio, televisão, mídia impressa e mídia exterior;
- e) mídia digital e plataformas;
- f) pesquisas e avaliações;
- g) direitos de terceiros; e
- h) outros serviços complementares admitidos.

13.5.2. A distribuição entre categorias possui natureza estimativa e não assegura consumo mínimo em qualquer delas.

13.5.3. A distribuição interna poderá ser ajustada conforme as campanhas efetivamente aprovadas, desde que:

- a) não seja ultrapassado o valor do respectivo contrato;
- b) a despesa permaneça compreendida no objeto;
- c) exista disponibilidade contratual e orçamentária;
- d) o ajuste seja justificado; e
- e) sejam preservados os controles do contratante.

13.5.4. A flexibilidade entre categorias não poderá ser utilizada para incluir atividade estranha ao objeto.

13.6. Segregação entre órgãos e fundos

13.6.1. A consolidação das demandas em um único contrato possui finalidade licitatória e gerencial e não produzirá:



- a) solidariedade financeira;
- b) formação de saldo único;
- c) transferência automática de dotações;
- d) compartilhamento indiscriminado de recursos;
- e) responsabilidade de um órgão ou fundo pelas despesas de outro; ou
- f) emissão conjunta de documentos fiscais.

13.6.2. A dotação de cada órgão ou fundo somente custeará as campanhas compatíveis com sua finalidade.

13.6.3. (Suprimido na Revisão 02 – exclusão da SEMASA, Ofício nº 1195/2026.)

13.6.4. (Suprimido na Revisão 02 – exclusão da SEMASA, Ofício nº 1195/2026.)

13.6.5. A coordenação centralizada da comunicação não produzirá centralização financeira automática.

13.7. Publicidade institucional e de utilidade pública

13.7.1. As despesas deverão observar categorias de programação específicas para:

- a) publicidade institucional; e
- b) publicidade de utilidade pública.

13.7.2. A classificação observará o art. 21 da Lei nº 12.232/2010, a legislação orçamentária municipal e as orientações dos setores de contabilidade e orçamento.

13.7.3. A classificação de cada campanha será definida segundo sua finalidade predominante e registrada no briefing, na ordem de serviço, no empenho e na prestação de contas.

13.7.4. Uma mesma campanha somente poderá utilizar recursos de categorias distintas quando houver:

- a) separação objetiva das parcelas;
- b) adequada classificação orçamentária; e
- c) possibilidade de controle individualizado.

13.8. Adequação orçamentária e financeira

13.8.1. Antes da celebração do contrato, o Município deverá demonstrar:

- a) compatibilidade da despesa com o planejamento aplicável;
- b) compatibilidade com o Plano Plurianual, quando pertinente;
- c) compatibilidade com a Lei de Diretrizes Orçamentárias;



- d) existência de dotação na Lei Orçamentária Anual;
- e) adequação da classificação funcional, programática e econômica;
- f) disponibilidade orçamentária para o exercício; e
- g) atendimento à Lei Complementar nº 101/2000.

13.8.2. A contratação não implica disponibilidade financeira imediata de todo o valor estimado, devendo cada despesa ser precedida da correspondente programação orçamentária e financeira.

13.8.3. As despesas relativas a exercícios futuros ficarão condicionadas à previsão dos créditos correspondentes nas respectivas leis orçamentárias.

13.8.4. A indicação das dotações no processo licitatório ou no contrato não substitui o empenho prévio de cada despesa.

13.8.5. Quando aplicáveis as exigências dos arts. 16 e 17 da Lei Complementar nº 101/2000, o contratante deverá apresentar:

- a) estimativa do impacto orçamentário-financeiro; e
- b) declaração do ordenador de despesas quanto à adequação e à compatibilidade da despesa com o PPA, a LDO e a LOA.

13.9. Campanhas compartilhadas e rateio

13.9.1. Quando uma campanha beneficiar unidades abrangidas pelo mesmo contrato do Município, as despesas poderão ser distribuídas entre unidades orçamentárias ou fundos mediante plano de rateio prévio.

13.9.2. Quando a campanha beneficiar simultaneamente mais de um órgão ou fundo, cada um autorizará, empenhará, receberá e liquidará sua própria parcela, conforme o plano de rateio.

13.9.3. O plano de rateio deverá indicar:

- a) órgãos e fundos beneficiários;
- b) finalidade da campanha;
- c) benefício atribuído a cada órgão ou fundo;
- d) critério objetivo de rateio;
- e) valor de cada parcela;
- f) dotação e empenho correspondentes;
- g) forma de faturamento; e
- h) responsabilidades pela aprovação e fiscalização.



13.9.4. O rateio poderá considerar:

- a) abrangência territorial;
- b) população beneficiada;
- c) quantidade de inserções;
- d) utilização das peças;
- e) responsabilidade institucional pelo conteúdo; ou
- f) outro critério tecnicamente justificável.

13.9.5. É vedado ratear despesas com base exclusivamente na disponibilidade de saldo orçamentário.

13.9.6. A campanha compartilhada não autoriza emissão de documento fiscal sem discriminação das parcelas de cada órgão ou fundo.

13.10. Alterações e controle dos valores

13.10.1. Os acréscimos e supressões observarão os limites do art. 125 da Lei nº 14.133/2021, calculados sobre o valor inicial atualizado do contrato.

13.10.2. Eventual alteração contratual dependerá:

- a) da demonstração da necessidade;
- b) de justificativa técnica;
- c) de disponibilidade orçamentária;
- d) de autorização da autoridade competente;
- e) da observância dos limites legais; e
- f) da formalização cabível.

13.10.3. É vedada alteração destinada a:

- a) regularizar despesa já executada sem cobertura;
- b) incluir objeto estranho;
- c) transferir informalmente saldo entre órgãos e fundos;
- d) compensar pagamento indevido; ou
- e) afastar nova licitação quando houver descaracterização do objeto.

13.10.4. O contratante manterá controle atualizado, por órgão ou fundo:

- a) do valor inicial e atualizado;
- b) dos empenhos;
- c) das ordens de serviço;



- d) dos valores comprometidos;
- e) dos valores liquidados e pagos;
- f) dos saldos por unidade e fonte;
- g) dos reajustes;
- h) dos acréscimos e supressões; e
- i) dos créditos, estornos e bonificações.

13.10.5. Os controles deverão impedir:

- a) ordem de serviço sem saldo;
- b) ultrapassagem do limite contratual;
- c) duplicidade de comprometimento;
- d) utilização cruzada de recursos;
- e) despesa sem empenho; e
- f) execução acima da capacidade orçamentária.

13.11. Orçamento do exercício hipotético

13.11.1. O orçamento do exercício hipotético constante do briefing destina-se exclusivamente à elaboração e comparação dos Planos de Comunicação Publicitária.

13.11.2. Esse orçamento:

- a) não se confunde com o valor global da contratação;
- b) não representa campanha previamente aprovada;
- c) não assegura sua execução futura;
- d) não gera preferência pela solução apresentada pela vencedora; e
- e) deverá ser suficiente para permitir propostas técnicas comparáveis.

13.11.3. O briefing indicará a verba referencial total do exercício hipotético. A distribuição dessa verba entre serviços próprios da agência, produção, mídia, não mídia e outros componentes relevantes será proposta pela licitante na simulação do plano de distribuição que integra a Estratégia de Mídia e Não Mídia, e será avaliada nesse quesito, vedado ultrapassar a verba referencial.

13.12. Publicidade do orçamento estimado

13.12.1. O valor estimado será divulgado no edital e em seus anexos.

13.12.2. A divulgação favorece:

- a) a transparência;



- b) a formulação das propostas;
- c) a compreensão do porte da contratação;
- d) a avaliação da capacidade operacional e econômico-financeira;
- e) o controle dos limites contratuais; e
- f) o controle social.

13.12.3. A memória de cálculo, as fontes consultadas e os parâmetros econômicos serão juntados ao processo, ressalvadas apenas as informações protegidas por sigilo legal.

14. VIGÊNCIA, PRORROGAÇÃO, REAJUSTE E EQUILÍBRIO ECONÔMICO-FINANCEIRO

14.1. Vigência contratual

14.1.1. O contrato terá vigência inicial de 12 (doze) meses, contados da data indicada no instrumento. A divulgação no Portal Nacional de Contratações Públicas é condição indispensável de eficácia, nos termos do art. 94 da Lei nº 14.133/2021.

14.1.2. Os serviços têm natureza contínua, pois atendem necessidade permanente ou prolongada de comunicação pública do Município. Essa natureza não se altera pelo fato de as campanhas serem executadas sob demanda e variarem em quantidade, intensidade e oportunidade.

14.1.3. A caracterização como serviço contínuo não implica:

- a) execução ininterrupta de campanhas;
- b) obrigação de consumo integral do valor estimado;
- c) garantia de demanda mínima;
- d) manutenção de equipe com dedicação exclusiva de mão de obra; ou
- e) realização de despesas sem ordem de serviço, dotação e empenho.

14.1.4. A prorrogação, alteração, suspensão ou extinção do contrato observará este capítulo e será formalizada pelo Município de Lages.

14.1.5. As ordens de serviço somente poderão ser emitidas durante a vigência do respectivo contrato e dependerão de saldo contratual, dotação orçamentária, empenho prévio e autorização competente.

14.1.6. Poderá ser concluída após o encerramento da vigência a atividade regularmente autorizada durante ela, desde que:

- a) integre cronograma previamente aprovado;



- b) sua conclusão posterior seja tecnicamente necessária;
- c) não corresponda a nova demanda ou ampliação do objeto;
- d) permaneça coberta pelo respectivo empenho; e
- e) seja expressamente acompanhada pela fiscalização.

14.1.7. Permanecerão exigíveis após o encerramento da vigência, quando decorrentes de serviços autorizados durante o período contratual, as obrigações de entrega de arquivos e materiais, comprovação dos serviços e da veiculação, prestação de contas, repasse a fornecedores e veículos, correção de falhas, direitos autorais, proteção de dados e sigilo, manutenção e transferência do acervo, garantia e responsabilização administrativa, civil e contratual.

14.2. Prorrogação

14.2.1. O contrato poderá ser prorrogado sucessivamente, respeitada a vigência máxima decenal prevista no art. 107 da Lei nº 14.133/2021. Para isso, a possibilidade deve estar prevista no edital, e a autoridade competente deve atestar a permanência da necessidade e a vantajosidade da prorrogação.

14.2.2. A prorrogação não será automática e dependerá, em cada período, do atendimento cumulativo dos seguintes requisitos:

- a) manutenção da necessidade administrativa;
- b) previsão no edital e no contrato;
- c) interesse expreso do contratante;
- d) concordância da contratada;
- e) demonstração da vantajosidade técnica e econômica;
- f) avaliação satisfatória do desempenho da contratada;
- g) cumprimento regular das obrigações, inclusive dos repasses a fornecedores e veículos;
- h) manutenção das condições de habilitação;
- i) validade do certificado de qualificação técnica de funcionamento;
- j) inexistência de sanção impeditiva;
- k) análise dos riscos da continuidade;
- l) disponibilidade orçamentária para o novo período;
- m) definição do valor estimado para o período prorrogado;
- n) renovação ou extensão da garantia contratual;



- o) autorização da autoridade competente; e
- p) formalização por termo aditivo antes do encerramento da vigência.

14.2.3. A instrução da prorrogação deverá ser iniciada com antecedência suficiente para evitar a descontinuidade, observado o prazo do art. 11, XI, do Decreto Municipal nº 20.682/2023. Deverá conter, no mínimo:

- a) manifestação da unidade responsável pela comunicação;
- b) relatório do gestor e dos fiscais, com avaliação dos indicadores de desempenho;
- c) histórico de ocorrências, glosas e sanções;
- d) demonstração da execução física e financeira e do saldo contratual;
- e) situação dos repasses e das prestações de contas;
- f) avaliação da qualidade das campanhas e dos serviços;
- g) projeção das demandas do novo período;
- h) pesquisa, análise ou outro elemento apto a demonstrar a vantajosidade;
- i) comprovação da disponibilidade orçamentária;
- j) documentação de habilitação atualizada;
- k) manifestação da contratada;
- l) manifestação jurídica, quando exigível; e
- m) autorização da autoridade competente.

14.2.4. A vantajosidade da prorrogação será avaliada de forma conjunta, considerando:

- a) os percentuais de desconto e de honorários da proposta;
- b) a parcela do desconto-padrão revertida ao contratante;
- c) os preços referenciais aplicáveis;
- d) a qualidade técnica dos serviços e os resultados das campanhas;
- e) os custos e riscos de uma nova licitação;
- f) o conhecimento adquirido pela contratada, sem transformar esse fator em reserva de mercado;
- g) a existência de competição e de condições mais favoráveis no mercado; e
- h) a regularidade da execução financeira e dos repasses.

14.2.5. A pesquisa de vantajosidade não se limitará à comparação nominal do valor global do contrato, que representa limite estimado de execução. Serão examinados os componentes efetivos da remuneração e os preços praticados nas ordens de serviço.



14.2.6. O desempenho insatisfatório, as falhas reiteradas, a ausência de comprovação dos serviços, os atrasos nos repasses ou o descumprimento de obrigações de transparência poderão fundamentar a decisão de não prorrogar, sem prejuízo das demais medidas cabíveis.

14.2.7. A decisão de não prorrogar, quando motivada no interesse público, não tem natureza sancionatória nem gera direito à continuidade do contrato.

14.2.8. É vedada a prorrogação tácita ou formalizada após o término da vigência contratual.

14.3. Valor do período prorrogado

14.3.1. O termo aditivo de prorrogação indicará o valor estimado para o novo período, definido com base:

- a) na execução dos períodos anteriores e no percentual efetivamente executado;
- b) nas campanhas previstas e nas necessidades atualizadas do contratante;
- c) nos saldos existentes;
- d) nos preços referenciais e percentuais contratuais vigentes, inclusive os reajustes cabíveis;
- e) nas medidas de racionalização; e
- f) na disponibilidade orçamentária.

14.3.2. A Administração não reproduzirá automaticamente o valor nominal do período anterior sem a verificação prevista no subitem 14.3.1.

14.3.3. A estimativa para o novo período não gera direito subjetivo à execução ou ao faturamento integral.

14.3.4. A renovação do valor estimado para o período prorrogado não se confunde com acréscimo quantitativo, desde que preserve o mesmo escopo, as mesmas condições de execução e a natureza continuada do serviço.

14.3.5. O valor do período prorrogado será definido e controlado por órgão e fundo, vedado usar a prorrogação para transferir dotações sem rateio formal.

14.4. Data-base e periodicidade do reajuste

14.4.1. A data-base do orçamento estimado é **setembro de 2026**, mês de elaboração da Planilha Descritiva e da Justificativa do Valor, e será expressamente indicada no edital e no contrato.



14.4.2. Os valores monetários sujeitos a reajuste poderão ser atualizados depois do interregno mínimo de 1 (um) ano, contado da data-base. Nos reajustes subsequentes, o interregno será contado da data dos efeitos financeiros do último reajuste concedido.

14.4.3. O reajuste não depende de prorrogação contratual, embora possa ser processado simultaneamente a ela. Poderá ser formalizado por apostila quando consistir exclusivamente na aplicação dos critérios previamente estabelecidos (art. 136, I, da Lei nº 14.133/2021).

14.4.4. A concessão do reajuste dependerá da verificação:

- a) do cumprimento do interregno anual;
- b) da parcela efetivamente reajustável e de sua base de cálculo;
- c) da tabela ou índice aplicável;
- d) da memória de cálculo;
- e) dos efeitos financeiros correspondentes; e
- f) da disponibilidade de saldo contratual e de recursos orçamentários.

14.5. Serviços executados diretamente pela agência

14.5.1. Os serviços executados diretamente pela agência serão remunerados com base na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina – SINAPRO/SC, na versão vigente na data da respectiva ordem de serviço, com aplicação do percentual de desconto da proposta vencedora. Serão observadas as seguintes regras:

- a) manutenção do percentual de desconto ofertado;
- b) comprovação da publicação e da vigência da tabela utilizada; e
- c) vedação de aplicação retroativa da nova versão da tabela a serviços já autorizados.

14.5.2. A atualização da tabela não altera o percentual de desconto da proposta vencedora.

14.5.3. Se o SINAPRO/SC deixar de publicar a tabela, alterar substancialmente sua metodologia ou se a tabela deixar de representar adequadamente os preços de mercado, a Administração adotará, mediante justificativa formalizada no processo e preservada a equivalência econômica da proposta vencedora:

- a) tabela equivalente;
- b) reajuste da última tabela válida pelo IPCA, na forma do subitem 14.9; ou
- c) pesquisa de mercado específica.



14.5.4. Serviços não previstos na tabela serão orçados e aprovados previamente, com definição do escopo, justificativa ou pesquisa de preço e negociação. Não se aplica reajuste posterior à ordem de serviço regularmente emitida.

14.6. Percentuais de remuneração

14.6.1. Permanecerão fixos durante a vigência contratual e suas prorrogações:

- a) o percentual de desconto sobre os serviços internos da agência;
- b) os percentuais de honorários incidentes sobre serviços de fornecedores especializados;
- c) o percentual de repasse ao contratante de parte do desconto-padrão de agência;
- e
- d) os demais percentuais integrantes da proposta vencedora.

14.6.2. Os percentuais não serão corrigidos por índice inflacionário, pois representam relações proporcionais aplicadas sobre bases econômicas atualizadas.

14.6.3. A variação da tabela referencial, dos preços dos fornecedores ou dos valores de mídia não autoriza alteração automática dos percentuais da proposta. A alteração dos percentuais somente será admitida em hipótese excepcional de recomposição do equilíbrio econômico-financeiro, com demonstração concreta dos requisitos legais. Não basta alegar inflação ou aumento ordinário de custos.

14.7. Serviços de fornecedores especializados

14.7.1. Os preços dos serviços de fornecedores especializados serão formados a cada demanda, mediante o procedimento de seleção do item 7, e verificados quanto à compatibilidade com o mercado.

14.7.2. Por serem preços contemporâneos a cada ordem de serviço, os valores regularmente aprovados não serão reajustados quando o serviço for executado no prazo e nas condições autorizados.

14.7.3. A alteração de preço antes da execução dependerá de fato superveniente demonstrado, de nova análise de compatibilidade com o mercado, de justificativa da contratada, de aprovação prévia do contratante e, quando cabível, de alteração formal da ordem de serviço. Se houver atraso relevante entre a aprovação do orçamento e a autorização da execução por fato não imputável ao fornecedor ou à agência, o orçamento será renovado e novamente submetido à Administração.

14.7.4. O aumento ordinário dos preços de mercado será refletido nos orçamentos das novas demandas e não alterará os percentuais de honorários da agência.



14.8. Veiculação

14.8.1. Os valores de veiculação serão calculados com base nas tabelas comerciais vigentes dos veículos e plataformas no momento da aprovação do plano de mídia, deduzidos os descontos negociados e as demais vantagens obtidas.

14.8.2. A utilização da tabela vigente do veículo não afasta o dever da contratada de negociar condições mais vantajosas, demonstrar os descontos obtidos, justificar tecnicamente a escolha do meio, apresentar os pedidos de inserção e comprovar a veiculação.

14.8.3. O desconto-padrão de agência e a parcela repassada ao contratante observarão os percentuais da proposta vencedora.

14.8.4. A atualização das tabelas dos veículos ou plataformas não constitui reajuste da remuneração da agência, não gera direito ao aumento de ordem de serviço já emitida e não gera, isoladamente, direito a reequilíbrio.

14.8.5. Nas ações de mídia digital, a variação ordinária de leilões, audiência, alcance, demanda, segmentação ou condições das plataformas deverá ser considerada no planejamento e no orçamento de cada campanha.

14.8.6. Os preços contemporâneos de fornecedores, veículos e plataformas não serão submetidos cumulativamente ao IPCA, para evitar dupla atualização.

14.9. Reajuste de valores monetários não vinculados a tabela

14.9.1. Os preços ou valores unitários que não sejam definidos por tabela referencial, orçamento contemporâneo de fornecedor ou tabela de veículo serão reajustados pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA, após o interregno mínimo anual. O mesmo índice se aplica na hipótese do subitem 14.5.3, "b".

14.9.2. O reajuste será calculado pela fórmula $VR = V0 \times (I1 \div I0)$, em que:

- a) VR é o valor reajustado;
- b) V0 é o valor vigente antes do reajuste;
- c) I1 é o número-índice do IPCA do mês em que se completa o interregno anual (mesmo mês da data-base, no ano do reajuste); e
- d) I0 é o número-índice do IPCA do mês da data-base ou do último reajuste.

14.9.3. Na hipótese de extinção, indisponibilidade ou inadequação superveniente do IPCA, será adotado o índice oficial que o substituir ou outro que melhor reflita a variação dos custos, mediante justificativa.



14.10. Efeitos sobre o valor global do contrato

14.10.1. A atualização das tabelas ou dos valores unitários não produzirá, por si só, aumento automático do limite global do contrato. Os serviços reajustados serão executados dentro do saldo contratual existente, e a atualização poderá reduzir a quantidade de serviços suportada pelo valor disponível.

14.10.2. Se a Administração pretender preservar a capacidade quantitativa originalmente estimada, a atualização do valor global dependerá de demonstração da necessidade, memória de cálculo, disponibilidade orçamentária, observância dos limites e fundamentos legais, autorização da autoridade competente e formalização adequada.

14.10.3. A atualização do valor global não poderá ser utilizada para incluir atividade estranha ao objeto, ampliar artificialmente a verba publicitária, compensar falhas de planejamento sem justificativa, transferir dotações entre órgãos ou fundos sem rateio formal ou afastar os controles aplicáveis às alterações contratuais.

14.11. Revisão e recomposição do equilíbrio econômico-financeiro

14.11.1. O equilíbrio econômico-financeiro poderá ser restabelecido quando evento superveniente alterar extraordinariamente os encargos da contratada ou a remuneração pactuada, nos termos do art. 124, II, "d", da Lei nº 14.133/2021.

14.11.2. A revisão dependerá da demonstração cumulativa:

- a) da ocorrência do evento e de sua superveniência à apresentação da proposta;
- b) da imprevisibilidade, ou da previsibilidade com consequências incalculáveis;
- c) da ausência de responsabilidade da parte requerente;
- d) do nexo causal entre o evento e o aumento ou a redução dos encargos;
- e) do impacto efetivo sobre a equação econômico-financeira;
- f) da distribuição dos riscos na matriz do item 16; e
- g) da memória de cálculo do valor pretendido.

14.11.3. Não caracterizam, isoladamente, hipótese de reequilíbrio:

- a) inflação ordinária ou variação normal dos preços de mercado;
- b) atualização regular de tabelas de fornecedores, veículos ou plataformas;
- c) variação usual dos preços de mídia digital;
- d) aumento previsível de despesas administrativas ou operacionais;
- e) erro na formação da proposta ou redução da margem de lucro esperada;



- f) execução ineficiente, perda de produtividade ou contratação inadequada de fornecedor;
- g) atraso imputável à contratada;
- h) obrigação já prevista no edital ou no contrato;
- i) redução da demanda ou execução inferior ao valor estimado do contrato; ou
- j) risco atribuído à contratada pela matriz de riscos.

14.11.4. O pedido deverá ser instruído com a descrição detalhada do evento, a documentação comprobatória, os custos anteriores e posteriores, a demonstração do nexo causal, a memória de cálculo, a indicação das parcelas afetadas e os demais elementos solicitados pela Administração, que poderá realizar diligências, consultar bases oficiais e promover análise contábil, econômica ou jurídica.

14.11.5. As alterações de preços de fornecedores, veículos e plataformas serão, em regra, absorvidas pelos orçamentos contemporâneos de cada campanha. Excepcionalmente, poderá ser analisado o impacto de evento extraordinário sobre obrigação já autorizada e assumida, se a contratada demonstrar a impossibilidade de execução nas condições originalmente aprovadas e a inexistência de alternativa economicamente mais vantajosa.

14.11.6. Reconhecido o desequilíbrio, a recomposição se limitará aos efeitos comprovados e poderá ocorrer por alteração de preços, compensação financeira, alteração das condições de execução, readequação do escopo autorizado ou outra medida juridicamente admissível. A recomposição poderá operar em favor da contratada ou da Administração, sem duplicidade com reajuste concedido sobre o mesmo fato ou componente de custo.

14.12. Alteração de tributos e encargos legais

14.12.1. A criação, alteração ou extinção de tributos ou encargos legais após a apresentação da proposta, com repercussão comprovada nos preços contratados, implicará sua revisão para mais ou para menos, conforme o art. 134 da Lei nº 14.133/2021.

14.12.2. A revisão dependerá da demonstração da alteração normativa, de sua aplicabilidade à operação contratada, da base de cálculo, do impacto efetivo e da ausência de compensação por outro mecanismo. Não será reconhecida repercussão baseada apenas em alteração do regime tributário por opção da própria contratada ou em descumprimento de obrigação fiscal.



14.13. Procedimento e efeitos financeiros

14.13.1. O pedido de reajuste ou revisão será apresentado formalmente ao contratante, com o fundamento jurídico e contratual, a parcela atingida, a data pretendida para o início dos efeitos, a memória de cálculo, os documentos comprobatórios e a demonstração da inexistência de duplicidade.

14.13.2. O pedido será analisado pelos setores técnico, financeiro e jurídico competentes, conforme a natureza da matéria, e decidido no prazo do art. 11, II, do Decreto Municipal nº 20.682/2023. A decisão será motivada e acompanhada da memória de cálculo.

14.13.3. Os efeitos financeiros do reajuste observarão a data em que o direito se tornou exigível, sem incidência sobre parcelas definitivamente executadas antes da respectiva data-base. Os efeitos da revisão observarão a data do evento ou do efetivo impacto, conforme a instrução processual.

14.13.4. A contratada deverá formular seus pedidos durante a vigência do contrato e antes da prorrogação ou da extinção, sob pena de preclusão, observada a legislação aplicável e ressalvados os direitos reconhecidos administrativamente.

14.13.5. A apresentação do pedido não suspende as obrigações contratuais e não autoriza a contratada a suspender os serviços, reduzir sua qualidade, descumprir prazos, reter valores destinados a fornecedores ou veículos ou alterar os percentuais de remuneração.

14.13.6. O reajuste ou a revisão será analisado e formalizado no contrato, com os efeitos financeiros distribuídos entre as dotações afetadas.

14.14. Inaplicabilidade da repactuação

14.14.1. Não se aplica a repactuação própria dos contratos com dedicação exclusiva ou predominância de mão de obra. O modelo de execução não exige equipe exclusiva à disposição da Administração nem remuneração baseada em planilha de custos de categorias profissionais ou convenções coletivas. A variação dos custos ordinários da estrutura interna da agência será tratada pelos mecanismos deste item.

14.15. Extinção e transição contratual

14.15.1. O encerramento da vigência não prejudicará a comprovação de campanhas executadas, a liquidação de despesas regularmente constituídas, os repasses a fornecedores e veículos, a aplicação de glosas e sanções, a restituição de valores, a entrega do acervo, a prestação de informações e a apuração de responsabilidades.



14.15.2. Não será admitida nova produção ou veiculação após o encerramento da vigência, ressalvada a hipótese do subitem 14.1.6.

14.15.3. A contratada deverá cooperar com a transição para eventual nova agência, entregando arquivos, informações, históricos, credenciais e documentos pertencentes ao contratante, preservados seus direitos e as informações de terceiros legalmente protegidas.

15. GARANTIA CONTRATUAL, INFRAÇÕES, SANÇÕES E RESPONSABILIZAÇÃO

15.1. Exigência de garantia contratual

15.1.1. Será exigida garantia de execução correspondente a 5% (cinco por cento) do valor inicial do contrato, nos termos dos arts. 96 a 98 da Lei nº 14.133/2021:

a) R\$ 205.304,87 (duzentos e cinco mil, trezentos e quatro reais e oitenta e sete centavos), no contrato do Município de Lages.

15.1.2. A exigência se justifica pelos riscos específicos da contratação, especialmente:

- a) o recebimento, pela agência, de valores destinados a fornecedores especializados, veículos e plataformas, e a responsabilidade pelos respectivos repasses;
- b) a execução simultânea de campanhas de diversos órgãos e fundos;
- c) a utilização de fornecedores externos;
- d) a necessidade de preservar direitos autorais, arquivos, dados e credenciais;
- e) a possibilidade de danos decorrentes de veiculação irregular;
- f) a relevância institucional e social das campanhas; e
- g) a necessidade de assegurar a continuidade e a conclusão das ações autorizadas.

15.1.3. As alterações do valor contratual exigirão a correspondente complementação ou redução da garantia.

15.1.4. A contratada poderá optar por uma das seguintes modalidades (art. 96, § 1º, da Lei nº 14.133/2021):

- a) caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública emitidos sob a forma escritural;
- b) seguro-garantia;
- c) fiança bancária emitida por banco ou instituição financeira autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil; ou



d) título de capitalização custeado por pagamento único, com resgate pelo valor total.

15.1.5. A garantia assegurará, conforme a modalidade adotada:

- a) o cumprimento das obrigações contratuais;
- b) o pagamento de multas definitivamente aplicadas;
- c) o ressarcimento de prejuízos causados ao contratante;
- d) os valores não repassados a fornecedores, veículos ou plataformas;
- e) os custos de correção, refazimento, substituição ou conclusão de serviços;
- f) a restituição de valores recebidos indevidamente; e
- g) as demais obrigações expressamente cobertas pelo instrumento.

15.2. Apresentação e validade da garantia

15.2.1. A garantia será apresentada até a assinatura do respectivo contrato, na forma do edital. Se a contratada optar pelo seguro-garantia, terá prazo mínimo de 1 (um) mês, contado da homologação da licitação e anterior à assinatura do contrato, para apresentá-lo (art. 96, § 3º, da Lei nº 14.133/2021).

15.2.2. A garantia deverá:

- a) ser emitida em favor do contratante e identificar corretamente o contrato;
- b) ter valor correspondente ao percentual exigido;
- c) vigorar durante todo o prazo contratual e pelo período adicional necessário à verificação das obrigações remanescentes;
- d) não conter cláusula que inviabilize sua execução pela Administração; e
- e) observar as normas do órgão regulador competente.

15.2.3. A garantia identificará o Município de Lages como beneficiário e o número do contrato.

15.2.4. A prorrogação da vigência dependerá da renovação ou extensão da garantia. A alteração do valor contratual ou a utilização parcial da garantia exigirá sua complementação ou recomposição no prazo fixado pelo contratante.

15.2.5. A falta de apresentação, renovação, complementação ou recomposição da garantia caracteriza descumprimento contratual e poderá impedir a emissão de novas ordens de serviço, sem prejuízo das demais medidas cabíveis.



15.3. Utilização e liberação da garantia

15.3.1. A garantia poderá ser executada após a apuração da responsabilidade, assegurados o contraditório e a ampla defesa, para cobrir as obrigações do subitem 15.1.5. A execução não afasta a responsabilidade da contratada pelo valor que exceder o montante garantido.

15.3.2. A garantia será liberada ou restituída após:

- a) a extinção regular do contrato e o recebimento definitivo dos serviços;
- b) a comprovação dos repasses a fornecedores e veículos;
- c) a entrega do acervo e dos arquivos;
- d) a solução das pendências financeiras e o pagamento das multas e indenizações definitivamente constituídas; e
- e) o cumprimento das demais obrigações remanescentes.

15.3.3. A garantia prestada em dinheiro será atualizada monetariamente na forma da legislação aplicável.

15.4. Responsabilidade da contratada

15.4.1. A contratada responderá integralmente:

- a) pela execução dos serviços próprios da agência;
- b) pelos atos de seus empregados, prepostos e representantes;
- c) pela seleção, contratação, coordenação e supervisão dos fornecedores especializados;
- d) pela negociação e contratação dos veículos e plataformas;
- e) pela qualidade e legalidade das campanhas;
- f) pelos direitos autorais, de imagem, voz, marca e demais direitos de terceiros;
- g) pela veracidade dos documentos, relatórios e comprovantes;
- h) pelos dados pessoais e informações sob sua guarda;
- i) pelos valores recebidos e respectivos repasses;
- j) pela guarda e entrega do acervo;
- k) pelos danos causados à Administração ou a terceiros por ação ou omissão dolosa ou culposa; e
- l) pelas obrigações trabalhistas, previdenciárias, fiscais, comerciais e civis decorrentes da execução.



15.4.2. A fiscalização, a aprovação das peças ou o recebimento dos serviços não excluem nem reduzem a responsabilidade da contratada. A aplicação de glosa ou sanção não afasta o dever de ressarcir integralmente os danos.

15.4.3. O contratante não responderá solidária ou subsidiariamente pelas obrigações assumidas pela agência perante fornecedores, veículos ou plataformas, ressalvadas as hipóteses expressamente previstas em lei.

15.5. Infrações administrativas

15.5.1. Constituem infrações administrativas, nos termos do art. 155 da Lei nº 14.133/2021:

- a) dar causa à inexecução parcial do contrato;
- b) dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- c) dar causa à inexecução total do contrato;
- d) deixar de entregar a documentação exigida para o certame;
- e) não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;
- f) não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocada dentro do prazo de validade da proposta;
- g) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto sem motivo justificado;
- h) apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;
- i) fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- j) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- k) praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação; e
- l) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846/2013.

15.6. Descumprimentos específicos da execução publicitária

15.6.1. Sem prejuízo das infrações legais, constituem descumprimentos contratuais, a serem enquadrados nas hipóteses do subitem 15.5.1 conforme a gravidade e o dano:

- a) executar serviço sem ordem de serviço ou autorização formal, ou despesa sem cobertura contratual ou empenho;



- b) executar campanha, peça, produção ou veiculação diferente da aprovada, ou alterar escopo, valores, fornecedores, meios ou cronograma sem autorização;
- c) utilizar dotação de um órgão ou fundo em favor de outro sem rateio formal, ou reunir, sem discriminação, despesas de dotações distintas no mesmo documento fiscal;
- d) executar atividade estranha ao objeto, inclusive publicação legal, assessoria de imprensa, relações públicas ou organização operacional de eventos;
- e) veicular publicidade com promoção pessoal de autoridade ou agente público;
- f) descumprir restrição eleitoral ou determinação de suspensão de campanha;
- g) divulgar conteúdo falso, discriminatório, ofensivo ou contrário à legislação;
- h) utilizar obra, imagem, voz, música, marca ou conteúdo sem autorização;
- i) inserir dados sigilosos ou pessoais em plataforma externa ou ferramenta de inteligência artificial sem autorização, ou deixar de comunicar incidente de segurança;
- j) transferir a terceiros atividades estratégicas próprias da agência;
- k) contratar fornecedor especializado sem observância do procedimento do item 7, deixar de obter os orçamentos exigidos ou fracionar despesas para evitar a sessão pública;
- l) manipular, combinar ou simular orçamentos, ou selecionar fornecedor ou veículo em situação de conflito de interesses;
- m) apresentar preço incompatível com o mercado ou incluir comissão, honorário ou acréscimo não previsto;
- n) omitir descontos, bonificações, créditos ou vantagens obtidas, ou apropriar-se de vantagem pertencente ao contratante;
- o) direcionar mídia em razão de plano de incentivo;
- p) apresentar comprovante de veiculação falso ou inconsistente, ou deixar de comprovar materialmente os serviços;
- q) atrasar injustificadamente ou deixar de realizar os repasses após receber os recursos, ou utilizar os recursos recebidos para finalidade diversa;
- r) deixar de apresentar documentos fiscais, relatórios ou informações de transparência;
- s) não manter o acervo pelo prazo legal ou recusar a entrega de arquivos, acessos, credenciais ou elementos do acervo;



- t) recusar acesso aos documentos pela fiscalização ou pelos órgãos de controle, ou criar obstáculo à fiscalização;
- u) substituir profissional pontuado sem autorização;
- v) perder ou deixar de renovar o certificado de qualificação técnica;
- w) descumprir obrigação de sigilo;
- x) descumprir prazo, nível de serviço ou obrigação contratual sem justificativa aceita; ou
- y) omitir irregularidade relevante identificada durante a execução.

15.6.2. A caracterização da infração considerará a obrigação efetivamente assumida, as circunstâncias do caso e a responsabilidade da contratada. Não decorre automaticamente de divergência formal sanável ou de fato não imputável à agência.

15.7. Sanções aplicáveis

15.7.1. Poderão ser aplicadas, observado o devido processo administrativo, as sanções do art. 156 da Lei nº 14.133/2021:

- a) advertência;
- b) multa;
- c) impedimento de licitar e contratar; e
- d) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

15.7.2. A multa poderá ser aplicada cumulativamente com as demais sanções (art. 156, § 7º, da Lei nº 14.133/2021).

15.7.3. A aplicação de sanção não afasta a correção ou o refazimento do serviço, a rejeição da entrega, a glosa, a restituição de valores, a execução da garantia, a indenização dos danos, a compensação de créditos quando cabível, a suspensão de ordens de serviço, a extinção contratual e a comunicação aos órgãos competentes.

15.8. Advertência

15.8.1. A advertência será aplicada exclusivamente pela infração de inexecução parcial prevista no art. 155, I, da Lei nº 14.133/2021, quando não se justificar sanção mais grave. Poderá ser aplicada, entre outras situações, em caso de atraso de reduzida repercussão, falha formal prontamente corrigida, entrega incompleta sem dano relevante, descumprimento pontual de procedimento ou primeira ocorrência de baixa gravidade.

15.8.2. A reincidência poderá justificar sanção mais grave.



15.9. Multa moratória

15.9.1. O atraso injustificado sujeitará a contratada a multa moratória de 0,1% (um décimo por cento) por dia de atraso, calculada sobre o valor da ordem de serviço, etapa ou parcela inadimplida e limitada a 10% (dez por cento) dessa base (art. 162 da Lei nº 14.133/2021).

15.9.2. Para obrigação sem expressão financeira direta, a base de cálculo será o valor da ordem de serviço, da campanha ou da parcela contratual a que a obrigação estiver vinculada, definido motivadamente pela Administração.

15.9.3. A multa moratória poderá incidir, especialmente, sobre atraso na entrega de peças, planos, orçamentos ou relatórios; na correção ou substituição de material; na produção, distribuição ou veiculação; na comprovação da veiculação e na prestação de contas; no repasse a fornecedores e veículos; na entrega do acervo e de arquivos; e na complementação ou recomposição da garantia.

15.9.4. O atraso que ultrapasse o limite do subitem 15.9.1, ou que torne inútil a prestação ou comprometa gravemente a campanha, poderá caracterizar inexecução parcial grave ou total e ensejar a conversão da multa moratória em compensatória, vedada a dupla punição pelo mesmo fato e período.

15.10. Multa compensatória

15.10.1. A multa compensatória será aplicada nas hipóteses de inexecução e nas demais infrações do subitem 15.5.1. Terá como base de cálculo o valor atualizado do respectivo contrato e observará os limites mínimo de 0,5% (cinco décimos por cento) e máximo de 30% (trinta por cento) do art. 156, § 3º, da Lei nº 14.133/2021.

15.10.2. Para a definição do percentual, serão consideradas as seguintes faixas orientativas:

- a) de 0,5% a 2%: infração de menor gravidade, sem prejuízo relevante;
- b) acima de 2% até 5%: inexecução parcial com repercussão relevante sobre a execução, o controle ou o resultado da campanha;
- c) acima de 5% até 10%: inexecução parcial grave;
- d) acima de 10% até 20%: inexecução total ou descumprimento de obrigação essencial; e
- e) acima de 20% até 30%: fraude, desvio de recursos, falsidade, apropriação de vantagens ou conduta dolosa de elevada gravidade.

15.10.3. Na dosimetria do percentual, serão considerados o valor da parcela ou da campanha afetada, a vantagem obtida ou pretendida, o prejuízo causado e a relevância



da obrigação, observado o item 15.13. Para ocorrências de repercussão reduzida em relação ao valor do contrato, a Administração privilegiará a advertência e a multa moratória, reservando a multa compensatória às hipóteses de inexecução, de modo a evitar sanção manifestamente desproporcional.

15.10.4. A multa poderá ser descontada dos créditos da contratada, executada contra a garantia ou cobrada administrativa ou judicialmente. Se a multa e as indenizações forem superiores aos créditos ou à garantia, a diferença será cobrada da contratada.

15.10.5. A retenção ou compensação não poderá alcançar valores comprovadamente devidos a fornecedores ou veículos sem análise individualizada da titularidade, da natureza da obrigação e dos riscos de enriquecimento indevido ou de prejuízo a terceiros de boa-fé.

15.11. Impedimento de licitar e contratar

15.11.1. O impedimento de licitar e contratar será aplicado nas hipóteses do art. 155, II a VII, da Lei nº 14.133/2021, quando não se justificar sanção mais grave. A sanção impedirá a contratada de licitar ou contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do Município de Lages pelo prazo máximo de 3 (três) anos.

15.11.2. Poderão justificar a sanção, conforme a gravidade, a inexecução parcial com grave dano, a inexecução total, a recusa injustificada em contratar, o atraso grave e injustificado, o abandono da execução, o descumprimento reiterado ou a ausência de repasse que comprometa a campanha ou cause prejuízo a terceiros.

15.12. Declaração de inidoneidade

15.12.1. A declaração de inidoneidade será aplicada nas hipóteses do art. 155, VIII a XII, da Lei nº 14.133/2021, e nas infrações dos incisos II a VII que justifiquem sanção mais grave. A sanção impedirá a contratada de licitar ou contratar com a Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos pelo prazo mínimo de 3 (três) e máximo de 6 (seis) anos.

15.12.2. Poderão justificar a declaração de inidoneidade, entre outras condutas: documento ou comprovante falso, inclusive de veiculação; fraude na execução; simulação ou combinação de orçamentos; superfaturamento doloso; desvio ou apropriação de recursos; ocultação de descontos e bonificações; direcionamento fraudulento de mídia; prática de ato lesivo da Lei nº 12.846/2013; e violação dolosa de dados ou sigilo.



15.13. Dosimetria

15.13.1. Na aplicação das sanções serão considerados, nos termos do art. 156, § 1º, da Lei nº 14.133/2021:

- a) a natureza e a gravidade da infração;
- b) as peculiaridades do caso concreto;
- c) as circunstâncias agravantes e atenuantes;
- d) os danos causados à Administração;
- e) a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade; e
- f) a vantagem obtida ou pretendida, o grau de culpa ou dolo, a reincidência, a colaboração com a apuração e a proporcionalidade entre a conduta e a sanção.

15.13.2. Constituem circunstâncias agravantes, entre outras: reincidência; ocultação da irregularidade; fraude ou falsificação documental; conluio ou conflito de interesses; envolvimento de agente público; apropriação ou retenção indevida de recursos ou vantagens; dano à continuidade de serviço público; risco à saúde, à segurança ou à orientação da população; promoção pessoal ou infração eleitoral consciente; utilização indevida de dados pessoais; e descumprimento após notificação.

15.13.3. Constituem circunstâncias atenuantes, entre outras: primariedade; reconhecimento espontâneo da falha; comunicação antes da descoberta pela Administração; correção tempestiva; ressarcimento integral dos valores; colaboração efetiva com a apuração; reduzida repercussão do fato; e fatores externos que tenham contribuído para o resultado.

15.14. Processo administrativo sancionador

15.14.1. Nenhuma sanção será aplicada sem processo administrativo que assegure contraditório e ampla defesa, conduzido pela autoridade ou comissão competente, nos termos da Lei nº 14.133/2021 e do Decreto Municipal nº 20.682/2023.

15.14.2. Na aplicação de advertência ou multa, será facultada defesa no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da intimação (art. 157 da Lei nº 14.133/2021).

15.14.3. A aplicação de impedimento ou declaração de inidoneidade dependerá de processo conduzido por comissão composta de 2 (dois) ou mais servidores estáveis. A contratada será intimada para apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir no prazo de 15 (quinze) dias úteis (art. 158 da Lei nº 14.133/2021).

15.14.4. Serão indeferidas, por decisão fundamentada, as provas ilícitas, impertinentes, desnecessárias, protelatórias ou intempestivas.



15.14.5. A decisão indicará os fatos apurados, as provas consideradas, o enquadramento legal e contratual, a análise dos argumentos da defesa, as circunstâncias agravantes e atenuantes, a sanção aplicada, sua extensão e duração e os meios de impugnação.

15.14.6. As sanções serão registradas no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas – CNEP, no prazo do art. 161 da Lei nº 14.133/2021.

15.15. Responsabilização por atos lesivos

15.15.1. Os atos também tipificados como lesivos pela Lei nº 12.846/2013 serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito e a autoridade competente (art. 159 da Lei nº 14.133/2021).

15.15.2. A sanção administrativa não afasta a responsabilização civil, tributária, trabalhista, eleitoral, penal ou por improbidade administrativa. Indícios de crime, improbidade, infração eleitoral, fraude tributária ou ato lesivo serão comunicados aos órgãos competentes.

15.16. Desconsideração da personalidade jurídica

15.16.1. A personalidade jurídica poderá ser desconsiderada quando utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática de ilícitos ou para provocar confusão patrimonial. Nesse caso, os efeitos das sanções serão estendidos aos administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com a sancionada (art. 160 da Lei nº 14.133/2021).

15.16.2. A desconsideração dependerá de análise jurídica prévia e de processo que assegure contraditório e ampla defesa.

15.17. Extinção contratual

15.17.1. O descumprimento poderá ensejar a extinção do contrato, nas hipóteses legais e contratuais, especialmente em caso de inexecução total, abandono dos serviços, descumprimento reiterado, perda do certificado de qualificação técnica sem regularização, fraude, ausência de repasse, desvio de recursos, violação grave de sigilo ou dados, publicidade ilegal ou de promoção pessoal e risco relevante à Administração ou à população.

15.17.2. A extinção será formalmente motivada, assegurados o contraditório e a ampla defesa, sem prejuízo das medidas cautelares necessárias à proteção do interesse público. Não afastará as obrigações pendentes, a entrega do acervo, a realização dos repasses, a restituição de valores, a aplicação de sanções e a indenização dos danos.



15.18. Reabilitação

15.18.1. A reabilitação observará o art. 163 da Lei nº 14.133/2021 e dependerá, cumulativamente, da reparação integral do dano, do pagamento da multa, do transcurso do prazo mínimo legal, do cumprimento das condições definidas no ato punitivo e de análise jurídica prévia. Nas hipóteses do art. 155, VIII e XII, também dependerá da implantação ou do aperfeiçoamento de programa de integridade.

15.19. Competência sancionadora

15.19.1. A apuração das ocorrências e a aplicação das sanções competem à autoridade do Município de Lages definida na regulamentação municipal.

15.19.2. (Suprimido na Revisão 02 – exclusão da SEMASA, Ofício nº 1195/2026.)

15.19.3. (Suprimido na Revisão 02 – exclusão da SEMASA, Ofício nº 1195/2026.)

15.19.4. A Central de Compras poderá padronizar procedimentos, compartilhar informações e prestar apoio técnico, sem substituir a competência sancionadora da autoridade competente.

16. MATRIZ DE RISCOS E ALOCAÇÃO DE RESPONSABILIDADES

16.1. Finalidade

16.1.1. A matriz de riscos tem por finalidade identificar eventos capazes de afetar a licitação ou a execução do contrato, definir medidas preventivas e de contingência e alocar objetivamente as responsabilidades entre o contratante e a contratada.

16.1.2. A matriz constitui instrumento de governança e cláusula de alocação contratual, nos termos dos arts. 6º, inciso XXVII, 22 e 103 da Lei nº 14.133/2021.

16.1.3. Para cada risco serão considerados:

- a) evento de risco;
- b) causa provável;
- c) consequência;
- d) probabilidade;
- e) impacto;
- f) parte responsável;
- g) medidas preventivas;
- h) medidas de contingência; e
- i) repercussão econômico-financeira.



16.1.4. A alocação será feita à parte que possuir melhores condições para prevenir, controlar, mitigar ou suportar os efeitos do evento.

16.1.5. A matriz não substitui:

- a) o mapa de riscos da fase preparatória;
- b) as obrigações previstas no Termo de Referência;
- c) a fiscalização contratual;
- d) a apuração de responsabilidades; ou
- e) a análise concreta de eventual pedido de reequilíbrio.

16.2. Classificação

16.2.1. A probabilidade será classificada como:

- a) baixa: evento pouco provável, sem histórico relevante ou dependente de circunstâncias excepcionais;
- b) média: evento possível, com histórico eventual ou causas razoavelmente previsíveis; e
- c) alta: evento recorrente ou com condições concretas favoráveis à ocorrência.

16.2.2. O impacto será classificado como:

- a) baixo: efeito pontual, reversível e sem repercussão financeira ou institucional relevante;
- b) médio: comprometimento parcial da campanha, atraso relevante ou custo adicional moderado; e
- c) alto: dano à finalidade pública, prejuízo financeiro expressivo, ilegalidade, interrupção da campanha, repercussão institucional grave ou responsabilização.

16.3. Matriz consolidada

16.3.1. A matriz consolidada dos riscos da execução contratual é a seguinte (P = probabilidade; I = impacto; B = baixa/baixo; M = média/médio; A = alta/alto):

ID	Evento de risco	P	I	Alocação principal	Medidas preventivas	Resposta contingência /
1	Briefing incompleto, contraditório ou intempestivo	M	A	Contratante/ unidade demandante	Formulário padronizado; validação técnica; identificação das	Suspender o prazo; solicitar complementação; revisar cronograma



COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL
SOLICITAÇÃO Nº641/2026 - COMUNICAÇÃO

ID	Evento de risco	P	I	Alocação principal	Medidas preventivas	Resposta contingência /
					fontes e do responsável	
2	Informação técnica incorreta fornecida pela unidade demandante	M	A	Contratante/unidade demandante	Conferência por servidor responsável; indicação das fontes oficiais	Corrigir ou suspender campanha; divulgar retificação; apurar danos
3	Falha da agência em identificar inconsistência publicitária ou jurídica perceptível	M	A	Contratada	Revisão técnica, jurídica e de conformidade; checklist de impessoalidade e legalidade	Refazer peças; suspender veiculação; aplicar glosa e medidas contratuais
4	Demora da Administração na análise ou aprovação	M	M	Contratante	Definição de responsáveis e prazos; aprovação eletrônica rastreável	Reprogramar cronograma; priorizar a análise; reconhecer impacto comprovado
5	Alteração tardia de conteúdo, datas ou escopo pela Administração	M	M	Contratante	Validação prévia; controle de versões; confirmação antes da produção	Reorçar a demanda; aproveitar materiais; indenizar apenas custos inevitáveis comprovados
6	Atraso da agência na criação, planejamento ou entrega	M	A	Contratada	Cronograma; equipe suficiente; níveis de serviço; monitoramento	Reforçar equipe; refazer cronograma; aplicar glosa ou sanção
7	Entrega de peça com erro, baixa qualidade ou desconformidade	M	A	Contratada	Revisão interna; controle de qualidade; prova e aprovação antes da produção	Correção ou refazimento sem ônus; glosa; suspensão da divulgação



COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL
SOLICITAÇÃO N°641/2026 - COMUNICAÇÃO

ID	Evento de risco	P	I	Alocação principal	Medidas preventivas	Resposta contingência /
8	Publicidade com promoção pessoal ou finalidade estranha ao interesse público	B	A	Compartilha da, conforme a origem	Checklist constitucional; análise da comunicação; dever de recusa pela agência	Suspender ou cancelar; retirar conteúdo; apurar responsabilidade individual
9	Violação de restrição eleitoral superveniente ou já conhecida	M	A	Compartilha da, conforme a causa	Calendário eleitoral; revisão jurídica; controle de datas; aprovação formal	Suspender, adaptar ou cancelar; retirar veiculação; preservar provas
10	Violação de direitos autorais, imagem, voz, marca ou outros direitos de terceiros	M	A	Contratada, salvo material imposto pela Administração	Licenciamento; termos de cessão; registro das autorizações; bancos regulares	Retirar conteúdo; substituir material; indenizar danos imputáveis
11	Falha na seleção de fornecedor especializado	M	A	Contratada	Cadastro; três orçamentos; verificação de capacidade; conflito de interesses	Substituir fornecedor; refazer seleção; glosar valores irregulares
12	Simulação, combinação ou manipulação de orçamentos	B	A	Contratada	Confirmação direta; rastreabilidade; sessão pública quando exigida	Anular seleção; apurar fraude; aplicar sanções; comunicar órgãos competentes
13	Preço de fornecedor incompatível com o mercado	M	A	Contratada, com dever de controle do contratante	Pesquisa comparativa; negociação; memória da escolha	Renegociar; substituir fornecedor; glosar sobrepreço
14	Inadimplemento ou atraso de	M	A	Contratada	Seleção de fornecedor idôneo; cronograma;	Substituir fornecedor; executar garantia privada; assegurar



COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL
SOLICITAÇÃO N°641/2026 - COMUNICAÇÃO

ID	Evento de risco	P	I	Alocação principal	Medidas preventivas	Resposta contingência /
	fornecedor especializado				supervisão; alternativas disponíveis	entrega sem custo indevido
15	Defeito material em produto ou serviço do fornecedor	M	A	Contratada	Especificação técnica; prova; inspeção e recebimento	Refazer ou substituir; glosar; responsabilizar fornecedor
16	Seleção inadequada ou direcionada de veículos	M	A	Contratada	Plano de mídia fundamentado; dados de audiência; critérios impessoais	Revisar plano; suspender inserções; aplicar glosas e sanções
17	Influência indevida de plano de incentivo na distribuição de mídia	B	A	Contratada	Declaração de independência; justificativa técnica; auditoria dos planos	Revisar distribuição; apurar vantagem; aplicar sanções
18	Veiculação diferente da autorizada ou não realizada	M	A	Contratada	Pedido de inserção; conferência prévia; checagem independente	Reaplicação sem custo; estorno; glosa; responsabilização
19	Ausência ou insuficiência de comprovação da veiculação	M	A	Contratada	Definição antecipada das evidências; checagem; relatórios padronizados	Suspender liquidação; exigir complementação; glosar a parcela
20	Fraude, tráfego inválido ou audiência artificial em mídia digital	M	A	Contratada	Plataformas confiáveis; mecanismos antifraude; relatórios nativos; monitoramento	Suspender campanha; solicitar estorno; excluir tráfego inválido; glosar
21	Alteração de algoritmo, política ou	M	M	Compartilha da	Diversificação de canais; acompanhamento	Realocar mídia; ajustar segmentação;



COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL
SOLICITAÇÃO N°641/2026 - COMUNICAÇÃO

ID	Evento de risco	P	I	Alocação principal	Medidas preventivas	Resposta contingência /
	disponibilidade de plataforma digital				das regras; planejamento alternativo	compensar créditos disponíveis
22	Execução de serviço sem autorização, dotação ou empenho	B	A	Contratada e agente que autorizou irregularmente, conforme a conduta	Ordem de serviço obrigatória; bloqueio sistêmico; conferência prévia	Suspender execução; não reconhecer despesa irregular; apurar responsabilidades
23	Insuficiência de saldo contratual ou orçamentário	M	A	Contratante	Controle de saldo; planejamento anual; reserva antes da autorização	Suspender novas ordens; priorizar campanhas; promover ajuste orçamentário regular
24	Redução ou ausência de demanda em relação à estimativa	M	M	Contratada	Informação clara de contratação sob demanda e sem garantia mínima	Redimensionar equipe; nenhuma indenização pela demanda não autorizada
25	Aumento de demanda acima da estimativa	M	A	Contratante	Planejamento e monitoramento do consumo; projeções periódicas	Priorizar demandas; suplementar recursos; alterar contrato ou realizar nova contratação
26	Documentação fiscal ou de liquidação incompleta	M	M	Contratada	Checklist documental; conferência antes do protocolo	Suspender liquidação; devolver para saneamento; recontar prazo de pagamento
27	Atraso do contratante no pagamento de despesa	B	A	Contratante	Programação financeira; controle da ordem cronológica	Regularizar pagamento; aplicar atualização ou encargos cabíveis



COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL
SOLICITAÇÃO N°641/2026 - COMUNICAÇÃO

ID	Evento de risco	P	I	Alocação principal	Medidas preventivas	Resposta contingência /
	regularmente liquidada					
28	Atraso da agência no repasse após receber da Administração	M	A	Contratada	Conta e controle individualizados; cronograma de repasses; conciliação	Notificar; executar garantia; reter créditos juridicamente cabíveis; sancionar
29	Apropriação, desvio ou uso indevido de valores destinados a terceiros	B	A	Contratada	Segregação financeira; auditoria; comprovantes de repasse	Executar garantia; cobrar restituição; extinguir contrato; comunicar órgãos competentes
30	Mistura de despesas, saldos ou documentos de órgãos ou fundos distintos	M	A	Contratada e contratante, conforme a origem	Identificação por contrato, campanha, empenho e CNPJ; controles segregados	Corrigir documentos; estornar lançamentos; apurar responsabilidade
31	Omissão de descontos, bonificações, reaplicações ou créditos	M	A	Contratada	Memória de cálculo; confirmação junto aos veículos; conciliação	Compensar ou restituir; glosar; aplicar sanção
32	Incidente de segurança, vazamento ou uso indevido de dados	M	A	Parte sob cujo controle ocorreu o evento	Controle de acesso; LGPD; criptografia; regras para ferramentas externas e IA	Conter incidente; comunicar; preservar evidências; reparar danos
33	Inserção de informação sigilosa em ferramenta de inteligência artificial ou	M	A	Contratada, salvo determinação expressa da	Política de uso de IA; anonimização; autorização prévia; treinamento	Interromper uso; notificar incidente; excluir dados; apurar responsabilidade



COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL
SOLICITAÇÃO N°641/2026 - COMUNICAÇÃO

ID	Evento de risco	P	I	Alocação principal	Medidas preventivas	Resposta contingência /
	plataforma externa			Administração		
34	Conteúdo sintético, manipulado ou gerado por IA que induza o público a erro	M	A	Contratada	Revisão humana; indicação de conteúdo sintético; validação de autenticidade	Retirar ou corrigir; publicar esclarecimento; apurar danos
35	Perda ou suspensão do certificado técnico da agência	B	A	Contratada	Controle de validade; manutenção dos requisitos; comunicação imediata	Suspender novas ordens; conceder prazo de saneamento quando possível; extinguir contrato
36	Saída ou substituição de profissional utilizado na pontuação técnica	M	M	Contratada	Plano de sucessão; retenção da equipe; profissionais substitutos	Substituir por profissional equivalente ou superior, com aprovação
37	Falha na transparência ou na manutenção do acervo	M	A	Contratada e contratante, nas respectivas obrigações	Repositório organizado; rotina de publicação; cópias de segurança	Recompor informações; publicar dados; aplicar medidas contratuais
38	Caso fortuito, força maior ou fato extraordinário que impeça campanha	B	A	Compartilha da, conforme os efeitos	Planos alternativos; seguros quando disponíveis; canais redundantes	Suspender, adaptar ou cancelar; apurar custos inevitáveis e possibilidades de reaplicação
39	Alteração legislativa ou regulatória superveniente	M	A	Compartilha da	Monitoramento normativo; cláusulas de adaptação; análise jurídica	Adequar execução; revisar campanha; avaliar eventual recomposição



ID	Evento de risco	P	I	Alocação principal	Medidas preventivas	Resposta contingência /
40	Determinação judicial ou de órgão de controle que suspenda campanha ou contrato	B	A	Parte que houver dado causa; compartilhada se não houver culpa	Controle de legalidade; documentação completa; atuação preventiva	Cumprir decisão; preservar provas; ajustar ou extinguir a medida afetada

16.4. Riscos alocados ao contratante

16.4.1. São atribuídos ao contratante, entre outros:

- a) insuficiência, inconsistência ou atraso das informações técnicas fornecidas;
- b) demora injustificada na aprovação;
- c) alteração de escopo determinada após aprovação;
- d) inexistência de saldo orçamentário ou empenho, quando a execução ainda não tiver sido autorizada;
- e) atraso no pagamento de despesa regularmente liquidada;
- f) alteração unilateral das condições contratuais;
- g) decisões administrativas de suspensão ou cancelamento sem culpa da contratada; e
- h) danos decorrentes de material ou informação de uso obrigatório fornecido pela Administração, desde que a agência tenha alertado sobre os riscos identificáveis.

16.4.2. A contratada deverá comunicar tempestivamente os fatos imputáveis ao contratante e adotar medidas razoáveis para evitar ou reduzir seus efeitos.

16.4.3. A ausência de comunicação poderá limitar o reconhecimento de custos que poderiam ter sido evitados.

16.5. Riscos alocados à contratada

16.5.1. São atribuídos à contratada, entre outros:

- a) dimensionamento de sua equipe e estrutura;
- b) produtividade e eficiência operacional;
- c) cumprimento dos prazos;
- d) qualidade técnica dos serviços;



- e) erros de criação, redação, produção e mídia;
- f) seleção e supervisão dos fornecedores;
- g) inadimplemento dos fornecedores especializados;
- h) regularidade dos direitos de terceiros;
- i) escolha técnica dos meios e veículos;
- j) comprovação dos serviços e veiculações;
- k) segurança das ferramentas sob seu controle;
- l) manutenção de suas condições de habilitação;
- m) obrigações trabalhistas, fiscais, comerciais e previdenciárias;
- n) realização dos repasses;
- o) variações ordinárias de seus custos administrativos;
- p) erros na formação da proposta;
- q) perda de margem de lucro;
- r) cumprimento dos percentuais de remuneração; e
- s) fatos previsíveis inerentes ao mercado publicitário.

16.5.2. A utilização de fornecedores, veículos ou plataformas não transfere seus riscos ao contratante.

16.6. Responsabilidade compartilhada

16.6.1. Serão analisados de maneira compartilhada, conforme as circunstâncias:

- a) alterações legislativas supervenientes;
- b) restrições eleitorais surgidas após a autorização;
- c) indisponibilidade geral de plataforma relevante;
- d) caso fortuito ou força maior;
- e) determinação judicial ou de órgão de controle sem culpa das partes;
- f) situação emergencial que exija alteração substancial da campanha; e
- g) eventos extraordinários que afetem simultaneamente as obrigações de ambas as partes.

16.6.2. A responsabilidade compartilhada não significa divisão automática e igualitária dos custos.

16.6.3. A solução deverá considerar:

- a) contribuição de cada parte para o evento;



- b) capacidade de prevenção;
- c) medidas de mitigação adotadas;
- d) custos efetivamente comprovados;
- e) possibilidade de reaproveitamento das peças;
- f) créditos, estornos e reaplicações; e
- g) cobertura securitária eventualmente existente.

16.7. Conteúdo, legalidade e aprovação

16.7.1. A responsabilidade pelo conteúdo será distribuída da seguinte forma:

- a) a unidade demandante responderá pela veracidade e atualidade das informações técnicas fornecidas;
- b) a unidade de comunicação responderá pela aprovação institucional dentro de suas competências;
- c) a autoridade competente responderá pela autorização administrativa da campanha; e
- d) a contratada responderá pela adequação técnica, publicitária e jurídica que possa ser exigida de agência especializada.

16.7.2. A aprovação da Administração não afastará a responsabilidade da agência por irregularidade que pudesse ser identificada mediante diligência profissional ordinária.

16.7.3. A agência deverá recusar ou solicitar saneamento de demanda que apresente:

- a) promoção pessoal;
- b) ausência de finalidade pública;
- c) violação eleitoral;
- d) conteúdo discriminatório;
- e) informação manifestamente inconsistente;
- f) violação evidente de direito de terceiro; ou
- g) atividade estranha ao objeto.

16.7.4. Se a Administração insistir em conteúdo formalmente questionado pela agência, a execução somente poderá ocorrer mediante decisão expressa da autoridade competente e parecer jurídico quando necessário, sem afastar responsabilidades legalmente indisponíveis.



16.8. Cancelamento ou alteração de campanha

16.8.1. O cancelamento de campanha ainda não iniciada não gerará indenização pela expectativa de faturamento.

16.8.2. Quando o cancelamento decorrer de decisão do contratante após a assunção regular de obrigações, poderão ser reconhecidos:

- a) serviços efetivamente executados;
- b) compromissos irreversíveis regularmente autorizados;
- c) custos de cancelamento devidamente comprovados; e
- d) direitos de terceiros já constituídos.

16.8.3. Serão deduzidos:

- a) valores recuperáveis;
- b) créditos;
- c) estornos;
- d) reaplicações;
- e) materiais reutilizáveis; e
- f) custos que poderiam ter sido evitados.

16.8.4. Não serão indenizados:

- a) lucros sobre serviços não executados;
- b) custos não comprovados;
- c) despesas assumidas sem autorização;
- d) obrigações contraídas após a comunicação do cancelamento; ou
- e) prejuízos agravados por ausência de mitigação.

16.9. Efeitos sobre o equilíbrio econômico-financeiro

16.9.1. Os riscos expressamente atribuídos à contratada serão considerados contemplados em sua proposta e não gerarão direito à recomposição econômico-financeira quando se materializarem.

16.9.2. A materialização de risco atribuído ao contratante poderá ensejar recomposição quando:

- a) produzir impacto efetivo e comprovado;
- b) ultrapassar os encargos ordinários assumidos pela contratada;
- c) existir nexo causal; e



d) não houver culpa ou omissão da contratada.

16.9.3. Os riscos compartilhados serão analisados no caso concreto, observada a proporção de responsabilidade e os efeitos efetivamente demonstrados.

16.9.4. A matriz não afasta o direito à recomposição nas hipóteses de:

- a) alteração unilateral determinada pela Administração;
- b) criação, alteração ou extinção de tributo ou encargo legal com repercussão comprovada;
- c) força maior, caso fortuito, fato do príncipe ou fato da Administração, quando presentes os requisitos legais; e
- d) demais hipóteses previstas na Lei nº 14.133/2021.

16.9.5. A mera ocorrência do evento não assegura recomposição automática.

16.10. Comunicação e tratamento dos riscos

16.10.1. A parte que identificar risco ou ocorrência deverá comunicar a outra imediatamente, indicando:

- a) descrição do evento;
- b) data da identificação;
- c) campanhas afetadas;
- d) possível impacto;
- e) medidas já adotadas;
- f) providências necessárias; e
- g) documentos comprobatórios.

16.10.2. O gestor e os fiscais deverão:

- a) registrar a ocorrência;
- b) classificar sua gravidade;
- c) identificar o responsável;
- d) acompanhar as ações preventivas e corretivas;
- e) avaliar impactos contratuais e financeiros; e
- f) comunicar autoridades e controles competentes, quando necessário.

16.10.3. A omissão ou demora injustificada na comunicação poderá ser considerada para fins de responsabilização e avaliação de eventual pedido de recomposição.



16.11. Atualização da matriz

16.11.1. A matriz será revista:

- a) antes de cada prorrogação;
- b) quando houver alteração relevante do contrato;
- c) após ocorrência de risco de impacto alto;
- d) quando identificada falha recorrente;
- e) diante de mudança legislativa ou tecnológica relevante; ou
- f) quando recomendada pela fiscalização ou pelos órgãos de controle.

16.11.2. A atualização não poderá transferir retroativamente risco já materializado.

16.11.3. Alterações que modifiquem a alocação contratual ou a equação econômico-financeira dependerão de formalização adequada e justificativa.

16.12. Aplicação da matriz

16.12.1. A matriz será aplicada ao contrato do Município de Lages, por órgão ou fundo titular da despesa.

16.12.2. A ocorrência relativa à demanda de um órgão ou fundo não transferirá seus efeitos financeiros aos demais.

16.12.3. Em campanhas compartilhadas entre órgãos e fundos, o plano de rateio deverá identificar os riscos e as responsabilidades de cada um.

Lages/SC, 08 de outubro de 2026

SAMUEL

RAMOS:07197998999

Assinado de forma digital por
SAMUEL RAMOS:07197998999
Dados: 2026.10.08 16:59:07
-03'00'

SAMUEL RAMOS

Chefe de Gabinete – Matrícula 305053

gapre@lages.sc.gov.br

Revisão 02 – exclusão da SEMASA (Ofício nº 1195/2026) e atendimento às condicionantes 10 e 11 do Parecer PGM nº 903/2026. De acordo: