
ESTADO DO PARANÁ
PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCAIÚVA DO SUL

SECRETARIA DE FINANÇAS

LEI 1006/2025 - DISPÕE SOBRE A CONCESSÃO E O RECEBIMENTO DE PATROCÍNIO PELO PODER PÚBLICO E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

LEI Nº 1006/2025

Dispõe sobre a concessão e o recebimento de patrocínio pelo Poder Público e dá outras providências.

O PREFEITO MUNICIPAL DE BOCAIÚVA DO SUL, Estado do Paraná, no uso de suas atribuições legais, e tendo em vista o disposto em Lei Orgânica do Município, faz saber que a Câmara Municipal aprova e eu sanciono a seguinte

LEI

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º Esta Lei disciplina a concessão e recebimento de patrocínio pela Administração Direta e Indireta do Município de Bocaiúva do Sul/PR.

Art. 2º São formas de conceder patrocínio:

- I - o repasse de valores;
- II - a concessão de uso de bens móveis e imóveis;
- III - a contratação de prestação de serviço para o evento ou projeto;
- IV - a aquisição e distribuição de bens móveis para o evento ou projeto.

Art. 3º Não serão considerados patrocínio, para os fins desta Lei:

- I – a cedência gratuita de recursos humanos;
- II – qualquer tipo de doação;
- III – projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículo de divulgação, com entrega em espaços publicitários;
- IV – a permuta de materiais, produtos ou serviços pela divulgação do conceito de posicionamento e/ou exposição de símbolos oficiais ou logomarcas;
- V – o aporte financeiro a projeto de transmissão de evento executado por veículos de comunicação e/ou divulgação;
- VI – a ação compensatória decorrente de obrigação legal do patrocinador;
- VII – a simples ocupação de espaço e/ou montagem de estande, sem direito à divulgação de produtos, serviços, marcas, conceitos e programas do patrocinador ou de políticas públicas associadas ao evento;
- VIII – a ação promocional executada pelo próprio patrocinador com o objetivo de divulgar ou promover imagem institucional, símbolos oficiais, logomarca e/ou produtos e serviços, programas e políticas de atuação junto a públicos de interesse.

Art. 4º É vedada a concessão de patrocínio por órgão da Administração Pública ou entidade de Administração Indireta do Município quando o projeto:

- I – tiver relação com entidade político-partidária;
- II – agredir o meio ambiente, a saúde ou violar as normas de postura do Município;
- III – utilizar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de agente público;
- IV – se o objeto já tiver sido objeto de repasse de subvenção, auxílio ou contribuição por parte do Município, que ainda estiver em execução.

Art. 5º São impedidos de apresentar projeto de patrocínio a órgão da Administração Pública ou entidade de Administração Indireta do Município:

- I – servidores públicos municipais ou respectivas associações;

II – pessoa jurídica de direito privado cujo titular, administrador, gerente, acionista, conselheiro, sócio ou associado seja Prefeito, Vice-Prefeito, Secretário Municipal, Vereador, servidor público municipal, ou respectivos cônjuges, parentes consanguíneos ou por afinidade até o segundo grau.

CAPÍTULO II

DA CELEBRAÇÃO DO CONTRATO DE PATROCÍNIO

Art. 6º O patrocínio será formalizado por meio de contrato administrativo, em conformidade com a legislação de licitações e contratos administrativos.

§ 1º Os contratos de patrocínio serão preferencialmente precedidos de processo de chamamento público, a ser realizado de acordo com o planejamento orçamentário e financeiro dos órgãos da Administração Pública ou das entidades de Administração Indireta do Município e observando os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência, probidade administrativa, vinculação ao instrumento convocatório, julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos.

§ 2º O patrocínio poderá ser formalizado após requerimento do patrocinado, devendo o Município analisar a vantajosidade ao Município, o atendimento ao interesse público, a legalidade e a possibilidade orçamentária e financeira antes de formalizar o patrocínio.

§ 3º Será considerado inexigível de chamamento público de que trata este artigo na hipótese de inviabilidade de competição entre projetos, em razão da natureza singular do objeto patrocinado, o que deverá ser formalmente justificado pela Administração Pública.

Art. 7º O Poder Executivo Municipal publicará edital de chamamento público informando o prazo, as condições e os documentos necessários para a habilitação de entidades privadas interessadas em obter patrocínio do Município.

Art. 8º Para participarem do chamamento público, no intuito de obterem patrocínio do Município nos termos desta Lei, as entidades privadas deverão comprovar a sua regularidade jurídica, fiscal, trabalhista técnica e econômica financeira de que tratam os artigos 62 a 64 da Lei Federal 14.133/21, mediante a apresentação dos seguintes documentos, sem prejuízo de outros que o Poder Público entenda necessário em razão da iniciativa a ser patrocinada:

I – certidão do registro e arquivamento dos atos constitutivos da entidade no cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas ou Junta Comercial do Estado;

II - ata ou outro documento formal de designação da diretoria em exercício;

III – apresentação do estatuto, regulamento ou compromisso da entidade, devidamente registrados em cartório;

IV – cópia autenticada do Registro Geral (RG) e Cadastro de Pessoa Física (CPF) do representante legal da entidade, responsável pela assinatura do contrato de patrocínio;

V – alvará de funcionamento;

VI – no caso de entidade de utilidade pública ou de interesse público, comprovação da qualificação, através de certificado ou declaração de que, na área de sua atuação, é reconhecida por órgão ou entidade federal ou estadual, nos termos da legislação pertinente.

VII – prova de regularidade com as fazendas Públicas Federal, Estadual e Municipal, mediante a apresentação das respectivas certidões;

VIII – cópia do cartão do Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ;

IX – cópia do cartão da conta bancária vinculada ao CNPJ.

Parágrafo único. A entidade patrocinada deverá manter, durante toda a execução do contrato de patrocínio, em compatibilidade com as obrigações nele assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas para a celebração do ajuste.

Art. 9º A realização do chamamento público de que trata esta lei realizar-se-á por meio da publicação de edital de convocação dos interessados em receber patrocínio ou patrocinar eventos, que conterà, no mínimo, as seguintes informações:

I – a programação orçamentária dos patrocínios públicos;

- II – os segmentos prioritários para concessão patrocínios, de acordo com as ações e políticas públicas locais;
- III - as datas, os prazos, as condições, o local e a forma de apresentação das propostas de patrocínio;
- IV - as datas e os critérios de seleção e julgamento das propostas de patrocínio, inclusive no que se refere à metodologia de pontuação e ao peso atribuído a cada um dos critérios estabelecidos, se for o caso;
- V – a documentação de habilitação do proponente do projeto de patrocínio;
- VI – as condições para interposição de recurso administrativo;
- VII – a minuta do contrato de patrocínio.

§ 1º O edital deverá ser amplamente divulgado em página do sítio oficial da administração pública na internet e publicado na imprensa oficial do Município, com antecedência mínima de 05 (cinco) dias da data da sessão para abertura dos envelopes de propostas de patrocínio.

§ 2º Constituem critérios obrigatórios de julgamento das propostas de patrocínio:

- I - o grau de adequação da proposta de patrocínio aos objetivos específicos da atuação do patrocinador;
 - II – o mérito do projeto de patrocínio e os impactos que se pretende sejam gerados na imagem institucional, em relação aos símbolos oficiais e/ou logomarca, bem como a produtos e serviços, programas e políticas de atuação do patrocinador;
 - III – a identidade de interesse de patrocinador e patrocinado na realização do objeto do patrocínio;
 - IV – a viabilidade de execução do projeto de patrocínio;
 - V – a justificativa do preço para o patrocínio, de acordo com valores praticados no mercado e contrapartidas apresentadas ao patrocinador;
 - VI – a descrição de quais serão os meios disponíveis a serem utilizados para a fiscalização da execução do patrocínio, assim como dos procedimentos que deverão ser adotados para avaliação do cumprimento das metas e objetivos;
 - VII – a credibilidade e a capacidade gerencial da entidade privada interessada para realiza a iniciativa e ser patrocinada;
 - VIII – a contribuição da iniciativa a ser patrocinada para o desenvolvimento socioeconômico, turístico e cultura do Município e o respectivo impacto social;
 - IX – a viabilidade técnica, econômica e financeira da iniciativa;
 - X – os resultados previstos e os retornos a serem obtidos pelo Poder Público ao conceder o patrocínio, em termos mercadológicos, de ganho de imagem, financeiros e negociais.
- §3º O órgão da Administração Pública ou entidade de Administração Indireta do Município homologará e divulgará o resultado do julgamento em página do sítio oficial da administração pública na internet e publicará na imprensa oficial do Município.
- § 4º A homologação não gera direito para a celebração do contrato de patrocínio.

CAPÍTULO III DO CONTRATO DE PATROCÍNIO

Art. 10. Em sendo aprovada a solicitação de patrocínio pelo Poder Público, a entidade beneficiária será convocada a assinar o respectivo contrato de patrocínio.

Art. 11. Quando o patrocínio consistir em repasse de valores, será obedecido o cronograma de desembolso constante do contrato de patrocínio.

Art. 12. O Poder Público, no exercício de seu poder discricionário, poderá autorizar, após solicitação formalizada e fundamentada da entidade patrocinada, a alteração de valores ou metas previstas no contrato de patrocínio, o que deverá ser formalizado, se for o caso, através de termo aditivo.

Parágrafo único. Não serão conhecidos pela Administração Pública Municipal os pedidos de alteração do contrato de patrocínio que:

- I - forem apresentados nos últimos 30 (trinta) dias de vigência do contrato;
- II - pretenderem a alteração do objeto do contrato;
- III - implicarem em acréscimo de repasses financeiros, por parte do Poder Público, em valores superiores a 25% (vinte e cinco por cento) do valor total inicial atualizado do patrocínio.

Art. 13. O contrato de patrocínio deverá prever as sanções a serem aplicadas nos casos de inexecução total ou parcial de seu objeto.

Art. 14. O Poder Público designará, por meio de Portaria do Chefe do Poder Executivo, Servidor Público para atuar como fiscal da execução do contrato de patrocínio e aplicação dos recursos públicos concedidos.

Art. 15. Nos eventos ou projetos patrocinados pelo Município, o Poder Público fará a divulgação dos atos, programas, obras, serviços e campanhas que entender pertinentes, observadas as disposições do artigo 37, § 1º, da Constituição Federal.

CAPÍTULO IV DA PRESTAÇÃO DE CONTAS DO CONTRATO DE PATROCÍNIO

Art. 16. O patrocinado fica obrigado a prestar contas do patrocínio recebido, mediante comprovação da realização do projeto de patrocínio e do cumprimento das contrapartidas previstas no contrato, no prazo máximo de 60 (sessenta) dias, contados:

I – do prazo final para a aplicação de cada parcela, quando o objeto do contrato de patrocínio for executado em etapas, hipóteses em que a prestação de contas de etapas anterior é condição necessária para a liberação do valor da parcela referente à etapa seguinte, conforme período e condições determinados no contrato de patrocínio;

II - do prazo final para conclusão do objeto, quando o contrato de patrocínio for executado em uma única etapa;

III – da formalização da extinção do contrato de patrocínio, se esta ocorrer antes do prazo previsto no contrato;

IV – da aplicação da última parcela, quando deverá comprovar a conclusão do objeto do contrato.

Parágrafo Único: Mediante justificativa fundamentada e aceita pelo Poder Executivo Municipal, o prazo constante no caput deste artigo poderá ser prorrogado por até igual período.

Art. 17. Cabe ao patrocinador avaliar o alcance dos objetivos do patrocínio, bem como os resultados gerados em relação aos símbolos oficiais e/ou logomarca, bem como a produtos e serviços, programas e políticas de atuação do patrocinador, por meio de critérios objetivos que considerem:

I – os objetivos de comunicação social;

II – a natureza e a diversidade das ações previstas;

III – o planejamento de cada Secretaria envolvida com o projeto;

IV – o público-alvo;

V – as diretrizes e estratégias da entidade patrocinada;

VI – o volume de recursos dispendidos com o patrocínio.

Art. 18. O disposto neste Capítulo não impede que o Poder Público promova a instauração procedimento apuratório antes do término do contrato de patrocínio, diante de evidências de irregularidade na execução do seu objeto.

CAPÍTULO V DAS CONTRAPARTIDAS PARA O MUNICÍPIO

Art. 19. As contrapartidas oferecidas ao Município pelo patrocinado, que devem expressar o direito de associação da marca do patrocinador à iniciativa patrocinada, serão definidas de acordo com a especificidade da iniciativa e o valor do patrocínio, devendo consistir em amplo benefício ao Município e aos seus interesses, sendo que deverá ser remetido, pelo patrocinado, ao Município, uma cópia de todo o material de divulgação e dos registros fotográficos e/ou vídeos do evento ou projeto, junto à prestação de contas do valor do patrocínio, como forma de comprovação das contrapartidas definidas.

Parágrafo único. Ao fim de cada relação de patrocínio concedido pelo Município, contados 90 (noventa) dias após o recebimento pelo município do material constante no *caput* deste artigo, deverá a municipalidade promover um relatório comprovando a vantajosidade, ou não, daquele patrocínio para o Município, relatório deste que deverá ficar à disposição dos órgãos de controle interno e externo e remetido ao Tribunal de Contas para análise.

CAPÍTULO VI DO PATROCÍNIO PRIVADO A EVENTOS E PROJETOS PÚBLICOS

Art. 20. Fica o Poder Executivo Municipal autorizado a receber patrocínio para realização de eventos, campanhas, feiras, festivais, congressos, seminários e festividades que executar, com vistas ao desenvolvimento socioeconômico, incremento da arrecadação tributária e/ou promoção e divulgação de valores, cultura, história e tradições próprias da comunidade, nos termos desta Lei.

Art. 21. Poderão ser patrocinadores dos eventos públicos municipais pessoas jurídicas, com ou sem finalidade lucrativa, desde que comprovem regularidade fiscal, mediante apresentação das seguintes certidões de regularidade:

I – negativa de débitos para com a Fazenda Municipal;

II – negativa de débitos com a Fazenda Federal, inclusive com as contribuições devidas ao Instituto Nacional de Seguridade Social;

III – negativa de débito com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço.

Parágrafo único. Para fins de cumprimento do disposto neste artigo, serão aceitas certidões positivas com efeitos de negativa.

Art. 22. Para cada evento, campanha, feira, festival, congresso, seminário ou festividade que o Poder Executivo Municipal executar, deverá definir cotas de patrocínio, com as respectivas contrapartidas públicas a serem oferecidas, que serão exclusivamente relacionadas à imagem do patrocinador.

§ 1º As cotas de patrocínio poderão ser graduadas a partir dos valores a serem recebidos pelo Município, dimensionando-se a contrapartida, em termos de retorno à imagem institucional do patrocinador, em termos de tamanho e espaço a ser ocupado pela logomarca e/ou slogan do patrocinador nos atos de divulgação do objeto patrocinado.

§ 2º A contrapartida poderá se dar por áudio, mídia impressa ou televisiva, nos espaços disponíveis e previamente definidos pela Administração Pública, considerando-se, obrigatoriamente que, para os patrocínios de mesmo valor, a divulgação dos apoiadores do evento se dará de igual forma, no mesmo espaço de tempo, se ocorrer por áudio, ou com ocupação de espaço físico de igual tamanho, se for mídia impressa.

Art. 23. Não será firmado contrato de patrocínio com pessoas jurídicas que:

I – tiverem relação com entidade político-partidária;

II – agredirem o meio ambiente ou a saúde;

III – violarem as normas de postura do Município;

IV – utilizarem nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de agente público;

V – caracterizem infringência à legislação penal, consumerista, dos direitos da criança e do adolescente, das pessoas com deficiência ou dos idosos.

Art. 24. As despesas decorrentes da execução da presente lei correrão por conta de dotação orçamentária própria.

Art. 25. O Poder Executivo poderá regulamentar esta Lei por Decreto, no que couber.

Art. 26. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, revogando todas as disposições em contrário.

Bocaiúva do Sul/PR, 27 de fevereiro de 2025.

JOÃO DE LIMA

Prefeito

Publicado por:

Marcos Nishida Aoki

Código Identificador:C8BF7D25

Matéria publicada no Diário Oficial dos Municípios do Paraná no dia 11/04/2025. Edição 3255

A verificação de autenticidade da matéria pode ser feita informando o código identificador no site:

<https://www.diariomunicipal.com.br/amp/>