

DECRETO Nº 430 DE 08 DE ABRIL DE 2024.

“Dispõe sobre a regulamentação da Lei Municipal nº 2.505 de 20 de dezembro de 2023 e concessão de Patrocínio pelo Poder Executivo Municipal a projetos privados, no âmbito da Administração Pública Direta e Indireta e dá outras providências”.

O PREFEITO DO MUNICÍPIO DE RIO BRANCO, Capital do Estado do Acre, no uso das atribuições legais que lhe confere o Art. 58, V, da Lei Orgânica do Município de Rio Branco.

Considerando que compete à Assessoria Especial de Comunicação, coordenar, normatizar, supervisionar e realizar o controle da publicidade e dos patrocínios dos órgãos e das entidades da administração pública municipal direta e indireta;

DECRETA:

CAPÍTULO I DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º Este Decreto disciplina a concessão de patrocínio pelo Poder Executivo Municipal a projetos privados de interesse público, no âmbito da Administração Pública Direta e Indireta.

Art. 2º Para efeito deste Decreto considera-se:

I- PATROCÍNIO: ação estratégica realizada por meio da aquisição do direito de associação da marca e/ou de produtos e serviços do patrocinador a projetos de iniciativa de terceiro, mediante a celebração de contrato de patrocínio e repasse de recursos financeiros;

II- APOIO: ação estratégica realizada por meio da aquisição do direito de associação da marca e/ou de produtos e serviços do patrocinador a projetos de iniciativa de terceiro, sem repasse de recursos financeiros;

III- OBJETIVOS DO PATROCÍNIO: gerar identificação e reconhecimento do patrocinador por meio da iniciativa patrocinada; ampliar relacionamento com públicos de interesse; divulgar marcas, produtos, serviços, posicionamentos, programas e políticas de atuação;

IV- PATROCINADOR: órgão ou entidade da administração pública municipal que, no exercício de suas atividades, constata a conveniência e/ou oportunidade de patrocinar;

V- PATROCINADO: pessoa física ou jurídica que oferece ao patrocinador a oportunidade de patrocinar o projeto;

VI- PROJETO DE PATROCÍNIO: iniciativa do patrocinado, descrita em proposta de patrocínio em que apresenta as características, as justificativas e a metodologia de sua execução, estabelece cotas de patrocínio com seus respectivos valores e contrapartidas, bem como informa outras singularidades da ação proposta ao patrocinador com o objetivo de demonstrar a pertinência entre o projeto de patrocínio e os objetivos institucionais do patrocinador, o potencial do projeto de patrocínio de atingir os objetivos de que trata o inciso III deste art. 2º e a experiência e capacidade dos realizadores do projeto;

VII- CONTRAPARTIDA: obrigação contratual do patrocinado de associação da marca e/ou de produtos e serviços do patrocinador ao projeto patrocinado, tais como:

- a) exposição da marca do patrocinador e/ou de seus produtos e serviços nas peças de divulgação do projeto;



- b) autorização para o patrocinador utilizar nomes, marcas, símbolos, conceitos e imagens do projeto patrocinado;
- c) adoção, pelo patrocinado, de práticas voltadas ao desenvolvimento cultural, social, esportivo, saúde, ambiental e outros.

VIII- CONTRATO DE PATROCÍNIO: instrumento jurídico para a formalização do patrocínio, em que o patrocinador e patrocinado estabelecem seus direitos e obrigações.

Parágrafo único. A aplicação da marca/nome do patrocinador em materiais promocionais ou em peças de divulgação da ação patrocinada configura dever mínimo do patrocinado e direito básico do patrocinador.

Art. 3º Não são considerados patrocínio para os fins deste Decreto:

- I. a cessão gratuita de recursos humanos, materiais, bens, produtos e serviços;
- 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. o aporte financeiro a projeto cuja contrapartida seja o recebimento de tempo e/ou espaço de mídia em veículo de divulgação para uso exclusivo do patrocinador, sem associação com o projeto patrocinado;
- V. o aporte financeiro a projeto que preveja, exclusivamente, a transmissão de evento executado por veículos de 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 produtos, serviços, marcas, conceitos ou políticas públicas junto a públicos de interesse.

Art. 4º Poderão ser objeto de patrocínio por parte do Poder Executivo Municipal projetos que atendam ao interesse público e que estejam de acordo com a legislação pátria.

Art. 5º O Poder Executivo Municipal não patrocinará pessoa física ou jurídica que:

- I. tenha sido punida com suspensão de participação em licitação e impedimento de contratar com a administração ou declaração de inidoneidade;
- II. tenha sido definitivamente condenada:
 - a) por ato de improbidade administrativa;
 - b) por crime contra a Administração Pública;
- III. possua débito fiscal com a Fazenda Municipal, Estadual, Federal e Trabalhista;
- IV. não tenha sido licenciado na forma da legislação municipal;
- V. possua prestação de contas anterior reprovada.

Parágrafo único. A vedação de que trata o caput deste artigo aplica-se, ainda, quando caracterizado o conflito de interesses com a Administração Pública.

CAPÍTULO II
DA HABILITAÇÃO E ANÁLISE DOS PROJETOS DE PATROCÍNIO
Seção I
Dos Projetos Privados Patrocinados pelo Município

Art. 6º Os projetos promovidos por pessoa física ou jurídica de direito privado que tiveram reconhecido interesse público poderão ser patrocinados pelo Poder Executivo Municipal, mediante aprovação do projeto de patrocínio, observadas o disposto neste Decreto.

Art. 7º Os projetos a serem patrocinados pelo Poder Executivo Municipal devem ter como diretrizes:

- I. a sintonia com políticas públicas municipais, de modo a estimular, apoiar e fortalecer iniciativas direcionadas às atividades culturais, sociais, esportivas, educacionais, de promoção do turismo, de inovação tecnológica, de promoção da igualdade étnica e de promoção de oportunidades e de combate a quaisquer formas de discriminação;
- II. a adoção de critérios e de ações nos projetos patrocinados que fomentem o emprego de práticas sustentáveis;
- III. a promoção de acessibilidade de idosos e de pessoas com mobilidade reduzida ou com deficiência aos ambientes dos eventos ou aos produtos e serviços decorrentes do projeto patrocinado;
- IV. o reforço das atitudes que promovam a cidadania, o desenvolvimento humano e sociocultural e o respeito ao meio ambiente;
- V. a valorização dos elementos simbólicos da cultura local;
- VI. a vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos municipais;
- VII. a vedação da concessão de patrocínios a projetos realizados por instituição da qual faça parte servidor público ou projetos em que servidor público participe mediante remuneração;
- VIII. a observância da eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos, notadamente através da compatibilidade entre o valor do patrocínio e as contrapartidas, observadas, quando couber, as práticas de mercado.

Art. 8º Nas ações de divulgação dos projetos patrocinados pelo Poder Executivo Municipal deverá constar, expressamente, a marca do patrocinador.

Parágrafo único. A aplicação da marca municipal deverá observar as orientações da Assessoria Especial de Comunicação, não podendo constar nomes,

símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

Seção II

Das Propostas de Patrocínio

Art. 9º A apresentação das propostas de patrocínio ao Poder Executivo Municipal dar-se-á:

- I. por provocação do Poder Executivo Municipal, mediante edital de chamamento público;
- II. mediante manifestação do particular de ter seu projeto patrocinado.

§1º O edital para recebimento de propostas de patrocínio deverá ser publicado no Diário Oficial do Estado e deverá conter no mínimo:

- I. período para apresentação das propostas;
- II. prazo para análise da proposta;
- III. critérios objetivos para a aprovação das propostas;
- IV. valores destinados à concessão de patrocínios;
- V. documentação necessária para habilitação de pessoas físicas;
- VI. modelo da Proposta de Patrocínio.

§2º No caso da apresentação das propostas de patrocínio mediante manifestação do particular, este deverá apresentar, no mínimo, os seguintes documentos:

- I. proposta de patrocínio, observado o disposto no art. 2º, inciso VI;
- II. os documentos previstos nos artigos 62 a 68 da Lei nº 14.133/2021, no que couber;
- III. comprovante da aprovação de Prestações de Contas anteriores, se o patrocinado já tiver celebrado contrato de patrocínio com o Poder Executivo Municipal;

Art. 10. As propostas de patrocínio deverão ser encaminhadas para a Assessoria Especial de Comunicação:

§1º O órgão municipal indicado no caput deverá proceder à análise da solicitação, com base nas disposições deste Decreto e da legislação vigente.

§2º Deverá ser apresentado, junto com a proposta de patrocínio, elementos que, dentre outros, evidenciem a conveniência e oportunidade de patrocinar o projeto e os retornos que são esperados com a exposição da marca do patrocinador, bem como, no que couber, a avaliação acerca da necessidade de patrocínio pelo poder público.

§3º A análise dos aspectos jurídicos será realizada pela Procuradoria Geral do Município na Administração Direta ou pelas Procuradorias próprias e/ou Assessorias Jurídicas das Autarquias e Fundações na Administração Indireta.

Seção III

Do Comitê de Patrocínios

Art. 11. Fica criado o Comitê de Patrocínios de Rio Branco, de caráter consultivo, com a finalidade de coordenar as ações de patrocínio dos órgãos e entidades municipais.

Parágrafo único. O Gabinete do Prefeito prestará o apoio administrativo para o funcionamento do Comitê.

Art. 12. O Comitê de Patrocínios de Rio Branco terá a seguinte composição:

- I. 01 (um) representante da Assessoria de Comunicação Social – ASSECOM;
- II. 01 (um) representante da Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC;



- III. 01 (um) representante da Secretaria Municipal de Gestão Administrativa – SMGA;
- IV. 01 (um) representante da Secretaria Municipal de Educação – SEME;
- V. 01 (um) representante da Secretaria Municipal de Cuidados com a Cidade – SMCCI;
- VI. 01 (um) representante da Secretaria Municipal de Saúde – SEMSA;
- VII. 01 (um) representante da Secretaria Municipal de Assistência Social e Direitos Humanos – SASDH;
- VIII. 01 (um) representante da Fundação Garibaldi Brasil – FGB.

§1º Os integrantes do Comitê de Patrocínios não receberão remuneração e devem ser indicados pelos titulares das pastas respectivas, com aprovação do chefe do Poder Executivo.

§2º Poderão ser convidados a participar de reuniões de Comitê representantes de outros órgãos ou entidades integrantes do Poder Executivo Municipal, com o objetivo de dirimir as questões técnicas dos projetos.

Art.13. Compete ao Comitê de Patrocínios:

- I. manifestar-se sobre as propostas de patrocínio submetidas à sua apreciação, observadas as normas deste Decreto;
- II. identificar e propor a difusão de boas práticas na área de patrocínios;
- III. contribuir para o aprimoramento de processos e métodos de exame e seleção de projetos e de avaliação de patrocínios.

CAPÍTULO III

DA FORMALIZAÇÃO DO CONTRATO DE PATROCÍNIO

Seção I

Do Contrato de Patrocínio Cláusulas:

Art. 14. Do contrato de patrocínio deverá constar:



ESTADO DO ACRE
PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO BRANCO
GABINETE DO PREFEITO

- I. identificação e qualificação das partes;
- II. o objeto do projeto (evento), contendo a descrição do bem, direito ou serviço, com descrição do projeto a ser patrocinado com especificações e outras características necessárias à sua definição e delimitação;
- III. o local onde se realizará o projeto (evento);
- IV. as contrapartidas oferecidas pelo patrocinado;
- V. data prevista para início e término da execução do objeto;
- VI. as responsabilidades das partes e penalidades no caso de descumprimento;
- VII. a forma de prestação de contas, quando for o caso;
- VIII. o foro do Município de Rio Branco para dirimir questões contratuais.

Parágrafo único. Os contratos de patrocínio serão celebrados mediante seleção pública ou por escolha direta, sendo suscetíveis de renovação.

Seção II

Da Prestação de Contas

Art. 15. Aquele que receber recursos financeiros do Poder Executivo Municipal, para realização de evento, está obrigado a do patrocínio contratado, na forma do art. 16 deste Decreto, no prazo máximo de 30 (trinta) dias contados:

- I. do prazo final para a aplicação de cada parcela, quando o objeto do contrato de patrocínio for executado em etapas, hipótese em que a prestação de contas de etapa anterior é condição necessária para a liberação da etapa seguinte, conforme período e condições determinados no termo;
- II. do prazo final para conclusão do objeto, quando o contrato for executado em única etapa;

- III. da formalização da extinção do contrato, se esta ocorrer antes do prazo previsto no termo;
- IV. da aplicação da última parcela, quando deverá comprovar a conclusão do objeto.

Art. 16. Para a prestação de contas do patrocínio, o patrocinador exigirá do patrocinado a comprovação da realização da iniciativa patrocinada e das contrapartidas previstas no contrato, se houver, bem como Relatório contendo os objetivos alcançados.

Parágrafo único. Os procedimentos pertinentes a patrocínio beneficiado por incentivo fiscal deverão observar a legislação aplicável à matéria.

Art. 17. Na avaliação dos resultados da ação de patrocínio, o patrocinador verificará, no que couber, em especial: o alinhamento das ações com estratégias da Administração; a observância das ações previstas; o grau de atingimento dos objetivos de comunicação; outras questões aderentes aos objetivos de comunicação, utilizando critérios objetivos.

CAPÍTULO IV DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 18. O Prefeito do Município de Rio Branco, por meio da Assessoria Especial para Assuntos Jurídico – ASSEJUR, poderá editar orientações complementares com vistas ao cumprimento deste Decreto.

Art. 19. A Assessoria Especial de Comunicação – ASSECOM, editará e manterá atualizado o manual de uso da marca da Prefeitura Municipal de Rio Branco em patrocínios, observando as marcas, símbolos e cores oficiais do brasão do Município.



Art. 20. Os casos não previstos serão analisados e decididos pelo Secretário Municipal da Casa Civil, de acordo com os princípios gerais do direito público, sendo adotadas, subsidiariamente, as regras das Leis Federais nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021 e Lei Municipal nº 2.505/2023.

Art. 21. Compete a Assessoria Especial de Comunicação – ASSECOM, adotar atos decisórios, instrutórios ou regulamentares concernentes aos contratos e projetos de patrocínio.

Art. 22. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Rio Branco - Acre, 08 de abril de 2024, 136º da República, 122º do Tratado de Petrópolis, 63º do Estado do Acre e 141º do Município de Rio Branco.

Tião Bocalom

Prefeito de Rio Branco

PUBLICADO NO DOE
Nº 13.749 09/04/2024
PAG:155-156