



Câmara Municipal de Santa Isabel

Palácio Vereador Levy de Oliveira Lima

AUTÓGRAFO Nº 48/2026

Dispõe sobre a concessão e o recebimento de patrocínio e apoio institucional, no âmbito do Município de Santa Isabel, e dá outras providências.

A Câmara Municipal de Santa Isabel aprovou, nos seus termos, o Projeto de Lei nº 44, de 2-9-2026, do Poder Executivo, código externo: 277.717.883.804.270.554, com a seguinte redação:

A Câmara Municipal de Santa Isabel aprovou, e eu, Carlos Augusto Chinchilla Alfonzo, Prefeito Municipal, sanciono e promulgo a seguinte Lei:

CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º. Esta Lei disciplina, no âmbito da Administração Pública direta, autárquica e fundacional de Santa Isabel, a concessão de patrocínio a projetos, ações, atividades e eventos de relevância pública promovidos por terceiros, bem como o recebimento de patrocínio e apoio institucional, destinados a projetos, ações, atividades e eventos públicos.

§1º. A aplicação desta Lei observará a competência municipal para tratar de assuntos de interesse local e suplementar, a legislação federal e estadual, além dos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência, motivação, isonomia, transparência, economicidade, planejamento, razoabilidade, proporcionalidade, segregação de funções e interesse público.

§2º. O patrocínio não se confunde com doação pura, convênio, termo de colaboração, termo de fomento, acordo de cooperação, subvenção, auxílio, contribuição, premiação, contratação de publicidade ou contratação comum de bens e serviços, devendo cada relação jurídica ser formalizada segundo sua natureza e legislação própria.

§3º. A caracterização do patrocínio dependerá da análise do objeto, da finalidade e das obrigações predominantes do ajuste, independentemente, da denominação utilizada pelas partes, vedado o emprego desta Lei, para afastar a incidência da legislação de licitações e contratos administrativos, do regime jurídico das parcerias com



Câmara Municipal de Santa Isabel

Palácio Vereador Levy de Oliveira Lima

Autógrafo Nº 48/2026 – fl.2

organizações da sociedade civil, das normas aplicáveis à transferência de recursos ao setor privado, à doação e ao uso de bens públicos, bem como, das normas orçamentárias, financeiras, contábeis e patrimoniais pertinentes.

§4º. As empresas públicas, sociedades de economia mista e respectivas subsidiárias eventualmente integrantes da Administração Pública Municipal, observarão a Lei Federal nº 13.303, de 30 de junho de 2016, e sua regulamentação própria, aplicando-se esta Lei apenas de forma complementar, quando compatível com o regime jurídico das empresas estatais.

Art. 2º. Para os fins desta Lei, considera-se:

I- patrocínio: negócio jurídico bilateral, de natureza contratual, pelo qual o patrocinador transfere recursos financeiros ou não financeiros, economicamente mensuráveis, ao patrocinado, que assume contrapartida institucional proporcional e previamente definida, consistente na associação do nome, marca, imagem institucional, produtos, serviços, programas, projetos, políticas ou ações do patrocinador ao objeto patrocinado;

II- patrocínio concedido pelo Município: patrocínio em que órgão ou entidade abrangido por esta Lei figure como patrocinador de projeto, ação, atividade ou evento promovido por terceiro;

III- patrocínio recebido pelo Município: patrocínio em que órgão ou entidade abrangido por esta Lei figure como patrocinado, recebendo recursos financeiros ou não financeiros de terceiro para projeto, ação, atividade ou evento público;

IV- apoio institucional: colaboração não financeira, economicamente mensurável, destinada à viabilização ou ao aprimoramento de projeto, ação, atividade ou evento de interesse público, sem exploração publicitária ou retorno de marca equivalente ao patrocínio, podendo consistir, especialmente, em bens, materiais, serviços, estrutura, cessão ou autorização de uso, logística ou apoio técnico, admitido o reconhecimento institucional compatível com sua natureza;

V- patrocinador: pessoa física ou jurídica, de direito público ou privado, inclusive órgão ou entidade municipal, que conceda patrocínio nos termos desta Lei;

VI- patrocinado: pessoa física ou jurídica, de direito público ou privado, que recebe patrocínio e assume as obrigações e contrapartidas previstas no instrumento pertinente;

VII- proponente: pessoa física ou jurídica responsável pela apresentação de proposta de patrocínio;

VIII- projeto de patrocínio: documento que descreve objeto, justificativa, interesse público, público-alvo, metodologia, cronograma, orçamento, fontes



Câmara Municipal de Santa Isabel

Palácio Vereador Levy de Oliveira Lima

Autógrafo Nº 48/2026 – fl.3

de recursos, metas, indicadores, cotas, contrapartidas, dentre outros meios de comprovação;

IX- contrapartida: obrigação assumida pelo patrocinado, proporcional e relacionada ao objeto, destinada a assegurar o reconhecimento institucional do patrocinador e o retorno de imagem ou outra vantagem legítima previamente definida;

X- contrato de patrocínio: instrumento jurídico próprio que formaliza direitos, obrigações, valor ou estimativa econômica, contrapartidas, prazo, fiscalização, prestação de contas, sanções e hipóteses de extinção;

XI- chamamento público: procedimento administrativo de publicidade e seleção objetiva destinado a oportunizar, em condições isonômicas, a apresentação de propostas para concessão ou recebimento de patrocínio;

XII- cota de patrocínio: faixa previamente definida de contribuição financeira ou não financeira, à qual correspondem contrapartidas proporcionais e objetivas;

XIII- relevância pública: aptidão do projeto, ação, atividade ou evento para produzir benefício coletivo ou contribuir para políticas públicas municipais;

XIV- Comissão Municipal de Patrocínios (COMUP): colegiado responsável pela análise e julgamento das propostas, na forma desta Lei e do regulamento.

Art. 3º. Constituem finalidades do patrocínio e do apoio institucional:

I- fomentar projetos e eventos de interesse público nas áreas de cultura, turismo, esporte, lazer, educação, saúde, assistência social, meio ambiente, ciência, tecnologia, inovação, desenvolvimento econômico, empreendedorismo, cidadania e demais áreas de interesse local;

II- ampliar a qualidade, o alcance e a sustentabilidade econômica de ações públicas e de iniciativas privadas de reconhecida relevância pública;

III- fortalecer a imagem institucional do Município, divulgar políticas públicas e valorizar Santa Isabel em âmbito regional, estadual, nacional ou internacional;

IV- estimular a cooperação transparente e impessoal entre o Poder Público e a sociedade civil, sem interferência indevida do patrocinador no exercício de competências públicas.

Art. 4º. O patrocínio poderá compreender, isolada ou cumulativamente:

I- transferência de recursos financeiros;

II- fornecimento ou disponibilização de bens, materiais e produtos;

III- execução ou disponibilização de serviços, inclusive, técnicos, operacionais, logísticos, de montagem, infraestrutura e comunicação relacionados ao objeto;



Câmara Municipal de Santa Isabel

Palácio Vereador Levy de Oliveira Lima

Autógrafo Nº 48/2026 – fl.4

IV- disponibilização, cessão, permissão, autorização ou outra forma juridicamente admitida, de uso de bens móveis e/ou imóveis, públicos ou privados, observada a legislação patrimonial aplicável à natureza e à titularidade do bem;

V- outras utilidades ou direitos economicamente mensuráveis e admitidos em Lei.

§1º Toda contribuição não financeira deverá ser previamente descrita e estimada em valor monetário, para fins de controle, proporcionalidade das contrapartidas, registro e prestação de contas.

§2º A cessão ou utilização de bens públicos dependerá de avaliação quanto à disponibilidade, compatibilidade com sua destinação, ausência de prejuízo ao serviço público e atendimento das normas patrimoniais e de posturas.

CAPÍTULO II DAS DIRETRIZES, CONTRAPARTIDAS E VEDAÇÕES

Art. 5º. As ações de patrocínio observarão, além, dos princípios previstos no art. 1º desta Lei, as seguintes diretrizes:

I- caráter educativo, informativo, cultural, social, turístico, esportivo, econômico ou de orientação social, conforme o objeto;

II- vedação à promoção pessoal de autoridades, agentes ou servidores públicos;

III- respeito à diversidade, aos direitos fundamentais, à acessibilidade e ao meio ambiente;

IV- compatibilidade entre o valor econômico do patrocínio e as contrapartidas oferecidas;

V- preservação da autonomia decisória do Poder Público e vedação de ingerência do patrocinador em atividades de regulação, fiscalização, licenciamento, tributação, poder de polícia ou contratação pública;

VI- transparência ativa dos procedimentos, instrumentos, valores, patrocinadores, contrapartidas e resultados.

Art. 6º. As contrapartidas poderão compreender, conforme o objeto e o instrumento convocatório:

I- inserção de nome, marca ou logotipo do patrocinador em materiais físicos e digitais relacionados ao objeto;

II- menção institucional em peças de comunicação, entrevistas, releases, painéis, telões, sonorização ou mídias do evento;

III- disponibilização de espaço para estande ou ativação institucional, desde que seja compatível com o interesse público e com as regras do evento;



Câmara Municipal de Santa Isabel

Palácio Vereador Levy de Oliveira Lima

Autógrafo Nº 48/2026 – fl.5

IV- autorização de uso de nome e imagens do projeto ou evento pelo patrocinador, nos limites do contrato e da legislação de propriedade intelectual e proteção de dados;

V- outras formas de reconhecimento institucional, compatíveis com o interesse público e com o objeto do patrocínio, previstas no edital ou contrato.

§1º. As contrapartidas equivalentes deverão receber tratamento isonômico, e as diferenças de exposição somente serão admitidas quando previamente vinculadas a cotas distintas, segundo critérios objetivos e proporcionais.

§2º. É vedada a concessão gratuita de ingressos, convites, credenciais e/ou benefícios a agentes públicos, salvo quando estritamente necessária à representação institucional, fiscalização, segurança ou execução do objeto.

§3º. A publicidade institucional observará o disposto no art. 37, §1º, da Constituição Federal, não podendo conter nomes, símbolos e/ou imagens que caracterizem promoção pessoal.

Art. 7º. É vedada a concessão ou o recebimento de patrocínio ou apoio institucional:

I- que tenha por objeto ou efeito propaganda político-partidária, eleitoral ou promoção de candidato, pré-candidato, partido ou agente político;

II- que implique promoção pessoal de titular de mandato eletivo, dirigente partidário, autoridade, agente ou servidor público, inclusive mediante associação indevida de nome, símbolo ou imagem pessoal ao objeto patrocinado, sem prejuízo do disposto no art. 37, § 1º, da Constituição Federal;

III- destinado a culto ou proselitismo religioso, sem prejuízo de projetos culturais, turísticos, históricos, sociais e/ou de preservação do patrimônio promovidos por entidades religiosas, desde que atendam ao interesse público e não impliquem favorecimento confessional;

IV- que envolva conteúdo discriminatório, ilícito, atentatório aos direitos humanos, à saúde, ao meio ambiente e/ou às normas municipais;

V- quando houver conflito de interesses capaz de comprometer a imparcialidade, a fiscalização, o poder de polícia ou outra competência pública;

VI- que gere obrigação futura de contratação, exclusividade de fornecimento ou preferência indevida ao patrocinador;

VII- que imponha ao Município despesa presente ou futura desproporcional ao benefício obtido;

VIII- com pessoa física ou jurídica impedida de contratar com a Administração Pública ou declarada inidônea, enquanto perdurarem os efeitos da sanção, ou que estejam sujeita a impedimento decorrente de decisão administrativa e/ou judicial aplicável;



Câmara Municipal de Santa Isabel

Palácio Vereador Levy de Oliveira Lima

Autógrafo Nº 48/2026 – fl.6

IX- com pessoa física que seja agente político ou servidor municipal, diretamente envolvido na decisão, seleção, fiscalização ou gestão do patrocínio;

X- com pessoa jurídica cujo administrador, dirigente, controlador ou sócio com poder de direção seja agente político ou servidor municipal diretamente envolvido na decisão, seleção, fiscalização ou na gestão do patrocínio, ou seja cônjuge, companheiro ou parente, até o terceiro grau, de agente político ou servidor municipal, que desempenhe essas atribuições, quando caracterizado conflito de interesses;

XI- quando o objeto caracterizar contratação de publicidade, aquisição de mídia ou prestação de serviço em favor do Município que, pela sua natureza, deva observar a Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, ou legislação específica;

XII- quando utilizado para substituir instrumento de parceria regido pela Lei Federal nº 13.019, de 31 de julho de 2014, nas hipóteses em que houver mútua cooperação entre a Administração Pública e organização da sociedade civil para a consecução de finalidades de interesse público e recíproco.

CAPÍTULO III DA CONCESSÃO DE PATROCÍNIO PELO MUNICÍPIO

Art. 8º. O Município poderá conceder patrocínio a projeto, ação, atividade ou evento de terceiro, quando demonstrados, em processo administrativo, o interesse público, a aderência às políticas municipais, o retorno institucional esperado, a razoabilidade do valor e a capacidade do proponente para execução do objeto.

Parágrafo único. A concessão de patrocínio não gera direito subjetivo à renovação ou à celebração de novo ajuste em edições futuras.

Art. 9º. A concessão de patrocínio será, em regra, precedida de chamamento público, quando houver possibilidade material de competição entre projetos aptos a proporcionar o retorno institucional pretendido pela Administração.

§1º. A seleção direta somente poderá ocorrer quando, mediante elementos objetivos, constantes em processo administrativo, ficar demonstrada a inviabilidade de competição em razão das características singulares do projeto, evento, público, alcance ou oportunidade de associação institucional, ou em outra hipótese devidamente justificada, mediante decisão motivada, análise técnica, demonstração da adequação econômica e parecer jurídico.

§2º. A ausência de chamamento não afasta a obrigação de demonstrar a adequação do preço, o interesse público, a proporcionalidade das contrapartidas e a regularidade do proponente.

§3º. A seleção de patrocínio não será tratada como aquisição de bem ou serviço, quando o objeto jurídico consistir, efetivamente, na associação institucional



Câmara Municipal de Santa Isabel

Palácio Vereador Levy de Oliveira Lima

Autógrafo Nº 48/2026 – fl.7

à iniciativa patrocinada, sem prejuízo da aplicação, no que couber, dos princípios e controles da legislação administrativa.

Art. 10. O edital para concessão de patrocínio conterá, no mínimo:

- I- objeto, finalidade pública e segmentos prioritários;
- II- valor global disponível, limites por proposta e modalidades de apoio;
- III- prazos e forma de apresentação das propostas;
- IV- requisitos de habilitação;
- V- critérios objetivos de seleção, pontuação e desempate;
- VI- contrapartidas mínimas esperadas;
- VII- regras de execução, fiscalização e prestação de contas;
- VIII- sanções e hipóteses de restituição;
- IX- prazo e forma para impugnação e recurso;
- X- minuta do contrato de patrocínio.

Art. 11. A proposta de concessão de patrocínio deverá conter, no mínimo:

- I- identificação e qualificação do proponente e de seu representante;
- II- descrição detalhada do objeto, local, datas e público estimado;
- III- justificativa do interesse público e alinhamento com políticas municipais;
- IV- plano de execução, cronograma e metas;
- V- orçamento detalhado, fontes de financiamento e indicação da parcela solicitada ao Município;
- VI- descrição e valoração das contrapartidas;
- VII- indicadores de resultado e meios de comprovação;
- VIII- declarações de inexistência de impedimentos e conflito de interesses;
- IX- documentos de habilitação jurídica e regularidade fiscal, trabalhista e perante o Município, na forma do edital ou regulamento.

Art. 12. A avaliação das propostas considerará, conforme o caso:

- I- relevância pública e aderência às políticas e planos municipais;
- II- impacto social, cultural, turístico, esportivo, educacional, econômico ou ambiental;
- III- alcance e perfil do público;
- IV- qualidade, viabilidade e consistência do projeto;
- V- capacidade técnica e histórico do proponente;



Câmara Municipal de Santa Isabel

Palácio Vereador Levy de Oliveira Lima

Autógrafo Nº 48/2026 – fl.8

VI- adequação do orçamento e compatibilidade dos custos com valores de mercado;

VII- qualidade e valor das contrapartidas;

VIII- acessibilidade, inclusão, sustentabilidade e inovação;

IX- mecanismos de mensuração de resultados e de prestação de contas.

Art. 13. A concessão de patrocínio que envolva recursos financeiros dependerá de dotação orçamentária, empenho prévio e observância da Lei Complementar Federal nº 101, de 4 de maio de 2000, do Plano Plurianual, da Lei de Diretrizes Orçamentárias e da Lei Orçamentária Anual.

§1º. Quando o patrocínio implicar criação, expansão ou aperfeiçoamento de ação governamental que acarrete aumento de despesa, serão observados os arts. 15 e 16 da Lei Complementar Federal nº 101/2000 e, tratando-se de despesa obrigatória de caráter continuado, também o seu art. 17.

§2º. O pagamento poderá ser parcelado segundo cronograma físico-financeiro, podendo a liberação de parcela subsequente ficar condicionada à comprovação da execução da etapa anterior.

§3º. Quando a concessão de patrocínio configurar hipótese alcançada pelo art. 26 da Lei Complementar Federal nº 101, de 4 de maio de 2000, o processo administrativo demonstrará expressamente o atendimento às condições estabelecidas na Lei de Diretrizes Orçamentárias e a existência de previsão na Lei Orçamentária Anual ou em créditos adicionais, sem prejuízo dos demais requisitos legais aplicáveis.

CAPÍTULO IV DO RECEBIMENTO DE PATROCÍNIO E APOIO PELO MUNICÍPIO

Art. 14. Projetos, ações, atividades e eventos promovidos ou apoiados pelo Município poderão receber patrocínio ou apoio institucional de pessoas físicas ou jurídicas, de direito público ou privado, com ou sem fins lucrativos.

§1º. O recebimento de patrocínio deverá preservar a autonomia administrativa, a neutralidade da atuação pública e a igualdade de tratamento entre os interessados.

§2º. Quando o patrocinador for empresa pública, sociedade de economia mista ou subsidiária, caberá à entidade patrocinadora declarar e comprovar, quando exigido, a observância das normas de governança, integridade, autorização e contratação previstas na Lei Federal nº 13.303/2016 e na regulamentação que lhe for



Câmara Municipal de Santa Isabel

Palácio Vereador Levy de Oliveira Lima

Autógrafo Nº 48/2026 – fl.9

aplicável, sem prejuízo dos controles previstos nesta Lei para o Município na condição de patrocinado.

Art. 15. O recebimento de patrocínio será precedido de chamamento público sempre que a natureza do objeto admitir a participação de múltiplos interessados.

§1º. O edital poderá estabelecer cotas de patrocínio, inclusive de valores distintos, com contrapartidas proporcionais, objetivas e previamente definidas.

§2º. Poderão ser admitidos múltiplos patrocinadores, salvo quando a exclusividade, for tecnicamente justificada, mediante demonstração da vantagem econômica e institucional para o Município, e expressamente prevista no edital.

§3º. A exclusividade não poderá resultar em reserva de mercado, preferência em futuras contratações públicas, impedimento desnecessário à participação de outros patrocinadores ou associação, incompatível com a neutralidade e a impessoalidade da atuação administrativa.

§4º. As propostas espontâneas de patrocínio poderão ser apresentadas e recebidas a qualquer tempo, devendo ser autuadas e avaliadas pela Administração. Quando houver possibilidade de competição, será dada publicidade à oportunidade antes da formalização do ajuste, na forma desta Lei e de seu regulamento.

§5º. A celebração direta de contrato com patrocinador exclusivo dependerá de justificativa da vantagem pública, da inviabilidade ou inadequação de competição e da demonstração de compatibilidade das contrapartidas.

Art. 16. O edital para recebimento de patrocínio conterá, no mínimo:

- I- descrição do projeto, ação, atividade ou evento e período de realização;
- II- itens, serviços, bens ou recursos financeiros passíveis de patrocínio;
- III- estimativa econômica das necessidades e das cotas;
- IV- contrapartidas correspondentes a cada cota;
- V- requisitos e vedações aplicáveis aos patrocinadores;
- VI- forma e prazo de apresentação das propostas;
- VII- critérios de seleção e desempate, quando necessários;
- VIII- regras de aplicação de marcas e de aprovação prévia das peças;
- IX- minuta do instrumento jurídico.

Art. 17. Os recursos financeiros recebidos a título de patrocínio serão arrecadados, exclusivamente, por meio oficial indicado pela Fazenda Municipal e contabilizados de acordo com as normas de direito financeiro, contabilidade pública e orçamento, com identificação de sua origem, vinculação ao objeto e observância da



Câmara Municipal de Santa Isabel

Palácio Vereador Levy de Oliveira Lima

Autógrafo Nº 48/2026 – fl.10

classificação orçamentária e contábil aplicável, inclusive, quanto à necessidade de incorporação ao orçamento.

§1º. É vedado o recebimento de recursos financeiros em conta particular de agente público ou em conta não oficialmente indicada pela Administração Pública.

§2º. Bens permanentes recebidos ou adquiridos para incorporação ao patrimônio municipal serão registrados e controlados na forma da legislação patrimonial.

§3º. Bens de consumo, serviços e apoios logísticos serão objeto de recebimento, atesto e registro pela unidade responsável, com sua correspondente estimativa econômica.

Art. 18. O patrocinador privado não adquirirá, em razão do patrocínio, qualquer direito de preferência em licitações, contratações, autorizações, licenças, alvarás, concessões, permissões, benefícios tributários ou decisões administrativas.

CAPÍTULO V DA COMISSÃO, DA INSTRUÇÃO E DA DECISÃO

Art. 19. Fica instituída a Comissão Municipal de Patrocínios (COMUP), de caráter técnico, composta por, no mínimo, 3 (três) agentes públicos designados pelo Chefe do Poder Executivo, assegurada a participação de ao menos 2 (dois) servidores efetivos.

§1º. Sempre que possível, a composição considerará representantes das áreas de planejamento orçamentário e/ou finanças, comunicação institucional e da secretaria finalística relacionada ao objeto.

§2º. O membro que tiver interesse pessoal, vínculo com proponente ou patrocinador, ou situação que comprometa sua imparcialidade deverá declarar impedimento e se afastar do processo.

§3º. O regulamento poderá prever comissões setoriais e/ou temporárias, desde que preservados os requisitos de imparcialidade e segregação de funções.

Art. 20. Compete à COMUP:

I- analisar, classificar e emitir parecer sobre as propostas apresentadas nos chamamentos públicos;

II- avaliar a aderência, viabilidade, proporcionalidade das contrapartidas e adequação econômica;

III- solicitar diligências e pareceres técnicos;



Câmara Municipal de Santa Isabel

Palácio Vereador Levy de Oliveira Lima

Autógrafo Nº 48/2026 – fl.11

IV- emitir parecer fundamentado de aprovação, aprovação condicionada ou rejeição;

V- propor critérios, modelos e procedimentos de padronização;

VI- exercer outras atribuições previstas em regulamento, sem acumular, sempre que possível, a fiscalização direta do mesmo contrato.

Art. 21. A decisão final sobre a celebração do patrocínio caberá ao titular do órgão ou entidade municipal competente pela política pública relacionada ao objeto, ou à autoridade definida em regulamento, após a instrução técnica, orçamentária, financeira e jurídica pertinente.

Parágrafo único. A homologação de resultado de chamamento não gera direito adquirido à celebração do contrato, que dependerá da manutenção das condições de habilitação, disponibilidade orçamentária, quando necessária, e atendimento das demais exigências legais.

CAPÍTULO VI DO CONTRATO DE PATROCÍNIO

Art. 22. O patrocínio será formalizado por contrato ou instrumento jurídico equivalente, juntado ao processo administrativo.

Art. 23. O instrumento conterá, no mínimo:

- I- qualificação das partes;
- II- objeto e finalidade pública;
- III- valor financeiro ou estimativa econômica do patrocínio;
- IV- forma, prazo e condições de entrega ou desembolso;
- V- plano de execução, metas e indicadores, quando aplicáveis;
- VI- contrapartidas e regras de utilização das marcas;
- VII- obrigações e responsabilidades das partes;
- VIII- prazo de vigência;
- IX- forma de acompanhamento e fiscalização;
- X- regras de prestação de contas e comprovação de resultados;
- XI- sanções, restituição de valores e indenização de danos;
- XII- hipóteses de alteração, suspensão e extinção;
- XIII- proteção de dados pessoais, direitos autorais, imagem e propriedade intelectual, quando aplicáveis;
- XIV- foro competente e demais cláusulas necessárias ao caso.



Câmara Municipal de Santa Isabel

Palácio Vereador Levy de Oliveira Lima

Autógrafo Nº 48/2026 – fl.12

Art. 24. O uso de brasão, símbolos oficiais, identidade visual ou marca institucional do Município dependerá de autorização expressa e ficará limitado ao objeto, período e condições previstos no contrato.

§1º As peças de divulgação deverão ser submetidas à aprovação prévia da unidade de comunicação institucional do Município.

§2º O uso indevido da marca e/ou dos símbolos oficiais sujeitará o responsável às medidas administrativas, civis e penais cabíveis, sem prejuízo das sanções contratuais.

CAPÍTULO VII DA EXECUÇÃO, FISCALIZAÇÃO E PRESTAÇÃO DE CONTAS

Art. 25. Para cada contrato será designado um gestor, e quando necessário, um fiscal, preferencialmente distintos dos membros que tenham atuado diretamente no julgamento da proposta, observada a segregação de funções.

Art. 26. O acompanhamento deverá verificar a efetiva realização do objeto, o cumprimento das contrapartidas, a entrega dos bens e/ou serviços, a aplicação dos recursos e os resultados alcançados.

Parágrafo único. A fiscalização poderá exigir relatórios, registros fotográficos, materiais de divulgação, notas fiscais, recibos, extratos, listas de presença, métricas de público e mídia, atestos, laudos ou outros elementos compatíveis com a natureza do objeto.

Art. 27. O patrocinado que receber recursos ou apoio do Município prestará contas no prazo de até 30 (trinta) dias após a conclusão do objeto, salvo se prazo diverso, devidamente justificado, estiver previsto no edital ou no contrato.

§1º. A prestação de contas privilegiará a comprovação do cumprimento do objeto, das metas, dos resultados e das contrapartidas, sem prejuízo da análise financeira necessária à demonstração da regular aplicação dos recursos.

§2º. Quando houver execução por etapas, o contrato poderá prever prestações de contas parciais como condição para liberação de parcelas subsequentes.

§3º. Despesas sem nexo com o objeto, não comprovadas, realizadas em desacordo com o contrato ou incompatíveis com a finalidade do patrocínio serão glosadas.

§4º. O saldo não utilizado, quando se tratar de patrocínio concedido pelo Município a ações de particular, será restituído ao Município no prazo estabelecido para a apresentação da prestação de contas.



Câmara Municipal de Santa Isabel

Palácio Vereador Levy de Oliveira Lima

Autógrafo Nº 48/2026 – fl.13

§5º. Os valores glosados deverão ser restituídos ao Município no prazo de 10 (dez) dias úteis, contados da ciência da decisão administrativa definitiva, devidamente atualizados na forma prevista no contrato e na legislação aplicável.

Art. 28. No recebimento de patrocínio pelo Município, a unidade responsável elaborará relatório final, demonstrando os recursos financeiros e não financeiros recebidos, sua destinação, as contrapartidas entregues e os resultados do projeto ou evento.

CAPÍTULO VIII DAS INFRAÇÕES, SANÇÕES E RECURSOS

Art. 29. O descumprimento total ou parcial das obrigações poderá, assegurados o contraditório e a ampla defesa, ensejar, conforme a gravidade:

- I- advertência;
- II- suspensão de desembolso ou de contrapartida;
- III- glosa e restituição total ou parcial de valores;
- IV- multa de até 20% (vinte por cento), calculada sobre o valor financeiro do contrato ou, nos patrocínios não financeiros, sobre a estimativa econômica da contribuição pactuada, graduada segundo a gravidade da infração e a extensão do dano;
- V- impedimento de participar, por até 2 (dois) anos, de novos chamamentos de patrocínio regidos por esta Lei, não se confundindo esta sanção com o impedimento de licitar e contratar previsto na Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021;
- VI- extinção do contrato;
- VII- responsabilização por perdas e danos e comunicação aos órgãos de controle ou autoridades competentes, quando cabível.

§1º. Na dosimetria serão considerados a natureza e gravidade da infração, a extensão dos danos causados, a vantagem auferida, a boa-fé, a cooperação do responsável, a reincidência e a adoção de medidas corretivas.

§2º. Na hipótese de inexecução parcial, a multa prevista no inciso IV incidirá, preferencialmente, sobre o valor financeiro ou a estimativa econômica da parcela inadimplida, salvo, quando a inexecução comprometer a finalidade integral do patrocínio, mediante decisão motivada.

§3º. As sanções previstas nesta Lei não afastam aquelas decorrentes de outras normas aplicáveis.

Art. 30. Das decisões administrativas proferidas nos procedimentos de seleção, execução, prestação de contas e aplicação de sanções caberá recurso, sem efeito suspensivo automático, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado da ciência ou publicação.



Câmara Municipal de Santa Isabel

Palácio Vereador Levy de Oliveira Lima

Autógrafo Nº 48/2026 – fl.14

§1º. O recurso será dirigido à autoridade que proferiu a decisão, que poderá reconsiderá-la; caso a mantenha, encaminhará o recurso à autoridade superior definida em regulamento.

§2º. Poderá ser atribuído efeito suspensivo ao recurso, mediante decisão motivada, quando houver risco de dano grave ou de difícil reparação e a suspensão não comprometer o interesse público.

CAPÍTULO IX DA TRANSPARÊNCIA, INTEGRIDADE E CONTROLE

Art. 31. Serão divulgados no sítio eletrônico oficial e no Portal da Transparência:

- I- editais e respectivos anexos;
- II- propostas selecionadas e decisões de julgamento;
- III- nome dos patrocinadores e patrocinados;
- IV- valor financeiro ou estimativa econômica do patrocínio;
- V- contratos e aditivos, ressalvadas informações legalmente protegidas;
- VI- contrapartidas pactuadas;
- VII- relatórios de execução e resultados;
- VIII- sanções aplicadas após decisão definitiva na esfera administrativa, observado o regime de proteção de dados.

Art. 32. Os procedimentos de patrocínio ficam sujeitos aos sistemas de controle interno e externo, devendo os autos conter motivação suficiente para demonstrar a legalidade, legitimidade, economicidade e alcance dos resultados.

Art. 33. O tratamento de dados pessoais decorrente desta Lei observará a Lei Federal nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, limitando-se ao necessário para habilitação, transparência, fiscalização, controle e execução do ajuste.

CAPÍTULO X DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 34. Os contratos de patrocínio submetem-se aos princípios constitucionais e às normas de direito administrativo, financeiro, orçamentário, patrimonial, de transparência e controle, aplicando-se subsidiariamente, conforme sua natureza e quando compatíveis, as normas de direito privado referentes aos negócios jurídicos e



Câmara Municipal de Santa Isabel

Palácio Vereador Levy de Oliveira Lima

Autógrafo Nº 48/2026 – fl.15

contratos, especialmente os princípios da função social, da boa-fé e da licitude dos contratos atípicos.

Parágrafo único. A concessão e o recebimento de patrocínio observarão a legislação eleitoral aplicável, especialmente, as restrições incidentes sobre publicidade institucional, uso de bens e recursos públicos e promoção pessoal de agentes públicos.

Art. 35. As parcerias com organizações da sociedade civil que, em razão de sua natureza e de seu objeto, se enquadrem na Lei Federal nº 13.019, de 31 de julho de 2014, serão regidas por essa legislação, ainda que contenham divulgação institucional acessória.

Art. 36. Quando o objeto configurar contratação administrativa de bens, serviços, obras, publicidade e/ou outra prestação destinada diretamente ao Município, aplicar-se-á a legislação específica de contratações públicas, não sendo admitida sua qualificação artificial como patrocínio.

Art. 37. O Poder Executivo regulamentará esta Lei, podendo disciplinar modelos de editais e contratos, documentos de habilitação, parâmetros de valoração, fluxos de aprovação, mecanismos de transparência e procedimentos simplificados para pequenos apoios não financeiros, desde que, preservadas a autuação do processo, a motivação, a estimativa econômica, a formalização do ajuste e a transparência.

Art. 38. As despesas decorrentes da concessão de patrocínios correrão à conta de dotações próprias consignadas no orçamento, suplementadas, se necessário, na forma da legislação aplicável.

Art. 39. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.
Santa Isabel, 23 de setembro de 2026.

ANDERSON CHAGAS REBELO
Presidente

Registrado e publicado nesta Secretaria Administrativa, na data supra.

MARICÉLIA DOS SANTOS
Secretário Administrativo



VERIFICAÇÃO DAS ASSINATURAS



Código para verificação: 5E08-F7BD-199E-3576

Este documento foi assinado digitalmente pelos seguintes signatários nas datas indicadas:



MARICELIA DOS SANTOS (CPF 153.XXX.XXX-10) em 23/09/2026 13:42:42 GMT-03:00

Papel: Parte

Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)



ANDERSON CHAGAS REBELO (CPF 301.XXX.XXX-03) em 23/09/2026 13:48:28 GMT-03:00

Papel: Parte

Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)

Para verificar a validade das assinaturas, acesse a Central de Verificação por meio do link:

<https://cmsantaisabel.1doc.com.br/verificacao/5E08-F7BD-199E-3576>