



MUNICÍPIO DE MARICÁ
ESTADO DO RIO DE JANEIRO

LEI Nº 3.639, DE 4 DE NOVEMBRO DE 2025

DISPÕE SOBRE A CONCESSÃO E RECEBIMENTO DE PATROCÍNIO NO ÂMBITO DO PODER EXECUTIVO DO MUNICÍPIO DE MARICÁ.

O POVO DO MUNICÍPIO DE MARICÁ, por seus representantes na Câmara Municipal, aprovou e o Prefeito Municipal, em seu nome sanciona a seguinte Lei:

Capítulo I
DAS DEFINIÇÕES E CONDIÇÕES GERAIS

Art. 1º Fica o Poder Executivo autorizado a conceder patrocínio, com vistas ao incentivo do esporte, desenvolvimento socioeconômico, cultura, história e tradições próprias da comunidade, bem como a receber patrocínio de pessoas físicas e jurídicas para a realização de eventos públicos, nos termos desta Lei.

Parágrafo único. Aplicam-se as disposições desta Lei à Administração Pública direta, autárquica e fundacional do Município de Maricá e, no que couber, às Empresas Públicas e Sociedades de Economia Mista municipais.

Art. 2º Compete à Secretaria de Comunicação Social do Município de Maricá – SECOM avaliar e decidir sobre a conformidade das propostas de patrocínio com a política de comunicação social da Administração Pública Municipal, bem como acompanhar e fiscalizar a execução das ações previstas nesta Lei e a correta aplicação dos recursos financeiros correspondentes, em articulação com os órgãos competentes do Poder Executivo.

Art. 3º Para fins do disposto no art. 2º desta Lei, a SECOM designará, no mínimo, 03 (três) membros para compor a Comissão Permanente de Patrocínios, no âmbito do Poder Executivo do Município de Maricá.

§ 1º A Comissão analisará as propostas de patrocínio, emitindo parecer fundamentado pela aprovação ou rejeição da proposta.

§ 2º Fica o titular do órgão ou da entidade municipal vinculado ao parecer emitido pela Comissão Permanente de Patrocínios.

Art. 4º Para fins do disposto nesta Lei, considera-se:

I – patrocínio: ação de comunicação por meio da qual o patrocinador adquire o direito de associação de sua imagem, produto e/ou serviços a eventos ou atividades de iniciativa de terceiros, de direito público ou privado, mediante a celebração de patrocínio;

II – áreas de relevância e interesse público como: segmentos de esporte, educação, saúde, cultura, assistência social, meio ambiente, ciência e tecnologia, segurança pública, desenvolvimento socioeconômico, dentre outros essenciais ao interesse público do Município de Maricá;



MUNICÍPIO DE MARICÁ

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

III – chamamento público: procedimento administrativo de publicidade à oferta ou recebimento de patrocínio;

IV – objetivo do patrocínio: gerar identificação e reconhecimento do patrocinador por meio da iniciativa patrocinada; ampliar relacionamento com públicos de interesse; divulgar símbolos e lemas oficiais, programas e políticas de atuação, produtos, serviços, posicionamentos; ampliar vendas; e agregar valor à marca do patrocinador;

V – contrapartida: obrigação do patrocinado, em decorrência do patrocínio recebido;

VI – objeto do patrocínio: formas de divulgação utilizadas para atingir os objetivos do patrocínio;

VII – patrocinador: Poder Executivo Municipal ou terceiro que, mediante patrocínio, transfere recurso financeiro;

VIII – patrocinado: Poder Executivo Municipal ou terceiro que, mediante patrocínio, executa o objeto do patrocínio;

IX – proposta de patrocínio: documento que apresenta características, valores, justificativas e a metodologia de execução do patrocínio, informando outras singularidades da ação proposta ao patrocinador;

X –patrocínio: instrumento jurídico de formalização, em que patrocinador e patrocinado estabelecem seus direitos e obrigações;

XI – Comissão Permanente de Patrocínios: comissão designada pelo responsável pela SECOM, composta por no mínimo 03 servidores, que avaliará as propostas de concessão e recebimento de patrocínio;

XII – projeto patrocinado: conjunto de operações limitadas no tempo das quais resulta produto destinado à satisfação de interesses compartilhados entre a Administração Pública Municipal e a outra parte, que pode assumir a posição de patrocinadora ou patrocinada;

XIII – eventos patrocinados: congressos, seminários, simpósios, reuniões, projetos, campeonatos esportivos, encontros culturais ou esportivos, rodeios, cavalgadas e demais eventos técnicos, científicos, culturais, desportivos ou de outra natureza, com relevância e interesse público.

Art. 5º O patrocínio poderá ser realizado mediante cotas ou de forma exclusiva e/ou contemplar ações específicas de interesse público do Município.

§ 1º A aplicação da marca/nome do patrocinador em materiais promocionais ou em peças de divulgação do projeto, ação, atividade ou evento patrocinado configura dever mínimo do patrocinado e direito básico do patrocinador.

§ 2º A publicidade do objeto de patrocínio deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou agentes públicos.

Art. 6º Não são considerados patrocínio para fins desta Lei:

I – projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículo de divulgação, com entrega em espaços publicitários;

II – a permuta de materiais, produtos ou serviços pela divulgação de conceito de posicionamento e/ou exposição de marca sem associação com o projeto patrocinado;



MUNICÍPIO DE MARICÁ

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

III – 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;

IV – o aporte financeiro a projeto de transmissão de evento executado por veículos de divulgação;

V – a ação compensatória decorrente de obrigação legal do patrocinador;

VI – 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;

VII – 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.

Parágrafo único. Os casos não previstos serão analisados e decididos pela Comissão Permanente de Patrocínios, em sintonia com o conceito de patrocínio adotado por esta Lei.

Art. 7º A concessão e o recebimento do patrocínio de que trata esta lei observará os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, assegurada ampla transparência quanto às propostas recebidas, aos critérios de seleção e aos resultados obtidos.

Capítulo II

DO PATROCÍNIO CONCEDIDO PELO MUNICÍPIO

SEÇÃO I

Da Concessão e das Finalidades

Art. 8º Fica o Poder Executivo autorizado a conceder patrocínio para:

I – realização de eventos ou projetos, realizados por terceiros, que contribuam para a promoção e o fortalecimento institucional, cultural, turístico, econômico ou social do Município de Maricá de relevância e interesse público e que, preferencialmente, promovam:

- a)** a diversidade étnica e cultural;
- b)** o respeito à igualdade;
- c)** o desenvolvimento humano;
- d)** a garantia de direitos fundamentais;
- e)** o respeito ao meio ambiente, à educação e à cultura;
- f)** o desenvolvimento sustentável.

II – ações ou atividades para desenvolvimento de grupos culturais, vinculados às instituições estabelecidas no Município de Maricá, que participem com atuação destacada em eventos/competições oficiais reconhecidas ou promovidas por entidades legalmente constituídas, ainda que fora da circunscrição municipal.

III – desenvolvimento de atletas ou equipes esportivas, que residam ou estejam sediados no Município de Maricá, e participem com resultados satisfatórios de competições oficiais reconhecidas por Federação ou Confederação legalmente constituídas, ainda que não na circunscrição municipal.



MUNICÍPIO DE MARICÁ

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Art. 9º A concessão de patrocínio terá a finalidade de:

I – fomentar, dentre outros, o incentivo à realização de eventos, atividades, ações ou projetos de interesse público e relevância local, estadual, nacional ou internacional, relacionados às diversas áreas em que o Município atua; e/ou

II – legitimar a atuação do Município perante a iniciativa privada, mediante o apoio à realização de eventos ou atividades econômicas, a fim de gerar reconhecimento ou ampliar relacionamento do patrocinador com a sociedade;

Art. 10. Para a celebração de patrocínio será exigida do patrocinado a apresentação de documentos que comprovem a habilitação jurídica, à regularidade fiscal e outros necessários a demonstrar situações específicas de cada caso concreto.

§ 1º As documentações previstas nesta Lei não impedem a Administração de exigir outros documentos necessários, especialmente aqueles previstos em legislações vigentes.

§ 2º A concessão de patrocínio deverá estar acompanhada de justificativa que demonstre o interesse no segmento patrocinado, da vantajosidade da medida e dos retornos a serem obtidos.

Art. 11. O pagamento dos direitos autorais relativos às obras intelectuais, suas execuções ou apresentações realizadas no âmbito do evento patrocinado será de responsabilidade exclusiva do promotor de evento.

§ 1º Caso o Município venha a ser condenado ao pagamento de direitos autorais, será cabível ação regressiva contra o responsável.

§ 2º O patrocínio deverá prever cláusula específica dispondo sobre a responsabilidade definida no *caput*.

§ 3º O patrocinado deverá manter durante toda a execução as condições de habilitação e qualificação exigidas para celebração do ajuste.

Art. 12. O valor do patrocínio previamente estipulado como encargo do Município é o máximo que será disponibilizado ao evento ou atleta, não havendo a possibilidade de que seja desembolsado valor superior.

Art. 13. O Poder Executivo Municipal poderá destinar, anualmente, até 0,5% do seu orçamento inicial para a execução das ações previstas nesta Lei, observada a disponibilidade financeira e orçamentária de cada exercício.

SEÇÃO II

Dos Procedimentos para Concessão do Patrocínio

Art. 14. O Poder Executivo poderá conceder patrocínio, mediante a publicação de edital de chamamento público.

§ 1º É cabível a realização do chamamento público quando for constatada a viabilidade da comparação entre projetos diversos, todos capazes de promover os fins públicos do Poder Executivo Municipal.

§ 2º Será inexigível o chamamento público, entre outros casos, quando o projeto ou o evento a ser promovido for dotado de singularidade e aspectos exclusivos, tal como a originalidade do conteúdo, notoriedade, especialidade ou caráter inovador que tornem inviável a comparação objetiva.



MUNICÍPIO DE MARICÁ

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

§3º A inexigibilidade de chamamento será ainda possível em casos de inequívoca demonstração mediante atestado de exclusividade, contrato de exclusividade, ou outro documento idôneo capaz de comprovar que a sua prestação exclusiva.

§ 4º Na hipótese de inexigibilidade de chamamento público, a autoridade competente deverá justificar nos autos do processo administrativo e publicar o respectivo extrato no sítio oficial do Município, sem prejuízo da divulgação em outros meios de comunicação.

Art. 15. O edital de chamamento público deverá conter, no mínimo:

- I** – prazo para apresentação das propostas do interessado em receber o patrocínio;
- II** – condições para o recebimento do patrocínio;
- III** – documentação necessária para habilitação do interessado em receber o patrocínio.
- IV** – formas e condições de participação dos interessados;
- V** – valores do patrocínio;
- VI** – critérios objetivos para aprovação das propostas de patrocínio;
- VII** – modelo da proposta de patrocínio;
- VIII** – sanções aplicáveis nos casos de inexecução total ou parcial do objeto;
- IX** – outros critérios, conforme especificidades do objeto.

Art. 16. Os interessados em participar do chamamento público para recebimento de patrocínio deverão apresentar, no momento da inscrição, a documentação exigida no edital, observadas as condições previstas nesta Lei.

§ 1º A documentação mínima exigida deverá conter:

- I** – descrição minuciosa do objeto do patrocínio;
- II** – demonstração da credibilidade e da capacidade gerencial do proponente em realizá-lo;
- III** – demonstração da contribuição do projeto, ação, atividade ou evento para a política pública e de comunicação social do Município;
- IV** – demonstração da viabilidade financeira;
- V** – indicação dos resultados previstos;
- VI** – demonstração da existência de interesse público;
- VII** – contrapartida oferecida ao Município;
- VIII** – outras informações e documentos exigidos pelo Município;
- IX** – plano de trabalho.

§ 2º O responsável pela inscrição deverá, por declaração formal, atestar a veracidade dos documentos e informações apresentadas.



MUNICÍPIO DE MARICÁ

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Subseção I

Da Habilitação ao Patrocínio – Pessoa Jurídica

Art. 17. As pessoas jurídicas interessadas em obter patrocínio do Município deverão apresentar no mínimo os seguintes documentos junto ao Protocolo Geral do Poder Executivo:

- I** – proposta de patrocínio;
- II** – certidão de registro e arquivamento dos atos constitutivos;
- III** – ata ou documento formal de designação da diretoria em exercício;
- IV** – estatuto, regulamento ou compromisso da instituição, registrados em cartório;
- V** – RG e CPF do representante legal;
- VI** – alvará de funcionamento;
- VII** – prova de regularidade com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede da pessoa jurídica, ou outra equivalente, na forma da lei;
- VIII** – certidão negativa de débito junto ao INSS;
- IX** – certidão de regularidade com o FGTS;
- X** – cartão do CNPJ;
- XI** – regulamento das atividades culturais, quando for o caso;
- XII** – regulamento do evento, quando for o caso;
- XIII** – regulamento da competição esportiva, quando for o caso;
- XIV** – relatório de desempenho e resultados obtidos na área de atuação em que pretende obter patrocínio;
- XV** – a inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede da pessoa jurídica, pertinente ao seu ramo de atividade;
- XVI** – a regularidade perante a Justiça do Trabalho;
- XVII** – o cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal;
- XVIII** – certidão negativa de feitos sobre falência expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica;
- XIX** – outros que a Administração entender necessários.

Parágrafo único. A pessoa jurídica patrocinada deverá manter durante toda a execução todas as condições de habilitação e qualificação exigidas.

Art. 18. Somente a pessoa jurídica que detém a responsabilidade legal pela iniciativa e realização do evento poderá apresentar a proposta de patrocínio.

Subseção II

Da Habilitação ao Patrocínio – Pessoa Física

Art. 19. As pessoas físicas interessadas em obter patrocínio do Município deverão apresentar no mínimo:

- I** – proposta de patrocínio fundamentada;
- II** – comprovante de inscrição e recolhimento da taxa do evento, quando aplicável;



MUNICÍPIO DE MARICÁ

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

III – documento que ateste que a competição/evento é reconhecida por Federação ou Confederação, quando aplicável;

IV – documento de identificação;

V – CPF;

VI – comprovante de residência;

VII – prova de regularidade perante a Fazenda federal, estadual e/ou municipal do domicílio ou sede da pessoa física, ou outra equivalente, na forma da lei;

VIII – prova de regularidade perante a Seguridade Social e trabalhista;

IX – certidão negativa de insolvência civil

X – certidão de regularidade junto à Justiça Eleitoral;

XI – currículo específico da área de atuação;

XII – cronograma das atividades, quando aplicável;

XIII – outros que a Administração entender necessários.

§ 1º Quando o interessado for menor de 18 anos, a documentação deverá ser apresentada em nome do representante legal, acompanhada de certidão de nascimento, casamento, adoção, guarda, tutela ou outro meio legal.

§ 2º A pessoa física patrocinada deverá manter durante toda a execução todas as condições de habilitação e qualificação exigidas.

Seção III

Da Avaliação da Proposta de Patrocínio

Art. 20. A Comissão Permanente de Patrocínios analisará de forma fundamentada as propostas para concessão de patrocínio, emitindo parecer conclusivo pela aprovação ou rejeição.

§ 1º Para tanto, considerará, dentre outros critérios:

I – consonância do objeto do patrocínio ao disposto no art. 8º desta Lei;

II – credibilidade e capacidade técnica do proponente;

III – contribuição da proposta para os objetivos do patrocínio;

IV – valor da proposta;

V – resultados previstos;

VI – repercussão geográfica e populacional da ação;

VII – expectativa de contribuição da ação;

VIII – contribuição efetiva para o desenvolvimento econômico, social ou ambiental do Município.

§ 2º A Comissão poderá solicitar ajustes na proposta apresentada ou complementação de documentos a qualquer tempo.



MUNICÍPIO DE MARICÁ

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Seção IV

Das Vedações

Art. 21. É vedada a concessão de patrocínio pelo Poder Público quando:

I – pessoas físicas ou jurídicas declaradas inidôneas ou impedidas de contratar com a Administração Pública, ou que possuam débitos fiscais ou outras irregularidades junto ao Município;

II – tenham sido condenadas judicialmente, com trânsito em julgado, nos 5 anos anteriores à divulgação do edital, por exploração de trabalho infantil, submissão a trabalho escravo ou contratação ilegal de adolescentes;

III – não estejam regularmente constituídas ou em funcionamento;

IV – organizados por servidores públicos municipais ou respectivas associações;

V – relacionados a entidades político-partidárias ou religiosas;

VI – que agredam o meio ambiente, a saúde ou violem normas de posturas do Município;

VII – utilizem nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

Art. 22. O Município não patrocinará eventos ou projetos de pessoas físicas ou jurídicas de direito privado, ou que sejam organizados por estes, cujo titular, administrador, gerente, acionista, sócio ou associado seja servidor público ou agente político municipal, incluindo vereadores, seus cônjuges ou parentes consanguíneos ou por afinidade até o 3º (terceiro) grau.

Capítulo III

DA ALOCAÇÃO DE RECURSOS DE TERCEIROS MEDIANTE PATROCÍNIO A SER RECEBIDO PELO MUNICÍPIO

Art. 23. Fica o Poder Executivo autorizado a receber patrocínio quando houver interesse de terceiros em alocar recursos na realização de projetos, eventos, ações ou atividades promovidas pelo Município.

§ 1º O Município poderá receber patrocínio de pessoa física ou jurídica de direito público ou privado, com ou sem fins lucrativos.

§ 2º O recebimento de patrocínio deverá estar acompanhado de justificativa que demonstre o interesse no segmento patrocinado, da vantajosidade da medida e dos retornos a serem obtidos.

Art. 24. A seleção para o recebimento de patrocínio será realizada mediante a publicação de edital de chamamento público.

§ 1º O edital conterá, no mínimo:

I – data prevista para realização do projeto ou evento;

II – formas e condições de participação dos interessados;

III – valores do patrocínio;

IV – período para apresentação das propostas, de no mínimo 15 (quinze) dias;

V – prazo para análise das propostas;



MUNICÍPIO DE MARICÁ

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

- VI** – critérios de aprovação;
- VII** – sanções aplicáveis nos casos de inexecução total ou parcial do objeto;
- VIII** – documentação necessária para habilitação de pessoa física;
- IX** – documentação necessária para habilitação de pessoa jurídica;
- X** – modelo da proposta de patrocínio;
- XI** – outros critérios, conforme especificidades do objeto.

§ 2º O aviso do edital será publicado no sítio eletrônico oficial do Município.

Art. 25. É permitida, desde que associados à ação ou projeto patrocinado, a divulgação dos patrocinadores em eventos públicos promovidos pelo Município, como forma de reconhecimento institucional, nos espaços, mídias e formatos previamente autorizados pela Administração Pública

§ 1º A exposição da marca, símbolo, serviço ou produto do patrocinador considerará a pertinência e proporcionalidade do patrocínio oferecido.

§ 2º Poderá haver tratamento diferenciado entre os patrocinadores de acordo com o montante de recursos destinados, desde que respeitados os princípios da impessoalidade e transparência.

§ 3º Para patrocínios de valores equivalentes, a divulgação será realizada de forma igualitária.

Art. 26. Não será condição obrigatória que o patrocinador tenha vinculação direta com a área de atuação do projeto ou do evento.

Art. 27. As propostas para recebimento de patrocínio pelo Município serão analisadas pela Comissão Permanente de Patrocínios, com base nos seguintes critérios:

- I** – atendimento aos requisitos do edital;
- II** – valor do patrocínio;
- III** – consonância à estratégia de comunicação social da administração municipal.

Parágrafo único. A Comissão poderá solicitar ajustes na proposta ou complementação de documentos.

Art. 28. Após análise dos documentos apresentados, a Comissão emitirá, no prazo de 10 (dez) dias, parecer conclusivo acerca da aceitação ou não da proposta.

Art. 29. É vedado ao Município receber patrocínio de pessoas físicas ou jurídicas que se enquadrem nas hipóteses de impedimento, inidoneidade ou em outras normas aplicáveis, ou que possuam débito fiscal ou outras irregularidades junto ao Município.

Art. 30. Aplicam-se ao recebimento de patrocínio pelo Poder Público Municipal as vedações dispostas nos artigos 21 e 22 desta Lei.

Capítulo IV

DAS CONTRAPARTIDAS

Art. 31. A contrapartida do Poder Executivo Municipal, nos instrumentos em que figurar como patrocinado, consistirá exclusivamente em ações de divulgação e promoção da marca do patrocinador, tais como:



MUNICÍPIO DE MARICÁ

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

I – inclusão da logomarca do patrocinador em materiais institucionais, banners e mídias digitais;

II – menção ao patrocinador em peças de comunicação e nos eventos promovidos;

III – outras formas de reconhecimento público, observada a vedação à promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

Parágrafo único. É vedado ao Município repassar recursos financeiros, doar bens, ou ceder direitos sobre serviços e bens públicos a título de contrapartida.

Art. 32. O patrocinado que receber recursos públicos assumirá, além da realização do projeto ou evento, as contrapartidas que lhe couberem, entre elas:

I – veiculação de publicidade com a divulgação do patrocinador, por material impresso ou digital, relacionado ao projeto ou evento;

II – disponibilização de tempo e espaço em evento ou atividade para a apresentação de palestras ou vídeos institucionais;

III – entrega de credenciais ou convites ao patrocinador, em quantidade previamente estabelecida;

IV – outras compensações previstas em regulamento.

§ 1º É requisito do patrocínio a associação da marca, símbolo, produto ou serviço do patrocinador ao patrocinado ou ao evento patrocinado.

§ 2º A veiculação da marca institucional da Administração Pública observará os símbolos oficiais, sem caracterizar promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

§ 3º Todas as despesas relativas às contrapartidas ficarão a cargo do patrocinado.

Capítulo V

DA FORMALIZAÇÃO DO PATROCÍNIO

Art. 33. Após a aprovação pela Administração Pública Municipal, as partes deverão realizar a assinatura do instrumento de patrocínio no prazo de até 10 (dez) dias.

Art. 34. O instrumento de patrocínio deverá conter, no mínimo:

I – identificação e qualificação das partes;

II – objeto e seus elementos característicos;

III – forma de execução;

IV – valor e condições de pagamento;

V – prazos de execução;

VI – crédito orçamentário correspondente;

VII – direitos e responsabilidades das partes, penalidades e multas;

VIII – hipóteses de rescisão;

IX – indicação do fiscal da relação jurídica;

X – reconhecimento dos direitos da Administração em caso de rescisão administrativa;

XI – vinculação ao edital, quando aplicável;



MUNICÍPIO DE MARICÁ

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

XII – forma de prestação de contas;

XIII – legislação aplicável;

XIV – a obrigação de manter, durante toda a execução da relação jurídica, em compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, todas as condições exigidas para a habilitação na licitação, ou para a qualificação, nos casos de inexigibilidade;

§ 1º A proposta de patrocínio aprovada integrará o instrumento correspondente.

§ 2º O Plano de Trabalho, contendo detalhamento das atividades, cronograma, orçamento e contrapartidas, integra o instrumento de patrocínio e é condição obrigatória para a sua celebração.

Art. 35. Os valores do patrocínio não utilizados na execução integral do objeto deverão ser devolvidos ao Município de Maricá no prazo máximo de 30 (trinta) dias após a prestação de contas.

Parágrafo único. A devolução dos recursos dar-se-á de forma proporcional e atualizada, conforme regulamentação definida pelo Poder Executivo.

Capítulo VI

DA PRESTAÇÃO DE CONTAS

Art. 36. No prazo de 30 (trinta) dias do término da relação jurídica, o patrocinado que receber recursos públicos estará obrigado a prestar contas.

Parágrafo único. A prestação de contas deverá comprovar:

I – aplicação dos recursos;

II – ações realizadas;

III – resultados atingidos;

IV – o cumprimento das contrapartidas pactuadas pelo patrocinado.

Art. 37. Quando receber patrocínio, o Município deverá elaborar prestação de contas no prazo de 30 (trinta) dias após a realização do projeto ou evento, contendo:

I – aplicação dos recursos recebidos;

II – ações realizadas;

III – resultados obtidos;

IV – comprovação das contrapartidas prestadas.

Art. 38. A prestação de contas formará processo administrativo próprio e conterá:

I – ofício dirigido à Chefia da Pasta com dados identificadores do instrumento de patrocínio;

II – cópia do instrumento de patrocínio e alterações;

III – cópia da proposta de patrocínio;

IV – relação de pagamentos, acompanhada das notas fiscais originais;

V – comprovação dos meios de divulgação empregados;

VI – comprovação dos resultados obtidos;

VII – outros documentos previstos no instrumento de patrocínio.



MUNICÍPIO DE MARICÁ

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Parágrafo único. A Administração Pública Municipal deverá analisar e emitir parecer conclusivo sobre a prestação de contas apresentada pelo patrocinado no prazo máximo de 60 (sessenta) dias, prorrogável, de forma justificada, uma única vez por igual período.

Art. 39. O não cumprimento do dever de prestar contas, ou a reprovação das contas, implicará:

- I – restituição integral dos valores recebidos, devidamente atualizados;
- II – impossibilidade de celebrar novos instrumentos de patrocínio com o Município até a regularização;
- III – comunicação aos órgãos de controle competentes.

Parágrafo único. As sanções não afastam outras responsabilidades civis, administrativas ou penais.

Capítulo VII

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 40. O Poder Executivo disponibilizará, em meio digital de acesso público, relatório anual contendo os valores destinados a patrocínios, as propostas selecionadas, os proponentes contemplados e os resultados obtidos.

Art. 41. As ações de comunicação decorrentes dos instrumentos de patrocínio devem obedecer às disposições do art. 37, § 1º, da Constituição Federal.

Art. 42. A efetivação das disposições desta Lei que demandem regulamentação decorrerão de ato do Chefe do Poder Executivo.

Art. 43. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, revogando-se todas as disposições em contrário.

GABINETE DO PREFEITO DO MUNICIPAL DE MARICÁ, Estado do Rio de Janeiro, RJ, em 4 de novembro de 2025.

WASHINGTON LUIZ CARDOSO SIQUEIRA
PREFEITO DO MUNICÍPIO DE MARICÁ