



PROJETO DE LEI° _____ DE 2025.

(Da Sra. Caroline De Toni)

Altera a Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016, para estabelecer critérios técnicos, econômicos e de governança para a celebração de contratos de patrocínio por empresas estatais, com vistas à transparência, eficiência e prevenção de desvios de finalidade no uso de recursos públicos.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016, passa a vigorar acrescida dos seguintes arts. 1º-A e 1-B:

“Art. 1º-A. Os patrocínios realizados por empresas estatais e sociedades de economia mista da União, Estados, Distrito Federal e Municípios, dependerão de:

I – estudo técnico prévio, que demonstre:

- a) viabilidade econômica, incluindo, no mínimo, a projeção de retorno sobre o investimento, com metodologia reconhecida pelo mercado, análise de custo-benefício comparada a alternativas de investimento e impacto esperado nos resultados da empresa estatal;
- b) objetivo comerciais, com metas quantificáveis claras;
- c) análise de risco à imagem institucional, para que o desembolso não tenha como beneficiários agentes políticos.

II – aprovação pelo Conselho de Administração, que autoriza o patrocínio, com:

- a) votação nominal, com divulgação pública dos votos individuais; e



b) maioria qualificada de dois terços para patrocínios com valor individual igual ou superior a R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais), reajustados pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo, ou outro que vier a substituir, apurado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística;

§1º Patrocínio é um apoio financeiro, material ou serviços, concedido a projetos, eventos, atividades ou indivíduos, mediante contrapartida de visibilidade institucional, publicitária ou reputacional em favor da empresa pública.

III – avaliação pós-patrocínio, a ser realizada no prazo máximo de seis meses após o desembolso, contendo:

- a) laudo técnico elaborado por avaliador independente contratado por meio de licitação;
- b) comparação entre os resultados alcançados e as metas previamente previstas no estudo técnico.

IV – transparência total, por meio da divulgação em portal eletrônico público dos seguintes documentos:

- a) o estudo técnico prévio;
- b) a ata de aprovação do inciso II, com os votos de cada conselheiro;
- c) o laudo de avaliação final;
- d) a prestação de contas.

§ 2º É vedado o fracionamento de despesas para burlar os limites e exigências previstas neste artigo.

Art. 1º-B. É vedado às empresas estatais e sociedades de economia mista que operam em regime de monopólio a realização de despesas com patrocínio.

Parágrafo único. Na hipótese de empresa estatal que opera em regime de monopólio apenas parcialmente, fica autorizada a realização de patrocínios vinculados exclusivamente aos produtos e serviços ofertados em regime de concorrência.

Art. 2º A Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016, passa a vigorar com as seguintes alterações:



“Art.

27.....

§3º A empresa pública e a sociedade de economia mista poderão celebrar convênio ou contrato de patrocínio com pessoa física ou jurídica para promoção de atividades culturais, sociais, esportivas, educacionais e de inovação tecnológica, desde que observados os requisitos técnicos, econômicos e de governança previstos nos arts. 1º-A e 1º-B desta Lei, bem como as normas de licitação e contratos desta Lei.” (NR)

“Art.

30

§ 4º A contratação direta para fins de patrocínio, nos termos da alínea “e” do inciso II do caput, não isenta a empresa estatal e a sociedade de economia mista do cumprimento dos requisitos de estudo técnico, aprovação colegiada e avaliação previstos no art. 1º-A desta Lei.” (NR)

“Art. 93

§ 3º No caso da empresa pública dependente, é vedada a ampliação do limite previsto no caput nos termos no § 1º.

§4º Na hipótese prevista no parágrafo único do art. 1º-B, o percentual previsto no caput deste artigo deverá ser calculado exclusivamente sobre as receitas dos produtos e serviços que são ofertados em regime de concorrência.

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O presente projeto visa corrigir uma das mais recorrentes distorções na governança das empresas estatais brasileiras: o uso político, ideológico ou economicamente injustificado de recursos públicos por meio de patrocínios. A proposta estabelece requisitos objetivos, técnicos e transparentes para que o patrocínio seja instrumento de comunicação institucional legítimo, e não um



canal informal de transferência de recursos a aliados ou projetos desconectados da missão empresarial da estatal.

A iniciativa está integralmente alinhada às Diretrizes da OCDE sobre Governança Corporativa de Empresas Estatais, especialmente nos seguintes pontos:

Primeiro, promove a separação clara entre objetivos comerciais e interesses políticos (Diretriz II.2), ao impedir que estatais direcionem recursos a finalidades partidárias, exigindo análise de risco reputacional e vedando vínculos com agentes políticos.

Segundo, fortalece a função ativa e responsável do conselho de administração (Diretriz VI.2), exigindo maioria qualificada para patrocínios vultosos e votação nominal com publicidade dos votos, conforme recomendação de que conselhos atuem como guardiões da integridade das decisões estratégicas.

Terceiro, assegura transparência, prestação de contas e acesso à informação (Diretriz V), por meio da publicação obrigatória de estudos técnicos, atas, laudos de avaliação e prestação de contas, garantindo accountability e controle social.

Quarto, institui mecanismos de avaliação de desempenho e efetividade (Diretriz VII), impondo avaliação pós-patrocínio com verificação independente do cumprimento das metas, promovendo uma cultura de mensuração de resultados que hoje é inexistente na maioria dos casos de patrocínio estatal.

Por fim, veda a realização de despesas com publicidade e patrocínio no caso de empresas estatais e sociedades de economia mista que operam em regime de monopólio. Tais despesas se justificam na medida que a empresa precisa competir no mercado, com outras empresas, por consumidores. Dessa forma, no caso de empresas monopolísticas, não é racional a realização de gastos dessa natureza. Da mesma forma, é proposto que o limite de gastos de publicidade de empresas que operam parcialmente em regime de monopólio, os limites sejam ajustados ao faturamento percebido com os produtos e serviços oferecidos em regime de competição.

A necessidade dessa regulamentação é reforçada por casos concretos de abusos recentes, que demonstram a fragilidade do modelo atual. Em 2025, os Correios, mesmo em grave crise financeira, gastaram 38 milhões de reais em patrocínios, incluindo 6 milhões no festival Lollapalooza. O problema se



agrava quando se verifica que diversas estatais operam com prejuízo, como é o caso dos Correios. Em 2024, o rombo das estatais federais atingiu 6,7 bilhões de reais, sendo que parte desse déficit deriva de gastos alheios à finalidade empresarial, como o patrocínio aqui descrito.

Diante desse quadro, o projeto propõe um marco normativo que resgata a racionalidade econômica, reforça os mecanismos de governança corporativa e estabelece limites técnicos, éticos e financeiros ao patrocínio com recursos públicos. Trata-se de uma medida urgente para proteger o interesse público, preservar a missão institucional das estatais e fortalecer a integridade do gasto público no Brasil.

Sala das Sessões, em ____/____/____.

Deputada Caroline de Toni
PL/SC

