



SENADO FEDERAL
GABINETE DO SENADOR CLEITINHO
PROJETO DE LEI Nº , DE 2024

Altera a Lei 13.303 de 30 de junho de 2016 para definir parâmetros de despesas com publicidade e patrocínio.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º O Art. 93 da Lei 13.303 de 30 de junho de 2016 passa a vigorar com o seguinte texto:

“Art. 93. As despesas com publicidade e patrocínio da empresa pública e da sociedade de economia mista não ultrapassarão, em cada exercício, o limite de 0,1% (um décimo por cento) da receita operacional bruta do exercício anterior.

§ 1º O limite disposto no caput poderá ser ampliado, até o limite de 0,5% (cinco décimos por cento) da receita bruta do exercício anterior, por proposta da diretoria da empresa pública ou da sociedade de economia mista justificada com base em parâmetros de mercado do setor específico de atuação da empresa ou da sociedade e aprovada pelo respectivo Conselho de Administração, exclusivamente caso a empresa esteja em mercado com pelo menos 3 competidores.

§ 2º É vedado à empresa pública e à sociedade de economia mista realizar, em ano de eleição despesas com publicidade e patrocínio que excedam a média dos gastos nos 3 (três) últimos anos que antecedem o pleito ou no último ano imediatamente anterior à eleição.

§ 3º É vedada à empresa pública e à sociedade de economia mista assinar novos contratos de patrocínio e publicidade caso apresente prejuízo líquido no exercício anterior.

§ 4º As despesas descritas no caput não poderão crescer em termos nominais no exercício que o setor público apresentar déficit primário e no exercício seguinte.”

Art. 2º A Lei 13.303 de 30 de junho de 2016 passa a vigorar com o acréscimo do seguinte Art. 93-A:





SENADO FEDERAL
GABINETE DO SENADOR CLEITINHO

“Art. 93-A É vedado o uso da marca de governo, logotipo ou identidade visual que associe ao governo eleito em publicidade ou patrocínio da empresa estatal.”

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

JUSTIFICAÇÃO

A lei 13.303 de 2016 que dispõe sobre o estatuto jurídico das empresas públicas e das sociedades de economia mista define como função social o atendimento da sua finalidade pública específica e deve levar em conta os padrões de eficiência exigidos das sociedades empresárias atuantes no mercado.

Diferentemente de uma empresa privada, na qual o dono tem liberdade para escolher onde investir e onde gastar o resultado do empreendimento, a empresa pública deve servir ao interesse específico definido na lei de criação. Outra diferença marcante é a presença de estatais em mercados monopolistas por natureza ou por força de regulação.

Estes dois pontos são muito importantes para justificar esta proposta pois ambos justificam o uso com muito critério e parcimônia do recurso público que transita pelo CNPJ da empresa em publicidade, propaganda e patrocínio.

Imbuído desta visão sugerimos limites nestas despesas quando a empresa é lucrativa e vedação se a empresa for deficitária.

Cientes da importância do tema contamos com o apoio dos pares para disciplinar o uso consciente dos recursos públicos.





SENADO FEDERAL
GABINETE DO SENADOR CLEITINHO

Sala das Sessões,

Senador CLEITINHO
REPUBLICANOS - MG

