



ESTADO DO ACRE

Diário Oficial

CARLOS CEZAR DE SANTANA-21670080234 Assinado de forma digital por CARLOS CEZAR DE SANTANA-21670080234
Dados: 2025.05.30 07:45:53 -05'00'

ASSINATURA DIGITAL

Sexta-feira, 30 de Maio de 2025

www.diario.ac.gov.br

Ano LVIII - nº 14.033

487 Páginas

SUMÁRIO

GOVERNADORIA DO ESTADO	3
SECRETARIAS DE ESTADO	15
AUTARQUIAS	135
FUNDAÇÕES PÚBLICAS	146
MINISTÉRIO PÚBLICO	151
MUNICIPALIDADE	152
DIVERSOS	481

GOVERNADORIA DO ESTADO

GABINETE DO GOVERNADOR

ESTADO DO ACRE

DECRETO Nº 11.699, DE 29 DE MAIO DE 2025

Dispõe sobre o recebimento de patrocínio pelo Poder Executivo.

O GOVERNADOR DO ESTADO DO ACRE, no uso da atribuição que lhe confere o art. 78, inciso VI, da Constituição do Estado do Acre, DECRETA:

Art. 1º Ficam estabelecidas as disposições relacionadas ao recebimento de patrocínio pelo Poder Executivo.

Art. 2º Para os fins deste Decreto, considera-se:

I - administração pública estadual patrocinada: órgãos e entidades do Poder Executivo estadual que recebem o patrocínio;

II - patrocínio passivo: suporte financeiro concedido por pessoa física ou jurídica, de direito público ou privado, com ou sem fins lucrativos, a projetos, atividades ou eventos de iniciativa da administração pública estadual patrocinada, com o objetivo de viabilizar ou incrementar sua realização, mediante contrato que preveja contrapartidas de exposição da marca ou nome do patrocinador, sem caracterizar promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

III - patrocinador: pessoa física ou jurídica, de direito público ou privado, que aporta recursos financeiros, em caráter definitivo, a projetos ou eventos da administração pública estadual patrocinada;

IV - projeto ou evento patrocinado: conjunto de ações, atividades, congressos, seminários, simpósios, reuniões, projetos técnicos, científicos, culturais, desportivos, sociais, ambientais ou de outra natureza, promovidos pela administração pública estadual patrocinada;

V - proposta de patrocínio: documento apresentado pelo potencial patrocinador ou elaborado pela administração pública estadual patrocinada, em hipótese de chamamento público, contendo informações detalhadas sobre o projeto ou evento a ser patrocinado, justificativas, objetivos, características, público-alvo, metodologias de execução, cotas de participação, contrapartidas oferecidas ou esperadas, e demais condições;

VI - contrato de patrocínio passivo: instrumento jurídico bilateral de natureza atípica, celebrado entre o patrocinador e a administração pública estadual patrocinada, que estabelece os direitos e obrigações das partes, incluindo o objeto do patrocínio, o valor ou natureza dos recursos aportados, as contrapartidas, os prazos e as demais condições para a efetivação do patrocínio;

VII - contrapartida: conjunto de ações, direitos ou benefícios oferecidos pela administração pública estadual patrocinada ao patrocinador em retribuição ao patrocínio recebido, tais como:

a) divulgação da marca ou nome do patrocinador em materiais gráficos, digitais, audiovisuais ou em outros meios de comunicação relacionados ao projeto ou evento patrocinado;

b) concessão de direitos de nome para eventos públicos;

c) permissão para a realização de ações institucionais ou promocionais pelo patrocinador durante o projeto ou evento patrocinado, desde que compatíveis com a natureza e os objetivos do mesmo e com o interesse público;

d) disponibilização de cotas de convites, ingressos, credenciais ou acessos especiais ao projeto ou evento patrocinado, para distribuição pelo patrocinador ao seu público de interesse, em quantidade previamente estabelecida e proporcional ao patrocínio;

e) autorização para uso, pelo patrocinador, de nomes, marcas, símbolos, slogans, conceitos e imagens do projeto ou evento patrocinado em suas próprias

ações de comunicação, desde que previamente aprovado pela administração pública estadual patrocinada;

f) menção ao patrocinador em cerimônias, discursos ou comunicados oficiais relacionados ao projeto ou evento patrocinado;

VIII - chamamento público: procedimento administrativo destinado a selecionar, de forma isonômica e transparente, propostas de patrocínio de interesse em apoiar projetos ou eventos da administração pública estadual patrocinada, mediante critérios objetivos previamente estabelecidos em edital;

IX - Comissão Especial de Seleção de Patrocínio: colegiado formado por, no mínimo, 3 (três) servidores públicos, designados pelo dirigente máximo do órgão ou entidade da administração pública estadual patrocinada, com a competência de analisar, avaliar, selecionar ou indeferir propostas de patrocínio, bem como conduzir os procedimentos de chamamento público, quando for o caso;

X - direitos de nome: modalidade de contrapartida em que se concede ao patrocinador o direito de associar seu nome ou marca à denominação oficial de um evento público específico, por período determinado, mediante as condições estabelecidas em contrato.

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

I - doações de bens, valores ou serviços realizados a título gratuito, sem qualquer contrapartida de divulgação ou associação da imagem do doador, ou quando este optar pelo anonimato;

II - ações compensatórias decorrentes de obrigações legais, termos de ajustamento de conduta, decisões judiciais ou outras formas de cumprimento de deveres preexistentes por parte do particular;

III - convênios, termos de colaboração, termos de fomento ou outros instrumentos de parceria regidos por legislação específica;

IV - contratos de publicidade tradicional, nos quais o objeto principal seja a aquisição de espaço publicitário em veículos de comunicação da administração pública estadual patrocinada.

Art. 4º O recebimento de patrocínio deve se pautar pela estrita observância aos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência, economicidade, isonomia, julgamento objetivo, transparência, razoabilidade, proporcionalidade, supremacia do interesse público e vinculação ao instrumento convocatório, quando houver

Art. 5º O recebimento de patrocínio pode ocorrer por meio de:

I - chamamento público, como regra geral;

II - seleção direta, nas hipóteses de dispensa ou inexistência de chamamento público, nos termos deste Decreto.

Art. 6º A seleção de patrocinadores para projetos ou eventos da administração pública estadual patrocinada deve ser realizada, preferencialmente, por meio de chamamento público, a ser promovido pelo órgão ou entidade interessada, visando à garantia da igualdade de condições a todos os interessados e da seleção da proposta mais vantajosa para a Administração.

Parágrafo único. Fica autorizada a opção pelo recebimento de patrocínio de diversas pessoas, físicas ou jurídicas, destinadas a apoiar um mesmo evento nos termos estabelecidos na proposta de patrocínio.

Art. 7º O edital de chamamento público deve conter, no mínimo:

I - a descrição detalhada do projeto ou evento a ser patrocinado, incluindo seus objetivos, público-alvo, cronograma de realização e relevância para o interesse público;

II - a especificação das cotas de patrocínio disponíveis, se houver, com os res-

pectivos valores de referência, e as contrapartidas correspondentes a cada cota;
III - as datas, os prazos, as condições, o local e a forma de apresentação das propostas pelos interessados;

IV - os critérios objetivos para a seleção e o julgamento das propostas, incluindo a metodologia de pontuação, se aplicável, e o peso atribuído a cada critério;

V - a documentação exigida para habilitação jurídica, fiscal e trabalhista do proponente, bem como comprovação de sua regularidade perante a fazenda pública estadual e o sistema de seguridade social;

VI - as condições para interposição de recursos administrativos e os respectivos prazos;

VII - a minuta do contrato de patrocínio passivo;

VIII - as sanções administrativas aplicáveis em caso de descumprimento das obrigações pelo patrocinador;

IX - a designação da Comissão Especial de Seleção de Patrocínio responsável pela condução do certame;

X - o prazo de validade das propostas.

§ 1º O edital deve prever que o patrocínio seja efetivado através de aporte financeiro, admitindo-se, em caráter excepcional, mediante justificativa, o fornecimento de bens ou prestação de serviços economicamente mensuráveis.

§ 2º A exposição da marca ou símbolo do patrocinador deve considerar a pertinência e a proporcionalidade do patrocínio oferecido em relação ao projeto ou evento e às contrapartidas.

Art. 8º O edital de chamamento público deve ser publicado no Diário Oficial do Estado - DOE e no sítio eletrônico oficial do órgão ou entidade da administração pública estadual patrocinada e, se necessário, a critério da Administração, em outros meios que ampliem a divulgação, com antecedência mínima de 5 (cinco) dias úteis do evento patrocinado.

Art. 9º O edital de chamamento público deve conter critérios objetivos para julgamento das propostas, podendo considerar:

I - a maior vantagem econômica ou material para a administração pública estadual patrocinada;

II - a qualidade técnica da proposta de patrocínio e sua aderência aos objetivos do projeto ou evento;

III - a reputação e a idoneidade do proponente;

IV - a exequibilidade das ações propostas pelo patrocinador, quando for o caso;

V - a compatibilidade da imagem e dos valores do proponente com os do projeto ou evento e com os da administração pública estadual;

VI - a experiência anterior do proponente em patrocínios de natureza similar, se relevante para o objeto.

Art. 10. Cabe à Comissão Especial de Seleção de Patrocínio, designada pelo dirigente máximo do órgão ou entidade da administração pública estadual patrocinada:

I - elaborar ou revisar o edital de chamamento público;

II - receber, analisar e julgar as propostas de patrocínio, com base nos critérios estabelecidos no edital;

III - realizar diligências para esclarecer ou complementar a instrução processual, se necessário;

IV - classificar as propostas e emitir parecer fundamentado sobre o resultado do certame;

V - apreciar os recursos administrativos interpostos;

VI - subsidiar a decisão da autoridade competente quanto à homologação do resultado e à celebração do contrato de patrocínio passivo.

Parágrafo único. Fica a Comissão autorizada a solicitar o apoio técnico de outras unidades do órgão ou entidade e de outros órgãos e entidades públicas do Poder Executivo, visando ao subsídio de suas análises, especialmente em relação à avaliação de bens ou serviços oferecidos como patrocínio.

Art. 11. O chamamento público pode ser dispensado ou considerado inexigível, mediante decisão fundamentada do dirigente máximo do órgão ou entidade da administração pública estadual patrocinada.

Art. 12. O chamamento público é inexigível:

I - quando houver inviabilidade de competição, devidamente demonstrada, em especial quando se tratar de proposta de patrocínio apresentada por pessoa física ou jurídica que, por sua natureza singular, suas características exclusivas, ou por ser a única apta a atender às necessidades específicas do projeto ou evento, torne impossível a comparação entre diferentes propostas;

II - para o recebimento de patrocínio de organismos internacionais dos quais o Brasil seja membro, ou de entidades que integrem sua estrutura, bem como de outras entidades públicas, quando a parceria decorrer de acordo ou ajuste específico que justifique a ausência de competição.

Art. 13. O chamamento público é dispensado:

I - em casos de urgência devidamente comprovada, decorrente de fatos imprevistos ou de situações emergenciais, cuja demora na obtenção do patrocínio por meio de chamamento público possa comprometer a realização do projeto ou evento de relevante interesse público, desde que não haja tempo hábil para o procedimento competitivo e que a ausência do patrocínio acarrete prejuízo grave;

II - quando se tratar de proposta de patrocínio espontânea, de valor ou natureza relevante, e a administração pública estadual patrocinada, após análise e prospecção, verificar a ausência de outros interessados em patrocinar o mesmo objeto em condições mais vantajosas, ou quando a abertura de chamamento público puder inviabilizar a concretização da proposta singular vantajosa já apresentada.

Art. 14. A decisão pela inexigibilidade ou dispensa do chamamento público deve ser formalizada em processo administrativo específico, contendo, no mínimo:

I - a justificativa detalhada da inviabilidade ou desnecessidade da competição, com a caracterização da hipótese legal aplicável;

II - a identificação do potencial patrocinador e a descrição da proposta de patrocínio;

III - a demonstração da vantajosidade da proposta para a administração pública estadual patrocinada;

IV - a comprovação da regularidade jurídica, fiscal e trabalhista do patrocinador;

V - o parecer da assessoria jurídica do órgão ou entidade;

VI - a autorização do dirigente máximo do órgão ou entidade.

Parágrafo único. A justificativa de que trata o inciso I do caput deve ser publicada no sítio eletrônico oficial do órgão ou entidade da administração pública estadual patrocinada.

Art. 15. Na hipótese de recebimento de proposta espontânea de patrocínio que não se enquadre nas hipóteses de inexigibilidade e dispensa, mas que possa configurar uma oportunidade vantajosa, o órgão ou entidade da administração pública estadual patrocinada poderá, a seu critério e antes de decidir pela dispensa do chamamento público:

I - analisar a proposta quanto à sua conveniência, oportunidade e alinhamento com os interesses públicos;

II - caso a proposta seja considerada de interesse, dar publicidade à intenção de recebê-la, por meio de aviso em seu sítio eletrônico oficial, concedendo prazo razoável para que outros potenciais interessados possam manifestar interesse em apresentar propostas equivalentes ou mais vantajosas para o mesmo objeto;

III - caso surjam outros interessados, a Administração poderá optar pela realização de chamamento público simplificado ou por outro procedimento que assegure a isonomia e a seleção da melhor proposta.

Art. 16. A definição das contrapartidas deve buscar o equilíbrio entre os interesses do patrocinador em obter visibilidade e os da administração pública estadual patrocinada em promover o projeto ou evento, sempre com foco na maximização do benefício público.

Art. 17. As contrapartidas oferecidas pela administração pública estadual patrocinada ao patrocinador devem ser proporcionais ao valor, natureza e relevância do patrocínio recebido, e estarão limitadas às formas de divulgação e associação de imagem estabelecidas da alínea "b" do inciso VII e no inciso X, ambos do art. 2º, e detalhadas no contrato de patrocínio passivo.

§ 1º É vedada a oferta de contrapartidas que impliquem em qualquer tipo de favorecimento indevido ao patrocinador em outras relações com a administração pública, ou que caracterizem renúncia de receita sem amparo legal, ou que sejam incompatíveis com o interesse público.

§ 2º A administração pública estadual patrocinada deve zelar para que as contrapartidas não descaracterizem a natureza pública do projeto ou evento, nem comprometam sua identidade visual ou seus objetivos institucionais.

Art. 18. A administração pública estadual patrocinada pode conceder ao patrocinador o direito de nome para eventos públicos específicos, como modalidade de contrapartida, com as seguintes condições:

I - a concessão deve estar expressamente prevista no edital de chamamento público, quando houver, ou devidamente justificada no processo de seleção direta;

II - a concessão deve ter prazo determinado, vinculado estritamente à duração do evento ou a um período específico definido em contrato, não podendo gerar direitos permanentes sobre a denominação de espaços ou equipamentos públicos;

III - a associação do nome ou marca do patrocinador deve ser feita de forma clara, mas sem prejuízo à identificação do caráter público e institucional do evento;

IV - a escolha do nome ou marca a ser associado ao evento deve ser aprovada pela administração pública estadual patrocinada, que poderá recusar propostas consideradas inadequadas, ofensivas, ou que atentem contra o interesse público.

Art. 19. Fica expressamente vedada a utilização de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos nas ações de divulgação do patrocínio e nas contrapartidas.

Art. 20. Não pode ser admitida como patrocinadora, pessoa física ou jurídica que:

I - não esteja regularmente constituída ou que possua pendências significativas em sua habilitação jurídica;

II - esteja em débito com as fazendas públicas federal, estadual ou municipal, ou com o sistema de seguridade social, salvo se a exigibilidade estiver suspensa;

III - tenha sido declarada inidônea para licitar ou contratar com a administra-

ção pública, em qualquer esfera de governo, enquanto perdurarem os efeitos da sanção;

IV - tenha sido punida com a suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a administração pública do Estado do Acre, durante o prazo da sanção;

V - tenha sido condenada, por decisão transitada em julgado ou proferida por órgão colegiado, pela prática de atos de improbidade administrativa ou crimes contra a administração pública, ou outros crimes que, pela sua natureza, demonstrem inidoneidade para contratar com o poder público;

VI - figure no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas - CEIS ou no Cadastro Nacional de Empresas Punidas - CNEP;

VII - apresente, em relação ao objeto do patrocínio ou ao órgão ou entidade patrocinado, conflito de interesses insuperável, que não possa ser mitigado por medidas adequadas, a critério da Comissão Especial de Seleção de Patrocínio ou da autoridade competente;

VIII - seja concessionária ou permissionária de serviço público estadual, quando o patrocínio puder configurar forma indireta de influenciar decisões regulatórias ou contratuais em seu benefício, ou quando houver vedação expressa no respectivo contrato de concessão ou permissão;

IX - explore atividades consideradas ilegais;

X - produza ou comercialize produtos fumígenos, bebidas alcoólicas em excesso, armas de fogo ou outros produtos cuja publicidade seja restrita ou incompatível com os objetivos do projeto ou evento público a ser patrocinado, a critério da administração pública estadual patrocinada.

Art. 21. É vedado o recebimento de patrocínios cujas contrapartidas impliquem, ainda que indiretamente, em obrigações futuras de contratação do patrocinador para fornecimento de bens, insumos ou serviços.

Art. 22. O recebimento de patrocínio de pessoa física ou jurídica que possua contrato administrativo vigente com o órgão ou entidade da administração pública estadual patrocinada, ou que esteja participando de processo licitatório por ela conduzido, será objeto de análise criteriosa e fundamentada pela Comissão Especial de Seleção de Patrocínio e pela autoridade competente, observando-se, adicionalmente:

I - a necessidade de declaração expressa do patrocinador de que o patrocínio não implica, nem implicará, qualquer tipo de benefício, vantagem ou tratamento privilegiado em relação aos contratos vigentes ou futuros com a administração pública estadual;

II - a vedação de que o patrocínio seja utilizado como forma de influenciar decisões relativas à execução, fiscalização, aditamento ou pagamento dos contratos administrativos existentes;

III - a avaliação rigorosa para evitar qualquer percepção de troca de favores ou de comprometimento da impessoalidade e da moralidade administrativa.

Parágrafo único. Caso, após a análise do caso concreto, a autoridade administrativa competente vislumbre risco de mácula à impessoalidade, à moralidade ou a outros princípios regentes da administração pública, ou potencial influência indevida na gestão de contratos vigentes, deverá indeferir a proposta de patrocínio ou vedar a participação de tais pessoas no chamamento público, mediante decisão fundamentada.

Art. 23. O recebimento de patrocínio deve ser formalizado por meio de contrato de patrocínio passivo, do qual constarão todos os direitos e obrigações das partes, observando-se as disposições deste Decreto e da legislação aplicável.

Art. 24. O contrato de patrocínio passivo deve conter, no mínimo:

I - a identificação e qualificação completa da administração pública estadual patrocinada e do patrocinador;

II - a descrição clara e precisa do objeto do patrocínio, incluindo o projeto ou evento a ser patrocinado;

III - o valor do patrocínio, a forma e o cronograma de repasse dos recursos financeiros;

IV - as contrapartidas a serem oferecidas pela administração pública estadual patrocinada, com a especificação de suas características, prazos e formas de execução;

V - o prazo de vigência do contrato, compatível com a execução do objeto e das contrapartidas;

VI - as responsabilidades de cada parte;

VII - as condições para alteração, rescisão e extinção do contrato;

VIII - as sanções administrativas aplicáveis em caso de inadimplemento total ou parcial das obrigações contratuais, garantido o contraditório e a ampla defesa;

IX - a obrigação de manutenção, pelo patrocinador, durante toda a execução do contrato, das condições de habilitação e qualificação exigidas;

X - o foro competente para dirimir eventuais controvérsias decorrentes do contrato.

Art. 25. As minutas de editais de chamamento público e dos contratos de patrocínio passivo de que trata este decreto deverão ser previamente examinadas e aprovadas pela Procuradoria-Geral do Estado - PGE, no âmbito de suas competências legais e regimentais.

Art. 26. O dirigente máximo do órgão ou entidade da administração pública estadual patrocinada deve designar formalmente um gestor e um fiscal para

cada contrato de patrocínio passivo, competindo-lhes acompanhar e fiscalizar a correta execução das obrigações contratuais por ambas as partes.

§ 1º O gestor do contrato deve ser responsável pela coordenação e acompanhamento geral da execução do patrocínio, articulando as ações necessárias e reportando-se à autoridade superior.

§ 2º O fiscal do contrato deve ser responsável pelo acompanhamento direto da execução das obrigações do patrocinador e das contrapartidas oferecidas pela administração pública estadual patrocinada, registrando todas as ocorrências e solicitando as providências cabíveis em caso de descumprimento.

Art. 27. Cabe ao patrocinador cumprir integralmente as obrigações assumidas no contrato de patrocínio passivo, especialmente quanto ao aporte dos recursos financeiros.

Art. 28. Cabe à administração pública estadual patrocinada:

I - executar o projeto ou evento patrocinado conforme o planejado e divulgado;

II - aplicar os recursos, bens ou serviços recebidos exclusivamente no objeto do patrocínio;

III - cumprir as contrapartidas acordadas com o patrocinador;

Art. 29. Os órgãos e entidades da administração pública estadual patrocinada devem elaborar relatório final de prestação de contas de cada patrocínio recebido, no prazo estabelecido no contrato ou, na omissão, em até 60 (sessenta) dias após a conclusão do projeto ou evento.

§ 1º A prestação de contas deverá conter, no mínimo:

I - o relatório de execução do projeto ou evento, demonstrando o cumprimento dos objetivos e metas;

II - o demonstrativo da aplicação dos recursos financeiros recebidos;

III - a comprovação do cumprimento das contrapartidas oferecidas ao patrocinador, por meio de material fotográfico, audiovisual, relatórios de mídia, ou outros documentos pertinentes;

IV - a avaliação dos resultados alcançados com o patrocínio.

§ 2º A prestação de contas deve ser elaborada pelo gestor e pelo fiscal do contrato e submetida à aprovação da autoridade competente do órgão ou entidade da administração pública estadual patrocinada.

§ 3º Os documentos relativos à prestação de contas devem ser arquivados e mantidos à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

Art. 30. A autorização para o recebimento de patrocínio e a celebração do respectivo contrato de patrocínio passivo são de competência do dirigente máximo do órgão ou entidade da administração pública estadual patrocinada, após parecer conclusivo da Comissão Especial de Seleção de Patrocínio, quando for o caso, e da assessoria jurídica.

Art. 31. Aplicam-se subsidiariamente às disposições deste Decreto, no que couber, as disposições da Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, da Lei Federal nº 10.406, de 10 de janeiro de 2022, e demais normas pertinentes à matéria.

Art. 32. Os órgãos e entidades da Administração Pública Direta, Autárquica e Fundacional do Poder Executivo Estadual devem instituir as respectivas Comissões Especiais de Seleção de Patrocínio em até 90 (noventa) dias contados da publicação deste Decreto, caso optem por utilizar este instrumento de captação de recursos.

Parágrafo único. Até a instituição das Comissões, suas atribuições poderão ser exercidas por comissão temporária designada pelo dirigente máximo do órgão ou entidade para esse fim específico, ou diretamente pela autoridade competente, que deverá observar todas as cautelas e procedimentos previstos neste Decreto.

Art. 33. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Rio Branco - Acre, 29 de maio de 2025, 137º da República, 123º do Tratado de Petrópolis e 64º do Estado do Acre.

Gladson de Lima Cameli
Governador do Estado do Acre

ESTADO DO ACRE

DECRETO Nº 10.595-P, DE 29 DE MAIO DE 2025

O GOVERNADOR DO ESTADO DO ACRE, no uso da atribuição que lhe confere o art. 78, inciso XXII, da Constituição do Estado do Acre,
RESOLVE:

Art. 1º Exonerar ATILON PINHEIRO DE AZEVEDO do cargo em comissão do Grupo de Chefia, Assistência e Assessoramento, referência CAS-3, nomeado através do Decreto nº 1.267-P, de 24 de janeiro de 2023.

Art. 2º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Rio Branco - Acre, 29 de maio de 2025, 137º da República, 123º do Tratado de Petrópolis e 64º do Estado do Acre.

Gladson de Lima Cameli
Governador do Estado do Acre