



001688

S U B S T I T U T I V O

AO PROJETO DE LEI N. 10.283/2007.

APROVADO(A) POR UNANIMIDADE

() primeira discussão, em 10 / 07 / 07

() segunda discussão, em 11 / 07 / 07

() terceira discussão, em - / - / -

() discussão única, em - / - / -

A Câmara Municipal de Maringá, Estado do Paraná,

APROVA:

Presidente

Confere nova redação à Lei n. 6.387 e dá outras providências.

Art. 1.º A Lei n. 6.387 passa a viger com a seguinte redação:

"Lei n. 6.387.

Autora: Vereadora Marly Martin Silva.

Institui o sistema de funcionamento, fiscalização e controle de telemarketing beneficente no Município de Maringá e dá outras providências.

Art. 1.º Fica instituído o sistema de fiscalização e controle de telemarketing beneficente no Município de Maringá.

Art. 2.º A fiscalização e o controle de telemarketing beneficente no Município de Maringá serão realizados pela Secretaria Municipal de Assistência Social e Cidadania – SASC –, em conjunto com o Conselho Municipal de Assistência Social – COMAS.

§ 1.º O COMAS autorizará as entidades de assistência social a que se refere o artigo 3.º e que tenham por finalidades o disposto no artigo 2.º, ambos da Lei Federal n. 8.742/93, que sejam estabelecidas no Município de Maringá e regulamente cadastradas no Conselho, a realizar campanhas de arrecadação de recursos financeiros e doações diversas através de telemarketing, por resolução autorizativa específica para cada projeto, observados os seguintes requisitos:

I – apresentar projeto e plano de aplicação dos recursos a serem arrecadados, indicando o período da campanha e meta total;



II – abrir em nome da entidade conta corrente ou conta poupança em agência bancária localizada no Município de Maringá, especificamente para receber os recursos arrecadados;

III – submeter-se, mediante declaração, e observar sistema de controle de recebimentos, da seguinte forma:

a) receber as doações de arrecadação direta pela entidade através de talão de recibos com abertura e fechamento realizado pela SASC, em duas vias, sendo uma destinada ao doador e outra para ficar nos arquivos da entidade, constando o nome da entidade, endereço completo, CNPJ, telefone, finalidade dos recursos arrecadados, número da resolução autorizada do COMAS, período e vigência da campanha, valor doado, nome completo, CPF ou CNPJ e endereço do doador;

b) realizar, diariamente, o depósito de recursos arrecadados via talão de recibos na conta bancária própria, exigida no inciso II;

c) fazer constar da prestação de contas, com os extratos bancários do período, as doações realizadas diretamente em conta corrente bancária pelo doador;

IV – prestar contas junto à SASC do último exercício financeiro, com parecer do conselho fiscal da instituição ou equivalente, assinado pelos membros conselheiros e aprovado em assembleia geral.

§ 2.º As campanhas de arrecadação não poderão ter prazo indeterminado, sendo que, em caso de realização de campanha contínua pela entidade, deverá ser considerado o período de um ano, exigindo-se renovação anual da resolução autorizativa.

§ 3.º Para renovação da resolução autorizativa será necessário o cumprimento dos requisitos estabelecidos no § 1.º deste artigo e a aprovação pela SASC e o COMAS das contas da entidade relativas ao projeto anterior, com demonstrativo da aplicação dos recursos arrecadados.

Art. 3.º Os recursos arrecadados somente poderão ser utilizados no Município de Maringá, de acordo com o plano de aplicação previamente aprovado pelo COMAS.



Art. 4.º As entidades de assistência social não poderão terceirizar os serviços de telemarketing, devendo operá-los com recursos materiais e humanos próprios.

Art. 5.º O Município de Maringá, por solicitação do COMAS, publicará no Órgão Oficial e em sua página da Internet nota constando a relação das entidades autorizadas a realizar os serviços de telemarketing, indicando os respectivos números das resoluções autorizativas e períodos autorizados para arrecadação.

Art. 6.º Todas as abordagens de telemarketing devem observar os princípios de conduta ética para telemarketing publicados pela ABT – Associação Brasileira de Telemarketing e o Código Brasileiro de Auto-Regulamentação do Marketing Direto, da ABMED – Associação Brasileira de Marketing Direto.

Art. 7.º O COMAS negará ou cassará autorização de funcionamento de serviços de telemarketing nos casos de inobservância desta Lei.

Art. 8.º O COMAS deverá comunicar as irregularidades das quais tiver conhecimento à Secretaria Municipal de Assistência Social e Cidadania, à Secretaria Municipal da Fazenda, ao Ministério Público, à Delegacia do Trabalho, à Delegacia da Receita Federal, ao INSS, aos Conselhos de Direitos Municipais, Estaduais e Nacionais e aos demais órgãos fiscalizadores para que adotem as providências cabíveis.

Art. 9.º A concessão e a cassação da resolução autorizativa observará procedimento próprio, a ser regulado pelo regimento interno do COMAS, observando o contraditório e a ampla defesa.

Art. 10. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.”
(NR)

Art. 2.º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 3.º As disposições em contrário ficam revogadas.

Plenário Vereador Ulisses Bruder, 10 de julho de 2007.



MARLY MARTIN SILVA
Vereadora-Autora