

POLÍTICA DE PATROCÍNIO SANEPAR

1. OBJETIVO

A presente política tem por objetivo e finalidade orientar as ações relativas à concessão de patrocínios pela Sanepar, buscando garantir a efetiva comunicação institucional com seus públicos de interesse.

2. CONCEITOS

Patrocínio: Ação de comunicação que se realiza por meio de repasse de recursos financeiros para associação da marca da Sanepar e/ou de seus produtos e serviços a projeto de iniciativa de terceiro, de cunho social e ambiental, educacional, técnico-científico, cultural e esportivo, ou cujos temas sejam convergentes com os interesses da Companhia, com objetivo de ampliar o relacionamento com seus públicos de interesse e fortalecer a imagem da Companhia. Também entende-se por Patrocínio o apoio a projetos vinculados a incentivos fiscais, conforme item 4.1 desta Política.

Proponente: Aquele que submete à apreciação da Sanepar solicitações de Patrocínio.

Organizador: Aquele que organiza os eventos patrocinados.

Agentes de Governança: São todos os diretores, conselheiros e membros de comitês da Companhia.

Apoio institucional: Qualquer tipo de apoio que não envolva recurso financeiro, não se configurando como patrocínio.

3. PRINCÍPIOS

- Assegurar que as ações patrocinadas tenham aderência à Missão e Visão, aos Valores e aos Objetivos Estratégicos da Companhia;
- Apoiar ações em municípios operados ou prospectados pela Companhia;
- Incentivar ações vinculadas às políticas públicas do setor de saneamento, à conservação do meio ambiente - em especial dos recursos hídricos;
- Incentivar ações técnico-científicas relacionadas ao aprimoramento, direto ou indireto, das atividades do setor;
- Valorizar ações culturais, ambientais e socioeducativas;
- Incentivar o desenvolvimento socioeconômico das comunidades;
- Assegurar os princípios da legalidade, moralidade, impessoalidade, igualdade, publicidade, probidade administrativa, razoabilidade e eficiência;
- Assegurar transparência do processo, adequada aplicação dos recursos destinados e o respeito à presente Política.

4. DIRETRIZES

4.1 Áreas de atuação

As ações devem revestir-se de relevância para o fomento da Missão da Companhia, considerando a abrangência e importância da iniciativa. Será dada prioridade a projetos que estejam vinculados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), realizados no Estado do Paraná e que tenham aderência com um ou mais dos eixos abaixo:

- Social e ambiental: projetos sociais e ambientais que estejam em consonância com os compromissos e boas práticas da Sanepar;
- Educacional: projetos de natureza sociais e educativas que contribuam para o exercício da cidadania e o empoderamento das comunidades;
- Técnico-científico: eventos que fomentem pesquisa, inovação e desenvolvimento tecnológico, especialmente no setor de saneamento ambiental;
- Cultural: projetos de natureza cultural que atendam, prioritariamente, aos critérios definidos em leis de incentivo;
- Esportivo: projetos de natureza esportiva que atendam, prioritariamente, aos critérios definidos em leis de incentivo. Incluem-se aqui patrocínio a empregados/as da Sanepar que sejam atletas de alto rendimento, vinculados a uma federação ou confederação esportiva, aptos a representar a Empresa em competições de nível nacional e internacional;
- Projetos especiais: projetos de outros segmentos não listados acima que se enquadrem nas áreas de interesse e atuação da Sanepar;
- Incentivo Fiscal: projetos que atendam aos critérios definidos nas leis federais de incentivo à cultura e ao esporte e fundos da criança e do adolescente (FIA) e do idoso, Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica (Pronon) e o Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência (Pronas/PCD).

4.2 Restrições

4.2.1 Não são passíveis de patrocínios projetos ligados a atividades:

- Que não estejam de acordo com o Código de Conduta e Integridade da Sanepar;
- Que causem ou possam vir a causar impacto social e ambiental negativo;
- Que possuam caráter político-partidário ou religioso (exceto festas tradicionais, atos ecumênicos ou iniciativas humanitárias);
- Que promovam jogos de azar;
- Que tenham fins especulativos ou que visem lucro;
- De natureza discriminatória e sectária;

- Que usem nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;
- Que estimulem maus tratos a animais, ainda que não coibidos por lei;
- Que estimulem o consumo de bebidas alcoólicas, cigarro e outras drogas, mesmo que subliminarmente;
- Que incentivem qualquer forma de violência.

4.2.2 Não serão admitidos projetos de patrocínios:

- Cujos organizadores ou proponentes não comprovem idoneidade fiscal e previdenciária e/ou estejam inadimplentes junto à Sanepar ou à Administração Pública;
- Propostos ou organizados por agentes de governança, empregados efetivos, contratados e/ou terceirizados da Sanepar, enquanto estiverem prestando serviços nessas empresas, durante a vigência de seu contrato, além de seus familiares com grau de parentesco até o terceiro grau, exceto nos casos já citados nas Diretrizes desta Política;
- Propostos ou organizados por associações de empregados ativos ou inativos da empresa;
- Propostos ou organizados por pessoas jurídicas em que agentes de governança e empregados efetivos, contratados e/ou terceirizados da Sanepar, sejam proprietários, sócios ou que exerçam função de direção, exceto entidades sem fins lucrativos;
- Propostos ou organizados por pessoas jurídicas com relação contratual de prestação de serviços ou fornecimento de bens com a Sanepar advindos de processo licitatório ou de aquisição direta;
- Propostos ou organizados por entidades que possuam empregados em regime de escravidão ou que empreguem menores de 16 anos, ou menores de 18 anos em trabalho noturno ou insalubre, ressalvados os casos de adolescentes entre 14 e 16 anos na condição de aprendiz;
- Propostos ou organizados por entidades que não tenham apresentado prestação de contas parciais ou finais de recursos financeiros anteriormente repassados, ou cujas contas tenham sido rejeitadas pela Sanepar.

5. SOLICITAÇÃO DE PATROCÍNIO

5.1 Apoio direto

A solicitação deve obedecer às seguintes instruções:

- I) Ser protocolada com antecedência de 90 dias à data de início da ação, respeitando prazos e procedimentos internos, inclusive para inserção da marca conforme a cota de

patrocínio, na sede administrativa da Sanepar em Curitiba (Rua Engenheiros Rebouças, 1376, CEP 80215-900, Rebouças) ou enviada por correspondência registrada nos Correios, destinada à Gerência de Comunicação e Marketing (GCMK);

II) Ser feita por meio de ofício com timbre da instituição solicitante, datado e assinado pelo presidente/responsável pela instituição, acompanhado do Anexo I desta política;

III) Estar acompanhada da seguinte documentação: certidões de regularidade fiscal com as Receitas Federal, Estadual e Municipal, FGTS e Justiça do Trabalho; Estatuto da Organização ou Contrato Social; cópia do RG ou CPF do representante legal da instituição proponente;

VI) Em caso de não regularidade com qualquer documento, o Contrato de Patrocínio não poderá ser firmado;

VII) A submissão da proposta para análise não garante a aprovação do patrocínio.

5.2 Apoio via leis de incentivo

A solicitação deve obedecer às seguintes instruções:

I) Ser protocolada com antecedência de 90 dias à data de início da ação, respeitando prazos e procedimentos internos, inclusive para inserção da marca conforme a cota de patrocínio, na sede administrativa da Sanepar em Curitiba (Rua Engenheiros Rebouças, 1376, CEP 80215-900, Rebouças) ou enviada por correspondência registrada nos Correios, destinada à Gerência de Comunicação e Marketing (GCMK);

II) Ser feita por meio de ofício com timbre da instituição solicitante, datado e assinado pelo presidente/responsável pela instituição;

III) Estar acompanhada da seguinte documentação: apresentação do projeto com previsão de cotas/contrapartidas; cadastro/descrição do projeto junto ao Ministério competente onde constem os dados do projeto, dados do proponente e do representante legal, resumo, objetivos, justificativa e custos; página do Diário Oficial da União (DIOU) comprovando a aprovação do projeto junto ao Ministério competente, valor aprovado e prazo de captação dos recursos;

VI) Em caso de não regularidade com qualquer documento, o Contrato de Patrocínio não poderá ser firmado;

VII) A submissão da proposta para análise não garante a aprovação do patrocínio.

6. DEFINIÇÃO DA COTA DE PATROCÍNIO

O valor do patrocínio será definido pela Empresa, em conformidade com sua disponibilidade orçamentária para o exercício corrente, com base nos seguintes critérios:

- Abrangência do evento (local, regional, estadual, nacional e internacional);

- Número de ligações de água do município sede do evento;
- Relevância ambiental, cultural, social e econômica para a comunidade;
- Público-alvo considerando a quantidade e/ou qualificação dos participantes;
- Alcance da divulgação para o fortalecimento da marca;
- Segmento/setor de atuação, com prioridade para saneamento e preservação do meio ambiente - em especial dos recursos hídricos;
- Afinidade à Missão e Valores da Companhia.

7. TRÂMITES

Após protocolada e/ou enviada a solicitação de patrocínio, ela seguirá os seguintes trâmites internos:

- I) Análise documental eliminatória;
- II) Análise da proposta pela Gerência de Comunicação e Marketing (GCMK);
- III) Resposta através de e-mail sobre a aceitação ou não do pedido de patrocínio no prazo de até 30 dias da data de protocolo;
- IV) Se aceita a proposta, serão negociados valores e contrapartidas;
- V) A contar da assinatura do contrato, o proponente deverá, em até cinco dias úteis, apresentar todo o material em que a marca da empresa será aplicada para aprovação prévia. O uso indevido da marca resulta em penalidades legais.

8. PRESTAÇÃO DE CONTAS

A Prestação de Contas é a apresentação do relatório de aplicação dos recursos no valor aprovado e apresentação de registro fotográfico, exemplares dos materiais de divulgação, vídeos, CDs, DVDs e demais materiais produzidos, assim como cópia de matérias que tenham sido veiculadas na mídia, para comprovação da execução das contrapartidas constantes no Contrato de Patrocínio.

É facultado à Sanepar o direito de, em qualquer tempo, fiscalizar *in loco* a aplicação dos recursos, bem como solicitar a apresentação de relatórios técnicos ou financeiros que entender pertinentes.

A Beneficiária deverá encaminhar à Gerência de Comunicação e Marketing, no prazo máximo de 30 dias após o término do evento, a prestação de contas, sob pena de rescisão contratual pelo não cumprimento das cláusulas contratuais.

O repasse do recurso está condicionado à apresentação e aprovação da Prestação de Contas do evento. O uso adequado da marca em toda a divulgação contratada é condição para o repasse, que será efetuado em parcela única após a realização do evento.

Os casos omissos serão submetidos à apreciação da Gerência de Comunicação e Marketing e posterior decisão em Reunião de Diretoria da Sanepar.

9. DISPOSIÇÕES GERAIS

O uso e aplicação da marca nos casos de apoio institucional também deverá ser previamente aprovado pela Gerência de Comunicação e Marketing da Sanepar.

A aprovação final das propostas a serem patrocinadas pela Sanepar será feita por sua Diretoria Colegiada, respeitando a tabela de Limites de Competência da Companhia.

A revisão e atualização desta Política de Patrocínio cabe à Gerência de Comunicação e Marketing (GCMK).

Versão aprovada pelo Conselho de Administração da Sanepar em 18 de dezembro de 2018.

ANEXO I
Formulário para Solicitação de Patrocínio

1. DADOS DA PROPONENTE (Pessoa Jurídica que deseja ser patrocinada)			
Razão Social			
C.N.P.J	Inscrição Estadual	Inscrição Municipal	
Endereço			Nº
Bairro	Cidade	Estado	CEP
Telefone (fixo)	Telefone Celular	Web site	E-mail
Finalidade Lucrativa <input type="checkbox"/> Empresa com fins lucrativos classificada como <input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequena <input type="checkbox"/> Média <input type="checkbox"/> Grande <input type="checkbox"/> Entidade sem fins lucrativos <input type="checkbox"/> ONG <input type="checkbox"/> OSCIP <input type="checkbox"/> Outros: _____			

2. DADOS BANCÁRIOS DA PROPONENTE DO APOIO			
TITULAR			
BANCO	AGÊNCIA Nº	CONTA CORRENTE	OPERAÇÃO

3. PROJETO (Nome oficial do Projeto/Evento)			
Nome do Projeto			
Período de Realização	Local de Realização	Cidade	Estado

4. REPRESENTANTES LEGAIS (Pessoa Física que representa legalmente a entidade/empresa Proponente com poderes para assinar o contrato)		
Nome	RG nº	Órgão Emissor
Cargo	CPF nº	
Telefone	Celular	E-mail
Se a representação legal da instituição for exercida em conjunto, isto é, por mais de uma pessoa, indicar abaixo os dados dessa Pessoa Física.		
Nome	RG nº	Órgão Emissor
Cargo	CPF nº	
Telefone	Celular	E-mail

5. RESPONSÁVEL TÉCNICO PELO PROJETO (Pessoa como quem o Sanepar deverá manter contato e com quem serão mantidas as negociações de contrapartidas)		
Nome	Cargo	Celular
Telefone Fixo	Telefone Celular	E-mail

6. VALOR SOLICITADO - COTA DE PATROCÍNIO
Cota de Patrocínio

R\$ (extenso)	Cota equivalente a x% do custo total estimado
---------------	--

7. APRESENTAÇÃO DO EVENTO / PROJETO

Informar em que consiste o evento / projeto

8. PÚBLICO-ALVO E ABRANGÊNCIA DO PROJETO

Informar:

- a. Estimativa de público (visitante, expositor, participante);
- b. Perfil do público;
- c. Segmentos empresariais beneficiados;
- d. Metas a serem atingidas.

9. CRONOGRAMA DO EVENTO/PROJETO

Informar:

- a) Etapas / fases de execução do evento;
- b) Plano de aplicação dos recursos financeiros;
- c) Cronograma de desembolso;
- d) Previsão de início e fim da execução do objeto, bem como da conclusão das etapas ou fases programadas.

Indicação de Possíveis Contrapartidas

Inserção de logomarca da Sanepar em:

CONTRAPARTIDA DE IMAGEM: *Espaço de interação e exposição da logomarca do patrocinador*

- ❖ ADESIVOS _____
- ❖ BACKDROP DE ENTREVISTAS _____
- ❖ BANDEIRAS E BANDEIROLAS _____
- ❖ BANNERS DO EVENTO (logomarca da Sanepar) _____
- ❖ BANNERS DA SANEPAR (confeccionados pelo
requerente do apoio) _____
- ❖ BLIMP da Sanepar (confeccionado pelo requerente) _____
- ❖ BLOCOS DE ANOTAÇÃO _____
- ❖ CAMISETAS DO EVENTO _____
- ❖ CANETAS DO EVENTO _____
- ❖ CARTAZES DO EVENTO _____
- ❖ CATÁLOGOS _____
- ❖ CONVITES DO EVENTO _____
- ❖ CRACHÁS DE TRABALHO DO STAFF _____
- ❖ CREDENCIAIS _____
- ❖ ESTANDE _____
- ❖ EXIBIÇÃO VÍDEO INSTITUCIONAL DA SANEPAR _____
- ❖ FAIXAS _____
- ❖ FOLDERS _____
- ❖ INGRESSOS _____
- ❖ MÍDIA EXTERNA (OUTDOOR / BUSDOOR) _____
- ❖ NARRAÇÃO PELO LOCUTOR OFICIAL DO EVENTO _____
- ❖ NÚMEROS DE PEITO (Competição esportiva) _____
- ❖ PAINÉIS _____
- ❖ PALCO (banner de fundo) _____
- ❖ PANFLETOS _____
- ❖ PASTAS _____
- ❖ PLACAS DO EVENTO _____
- ❖ PLACAS DA SANEPAR (confeccionadas pelo requerente) _____
- ❖ PÓRTICO DE ENTRADA _____
- ❖ PRESS KIT _____

- ❖ REDES SOCIAIS _____
- ❖ RELEASES DE DIVULGAÇÃO À IMPRENSA _____

- ❖ SACOLAS _____
- ❖ SITE OFICIAL DO EVENTO _____
- ❖ TELÃO _____
- ❖ TESTEIRAS (palco, estande, etc) _____
- ❖ TOTENS _____
- ❖ TROFÉUS _____
- ❖ UNIFORMES EM GERAL _____
- ❖ VINHETAS DE ABERTURA E DE ENCERRAMENTO DO EVENTO _____

- ❖ CITAÇÃO DA SANEPAR NA ABERTURA E ENCERRAMENTO DO EVENTO _____
- ❖ CITAÇÃO DA SANEPAR NOS RELEASES ENVIADOS À IMPRENSA _____
- ❖ DIREITO A INCLUSÃO DE MATERIAL PROMOCIONAL E/OU PUBLICITÁRIO DA SANEPAR NOS KITS DO PÚBLICO ALVO DO EVENTO / PROJETO _____
- ❖ DIREITO AO USO DE IMAGENS RELATIVAS AO PROJETO EM CAMPANHAS DE DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL E/OU PUBLICITÁRIA DA SANEPAR, INCLUSIVE EM SEU SITE NA INTERNET _____

CONTRAPARTIDA NEGOCIAL: outras contrapartidas que não relacionem, diretamente, a Sanepar à iniciativa patrocinada, mas que traduzam em ações de oportunidade que visem a aproximação direta da Companhia com o público alvo de interesse do evento / projeto para divulgação de produtos ou serviços.

- ❖ CESSÃO DE CAMISETAS EM GERAL _____
- ❖ CESSÃO DE CONVITES, INGRESSOS, INSCRIÇÕES E/OU CORTESIAS _____
- ❖ CESSÃO DE DIREITO PARA INSTALAÇÃO DE ESTANDE DA SANEPAR NO LOCAL DO EVENTO _____
- ❖ CESSÃO DE ESPAÇO PARA REALIZAÇÃO DE AÇÕES PROMOCIONAIS PELA SANEPAR _____
- ❖ CESSÃO DE LIVROS, CATÁLOGOS, CDS E OUTROS _____

MATERIAIS PRODUZIDOS EM DECORRÊNCIA DO PATROCÍNIO

- ❖ CESSÃO DE MAILING LIST DOS PARTICIPANTES DO EVENTO _____
- ❖ DIREITO A INDICAR PALESTRANTE E/OU PARTICIPANTE NO EVENTO (seminários, prêmios, debates, etc) _____
- ❖ DIREITO À SANEPAR CONVIDAR ATLETAS E/OU CELEBRIDADES QUE PATROCINA PARA PARTICIPAR DE AÇÕES DE RELACIONAMENTO COM O PÚBLICO ALVO DO PROJETO _____

CONTRAPARTIDA SOCIAL: ações que visem inclusão social, tais como:

- ❖ APOIO A CAMPANHAS DE UTILIDADE PÚBLICA _____
- ❖ CESSÃO DE CONVITES, INGRESSOS, CREDENCIAIS E/OU INSCRIÇÕES A PESSOAS CARENTES _____
- ❖ CONTRATAÇÃO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA _____
- ❖ DOAÇÕES A INSTITUIÇÕES DE CARIDADE _____
- ❖ INCENTIVO AO TRABALHO VOLUNTARIADO _____

CONTRAPARTIDAS AMBIENTAL: iniciativas que visem o desenvolvimento do meio ambiente e que remetam ao patrocinador a imagem de empresa socialmente responsável.

- ❖ ADOÇÃO DE INICIATIVAS PARA ORIENTAÇÃO DO DESCARTE CONSCIENTE (de pilhas, material gráfico, material eletrônico, etc) _____
- ❖ COLETA SELETIVA DO LIXO PRODUZIDO PELA REALIZAÇÃO DO EVENTO _____
- ❖ COMPENSAÇÃO DA “PEGADA” DE CARBONO PRODUZIDO PELA REALIZAÇÃO DO PROJETO _____
- ❖ CONFECÇÃO DE MATERIAL GRÁFICO EM PAPEL RECICLADO _____
- ❖ DISTRIBUIÇÃO DE MUDAS PARA REFLORESTAMENTO _____
- ❖ DOAÇÕES DE MATERIAL A INSTITUIÇÕES DE RECICLAGEM DE MATERIAL _____
- ❖ INSERÇÃO DE FRASE ALUSIVA À PRESERVAÇÃO DO MEIO AMBIENTE NO MATERIAL DE DIVULGAÇÃO DO PROJETO _____
- ❖ UTILIZAÇÃO DE TÉCNICAS DE CAPTAÇÃO E REAPROVEITAMENTO DA ÁGUA DA CHUVA _____
- ❖ UTILIZAÇÃO DE TÉCNICAS DE ECONOMIA DE ENERGIA _____