

POLÍTICA DE PATROCÍNIO

A COMPANHIA DE PROCESSAMENTO DE DADOS DE PORTO ALEGRE – PROCEMPA, estabelece a seguir sua Política de Patrocínios, refletindo suas diretrizes de atuação.

Esta política propõe-se a organizar o fluxo e padronizar critérios claros, alinhados com o Planejamento Estratégico, Plano de Negócios e seus objetivos estratégicos, para a decisão acerca da participação da PROCEMPA por meio de patrocínio, contratação de stands, mídias físicas ou online, ativações ou intervenções para fins comerciais e institucionais de fortalecimento e divulgação da marca da empresa.

A PROCEMPA entende por patrocínio a promoção da sua marca, o apoio financeiro ou de serviços prestados pela PROCEMPA, concedido a projetos de iniciativas de terceiros, com o objetivo de agregar valor à marca, gerar reconhecimento e fortalecer-se junto ao seu mercado de serviços. Procura contribuir também para viabilizar projetos culturais, sociais, ambientais e vinculados à temas ESG (Environmental, social, and corporate governance), de maneira a valorizar a imagem institucional e legitimar o posicionamento da Companhia.

A política de participação e patrocínio a eventos da PROCEMPA está alinhada com a Lei das Estatais e outras normas federais e municipais sobre o tema, assim como ao regramento interno que versa sobre Integridade, Ética, Conflito de Interesses e Regulamento de Compras e Contratos.

1. Base Normativa:

1.1 LEI DAS ESTATAIS (Lei 13.303/2016)

Art. 27. A empresa pública e a sociedade de economia mista terão a função social de realização do interesse coletivo ou de atendimento a imperativo da segurança nacional expressa no instrumento de autorização legal para a sua criação.

§ 3º A empresa pública e a sociedade de economia mista poderão celebrar convênio ou contrato de patrocínio com pessoa física ou com pessoa jurídica para promoção de atividades culturais, sociais, esportivas, educacionais e de inovação tecnológica, desde que comprovadamente vinculadas ao fortalecimento de sua marca, observando-se, no que couber, as normas de licitação e contratos desta Lei.

Art. 28. Os contratos com terceiros destinados à prestação de serviços às empresas públicas e às sociedades de economia mista, inclusive (...) de publicidade, (...), serão precedidos de licitação nos termos desta Lei, ressalvadas as hipóteses previstas nos arts. 29 (hipóteses de dispensa de licitação) e 30 (hipóteses de contratação direta).

§ 2º O convênio ou contrato de patrocínio celebrado com pessoas físicas ou jurídicas de que trata o § 3º do art. 27 observará, no que couber, as normas de licitação e contratos desta Lei.

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 0,5% (cinco décimos por cento) da receita operacional bruta do exercício anterior.

§ 1º O limite disposto no caput poderá ser ampliado, até o limite de 2% (dois 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.

§ 2º É vedado à empresa pública e à sociedade de economia mista realizar, em ano de eleição para cargos do ente federativo a que sejam vinculadas, 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.

1.2 CÓDIGO DE CONDUTA E INTEGRIDADE da PROCEMPA

1.3 REGULAMENTO DE COMPRAS E LICITAÇÕES da PROCEMPA

2. OBJETO:

Regulamentar internamente a participação da PROCEMPA por meio de patrocínio, contratação de estandes, mídias físicas ou online, ativações ou intervenções para fins comerciais e institucionais de fortalecimento e divulgação da marca da empresa.

2.1 POLÍTICA DE PATROCÍNIO

A Política de Patrocínio da Companhia compreende uma ação de integração e comunicação com a sociedade, objetivando consolidar sua imagem, vinculando-a ao cumprimento de sua missão, destacando os valores a ela relacionados.

2.2 OBJETIVOS

- a) conciliar os interesses institucionais e mercadológicos da Companhia;
- b) fortalecer o relacionamento com seus clientes e potenciais parceiros;
- c) ressaltar o seu comprometimento com a valorização de questões culturais, sociais, esportivas, educacionais, socioambientais e de inovação tecnológica;
- d) exercer seu compromisso com a comunidade;
- e) aumentar a familiaridade da marca, intensificando seu reconhecimento na sua área de atuação;
- f) agregar novas dimensões à marca, promovendo seus valores essenciais;
- h) fortalecer a marca da Companhia, na sua atividade fim, em âmbito nacional.

3. DIRETRIZES

3.1 APOIAR PROJETOS VINCULADOS:

- a) Aos objetivos estratégicos da Companhia;
- b) Às políticas públicas do setor de Tecnologia da Informação e Comunicação;
- c) Aos temas de segurança da informação, proteção de dados, desenvolvimento de sistemas e de infraestrutura de comunicação e conexão;
- d) À inovação em suas diferentes perspectivas;
- e) À sustentabilidade ambiental, social e governança corporativa, incluindo temas associados ao Compliance, Ética e Integridade em geral;
- f) À educação e à cultura nas suas diferentes manifestações e
- g) À valorização e promoção da cidadania, da diversidade, da equidade, da melhoria da qualidade de vida e à inclusão digital;

3.2 NÃO SÃO PASSÍVEIS DE PATROCÍNIO OS PROJETOS:

- a) que não estejam alinhados aos objetivos estratégicos da empresa ou às demais diretrizes previstas no item 3.1 supra;
- b) que sejam executados, na sua totalidade, fora do Estado do Rio Grande do Sul, à

exceção de eventos relacionados especificamente ao setor de Tecnologia da Informação e Comunicação Pública ou à divulgação de serviços e produtos constantes do portfólio da Companhia.

c) que o proponente, anteriormente beneficiado por patrocínio, não tenha cumprido integralmente com as metas e contrapartidas oferecidas;

d) de natureza político partidária ou que promovam direta ou indiretamente agentes públicos e outras autoridades do setor governamental, nos termos do Artigo 37, XXII, § 1º da Constituição Federal;

e) que incentivem qualquer forma de violência, uso de drogas ilícitas, ligados a jogos de azar e/ou especulativos;

f) Que causem ou possam vir a causar impacto socioambiental negativo ou provoquem maus tratos aos animais;

g) Que tenham como proponente:

- Empregados da Companhia ou ascendente, descendente, parente colateral ou afim, até o segundo grau, cônjuge, companheiro ou sócio de empregado da companhia.

- Membros da Diretoria Executiva, dos Conselhos de Administração ou Fiscal da Companhia.

- Dirigente de órgão ou entidade da Administração Pública do Município de Porto Alegre, nem seus respectivos cônjuges ou companheiros, bem como parentes em linha reta, colateral ou por afinidade, até o segundo grau;

- Pessoa que tenha sido condenada por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, contra a economia popular, a fé pública ou a propriedade, ou a pena criminal que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos;

- Pessoa julgadas responsáveis por falta grave e inabilitadas para exercício de cargo em comissão ou função de confiança;

- Pessoas consideradas culpadas por ato de improbidade,

h) Que tenham como proponente organizações que:

- Foram suspensas de participar de licitação ou impedida de contratar com a Administração Pública;

- Foram declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração, ou para participar de chamamento público ou celebrar parceria ou contrato com órgãos e entidades de todas as esferas de governo;

- Foram suspensas temporariamente da participação em chamamento público, ou impedidas de celebrar parceria ou contrato com órgãos e entidades do Município de Porto Alegre;

- Tiveram contas de parcerias anteriores rejeitadas pela Administração Pública, nos últimos cinco anos; ou contas de parceria julgadas irregulares ou rejeitadas por Tribunal ou Conselho de Contas de qualquer esfera da Federação, em decisão irrecorrível, nos últimos 8 (oito) anos;

- Emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz a partir de 14 (quatorze) anos.

3.3 NÃO SÃO CONSIDERADOS PATROCÍNIOS:

a) As ações que por sua natureza estiverem sob o escopo da Política de Apoio a Eventos da Procempa;

b) Projetos de veiculação em mídia ou transmissão de eventos comercializados por veículos de comunicação ou em espaços de sinalização externa que caracterizem espaços de publicidade comercial ou institucional;

4. PROCEDIMENTO E REQUISITOS

4.1 Os processos de concessão de patrocínio devem considerar as orientações dos órgãos de controle, como o Tribunal de Contas do Estado do Rio Grande do Sul – TCE/RS e a

Corregedoria Geral do Município de Porto Alegre - CGM, inclusive aquelas emitidas posteriormente à aprovação desta política.

4.2 Toda solicitação de patrocínio ou apoio deverá imediatamente a seu recebimento ser inserida, pela P/COM, em processo SEI para o devido registro.

4.3 O fluxo e o procedimento interno serão os descritos no Manual de Compras e Licitações da Procempa, com obrigatoriedade de aprovação em Voto de Diretoria e com manifestação específica das áreas de comunicação, integridade e jurídico.

4.4 Dos autos de processos administrativos atinentes a patrocínio deverão constar no mínimo: justificativa do interesse da entidade no segmento a ser atingido pela divulgação, custo/benefício da ação, viabilidade técnica, econômica e financeira, retornos a serem obtidos em termos mercadológicos e/ou financeiros/negociais e avaliação dos resultados a serem alcançados e afinal obtidos.

4.5 Após o término do patrocínio e/ou evento a área demandante e a área de comunicação deverão informar no processo SEI se todas as metas e contrapartidas previstas foram devidamente cumpridas.

4.6 A proposta deverá conter, obrigatoriamente, a seguinte documentação:

- a) Convite da entidade proponente ou manifestação de área da Procempa interessada em participar do evento por meio de patrocínio, contratação de estandes, mídias físicas ou online, ativações ou intervenções comerciais da empresa.
- b) Projeto completo do evento, em que conste minimamente descrição, objetivos, cronograma, público estimado presencial e virtual e outras informações relevantes de acordo com o tipo de evento,
- c) Proposta da Procempa indicando modelo de participação, justificativa, estrutura necessária, investimento estimado e resultado esperado vinculado à prospecção de novos negócios e clientes e alinhado com o objetivo estratégico de criação da área comercial da Procempa.

5. LIMITAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

5.1 Os valores globais destinados à participações institucionais e comerciais em eventos e patrocínios devem estar previstos nas projeções econômico-financeiras anuais aprovadas pelo Conselho de Administração.

5.2 Deverá manter-se controle apartado de todos os investimentos e despesas realizadas decorrentes desta política e da política de apoio a eventos da Companhia, considerando inclusive receita não auferida de serviços em eventos e descontos parciais.

5.3 No limite legal de 0,5% (cinco décimos por cento) da receita operacional bruta do exercício anterior deverão ser considerados os investimentos relacionados a esta política acrescidos dos investimentos e receitas não auferidas previstos na Política de Apoio a Eventos da Procempa.

6. SITUAÇÕES EXCEPCIONAIS

As situações não previstas neste documento ou flexibilizações na aplicação do conteúdo deste documento poderão ser avaliadas mediante apresentação de parecer jurídico indicando viabilidade e, necessariamente, devem ser aprovadas por Voto de Diretoria.

CONTROLE DE APROVAÇÃO DESTA NORMA

ELABORAÇÃO	REVISÃO CONTEÚDO	REVISÃO FORMAL	APROVAÇÃO
P/INTEG	P/INTEG com revisão conteúdo pelo CA	P/COM	Reunião de Diretoria (08/2023) e Conselho de Administração (31/08/2023)

HISTÓRICO DE MODIFICAÇÕES

EDIÇÃO	DATA PUBLICAÇÃO	DOCUMENTO	ALTERAÇÕES EM RELAÇÃO À EDIÇÃO ANTERIOR
01	01/09/2023	RD 093/2023 ORIGINAL	ORIGINAL – Primeira versão aprovada