

ASSUNTO:

POLÍTICA DE PATROCÍNIOS PO 500-01

APROVAÇÃO:Deliberação DIREX, nº 29, de 11/07/2016.
Deliberação CONSAD, nº 31, de 18/08/16.**VIGÊNCIA:**

18/08/2016

**POLÍTICA DE
PATROCÍNIOS -
PO 500-01**

SUMÁRIO

1. OBJETIVO.....	2
2. CONCEITUAÇÃO	2
3. ABRANGÊNCIA	3
4. PRINCÍPIOS.....	3
5. DIRETRIZES	3
6. COMPETÊNCIAS E RESPONSABILIDADES.....	4
7. INDICADORES	5
8. LEGISLAÇÃO DE REFERÊNCIA.....	6
9. DISPOSIÇÕES GERAIS	6

1. OBJETIVO

Definir princípios, diretrizes e conceitos para a concessão de patrocínios pela Empresa Brasil de Comunicação - EBC para gerar visibilidade, fortalecer posicionamento e agregar valor a marca EBC e seus veículos.

2. CONCEITUAÇÃO

2.1 CLIPPING

Monitoramento constante para identificação e registro de todas as matérias divulgadas em veículos impressos, virtuais e eletrônicos sobre determinado assunto de interesse.

2.2 CONTRAPARTIDA

Obrigação contratual do patrocinado que expressa o direito de associação da marca da EBC ao projeto patrocinado, tais como:

- a) exposição da marca da EBC e/ou de seus produtos e serviços nas peças de divulgação do projeto;
- b) iniciativas de natureza comercial oriundas dessa associação;
- c) autorização para o patrocinador utilizar nomes, marcas, símbolos, conceitos e imagens do projeto patrocinado; e
- d) adoção pelo patrocinado de práticas voltadas ao desenvolvimento social e ambiental.

2.4 PATROCINADOR

Órgão ou entidade da administração pública federal que, no exercício de suas atividades, constata a conveniência e /ou oportunidade de patrocinar.

2.5 PATROCÍNIO

Ação de comunicação que se realiza por meio da aquisição do direito de associação da marca e/ou de produtos e serviços do patrocinador a projeto de iniciativa de terceiro, mediante a celebração de contrato de patrocínio.

2.6 PROGRAMA DE PATROCÍNIO

Documento alinhado ao Planejamento Estratégico que define as diretrizes do processo de seleção dos projetos que serão patrocinados pela EBC no período definido no programa de patrocínios.

2.7 PROPONENTE

Pessoa jurídica que propõe projeto de patrocínio para a Empresa Brasil de Comunicação - EBC.

3. ABRANGÊNCIA

3.1 A Política de Patrocínios se aplica as ações e eventos de patrocínio promovidos pela EBC destinados a(o):

- I - sociedade em geral;
- II - mercado publicitário;
- III - mercado audiovisual, radiofônico e multimídia;
- IV - imprensa, formadores de opinião, acadêmicos, empresários do segmento da comunicação;
- V - associações e movimentos sociais;
- VI - empresas de radiodifusão pública; e
- VII - associações e instituições parceiras das redes públicas de televisão e rádios.

4. PRINCÍPIOS

4.1 A Política de Patrocínios da EBC deverá observar os seguintes princípios:

- I - promoção da cultura nacional;
- II - estímulo à produção regional e à produção independente;
- III - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família;
- IV - isonomia;
- V - pluralidade;
- VI - equidade;
- VII - sustentabilidade;
- VIII - transparência;
- IX - responsabilidade social;
- X - compromisso com o desenvolvimento da comunicação pública; e
- XI - aderência aos princípios, valores e à atuação da Empresa.

5. DIRETRIZES

5.1 São diretrizes da Política de Patrocínios da EBC:

- I - contribuir para o fortalecimento da imagem institucional da EBC e/ou de seus produtos, serviços e veículos junto aos públicos de interesse;
- II - promover a cultura nacional e a produção audiovisual independente e de caráter regional;
- III - considerar relevância das contrapartidas para a geração de negócios ou que propiciem ganhos de imagem para a EBC e seus veículos;
- IV - seleção dos projetos será realizada por Comissão composta por representantes das áreas de marketing, negócios e conteúdos;
- V - alinhar as ações de patrocínio da EBC aos Normativos da Secretaria de Comunicação Social - SECOM/PR referentes ao tema;
- VI - submeter à apreciação e aprovação do Departamento de Patrocínios - DEPAT da Secretaria de Comunicação Social projeto de valor igual ou superior ao limite estabelecido por Instrução Normativa da SECOM/PR, após prévia autorização da DIREX;
- VII - realizar processo de seleção de patrocínio da EBC, preferencialmente, nos formatos de seleção pública;
- VIII - elaborar Programa de Patrocínios para cada exercício contendo as definições dos objetivos específicos, das temáticas de interesse, do público-alvo, dos requisitos a serem obedecidos pelos proponentes, das vedações, dos critérios de seleção dos projetos entre outros elementos que norteiem a concessão de patrocínios;
- IX - estabelecer mecanismos para a prestação de contas e a efetiva comprovação de cada contrapartida e a avaliação de resultados; e
- X - as ações de patrocínio devem ser estabelecidas em contrato próprio.

6. COMPETÊNCIAS E RESPONSABILIDADES

6.1 Compete a Diretoria Executiva, ao Conselho Curador e ao Conselho de Administração acompanhar o resultado do monitoramento e avaliar a execução da Política de Patrocínios.

6.2 Compete a Diretoria Executiva - DIREX :

- I - aprovar o Programa de Patrocínios;
- II - aprovar a verba orçamentária destinada a Patrocínios; e
- III - aprovar normativos complementares.

6.3 Compete a Diretoria da Vice-Presidência de Gestão e Relacionamento apresentar à DIREX e aos Conselhos Curador e de Administração os resultados obtidos com a

execução da Política de Patrocínios referentes ao período definido no programa de patrocínios.

6.4 Cabe ao Diretor Vice-Presidente de Gestão e Relacionamento:

- I - avaliar a implementação da presente Política; e
- II - validar o Programa de Patrocínios.

6.5 Compete à Superintendência Executiva de Comunicação, Marketing e Negócios propor o Programa de Patrocínios e a estratégia de atuação nos eventos patrocinados.

6.6 Compete à Gerência Executiva de Comunicação e Marketing:

- I - executar o Programa de Patrocínios;
- II - coordenar o processo de seleção dos patrocínios; e
- III - avaliar o resultado das ações de patrocínio.

6.7 Compete à Gerência de Marketing:

- I - fiscalizar o cumprimento dos contratos de patrocínio;
- II - avaliar o aporte financeiro destinado a cada projeto podendo recomendar o redimensionamento de projetos e a adaptação de orçamentos, visando a otimização de aplicação dos recursos do Programa de Patrocínio; e
- III - solicitar a aprovação do Departamento de Patrocínios - DEPAT dos projetos de patrocínio com valor igual ou superior ao limite estabelecido por Instrução Normativa da SECOM/PR.

7. INDICADORES

7.1 O atingimento do objetivo da política será mensurado pelos seguintes indicadores:

- I - volume de execução do orçamento de patrocínios;
- II - número de pessoas impactadas no evento e por meio das contrapartidas de mídia do patrocínio; e
- III - número de menções da Empresa relacionadas a ações de patrocínio no Clipping da EBC;

7.2 A análise dos indicadores deverá levar em consideração os resultados do exercício anterior, ou quando for o caso, dos 3 (três) exercícios anteriores, buscando avaliar o histórico e os resultados obtidos a partir da implementação da política.

8. LEGISLAÇÃO DE REFERÊNCIA

- I - Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 - Institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências.
- II - Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008 - Dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal e dá outras providências.
- III - Instrução Normativa SECOM/PR Nº 09, de 19 de Dezembro de 2014 - Disciplina o patrocínio dos órgãos e entidades da administração pública federal.

9. DISPOSIÇÕES GERAIS

- 9.1 No processo de seleção de patrocínio da EBC poderá ser adotado o formato de escolha direta, de forma excepcional, porém será adotado preferencialmente o processo de seleção pública.
- 9.2 Os responsáveis pela seleção dos projetos não poderão ter qualquer vínculo com os proponentes inscritos.
- 9.3 Os proponentes não poderão ter vínculo empregatício com a EBC.
- 9.4 O patrocínio poderá ser suspenso ou cancelado, a qualquer tempo, caso seja verificado o descumprimento de cláusula prevista no contrato, por força de decisão judicial ou por oportunidade e conveniência da EBC.
- 9.5 O Programa de Patrocínios deverá ser acompanhado do correspondente plano de implementação, especificando as ações e respectivos prazos.