



Eletrobras

**POLÍTICA
DE PATROCÍNIOS DAS
EMPRESAS ELETROBRAS**

Versão 3.0
06/02/2017



POLÍTICA DE PATROCÍNIOS DAS EMPRESAS ELETROBRAS

Sumário

1	Objetivo	3
2	Conceitos.....	3
3	Princípios.....	3
4	Diretrizes.....	4
4.1	Áreas de atuação	4
4.2	Restrições	5
4.3	Modalidades de seleção.....	6
5	Responsabilidades.....	7
6	Disposições Gerais	7



POLÍTICA DE PATROCÍNIOS DAS EMPRESAS ELETROBRAS

1 Objetivo

Orientar as ações relativas à concessão de patrocínios pelas empresas Eletrobras de forma a garantir a efetiva comunicação institucional com seus públicos de interesse garantindo transparência ao processo de contratação de patrocínios.

2 Conceito de Patrocínio

Ação de comunicação que se realiza por meio da aquisição do direito de associação da marca do patrocinador e/ou de seus produtos e serviços a projeto de iniciativa de terceiro, de cunho cultural, socioambiental, esportivo, educacional, técnico-científico ou estratégico, com o objetivo de gerar identificação e reconhecimento das empresas Eletrobras por meio da iniciativa patrocinada, ampliar relacionamento com públicos de interesse, divulgar produtos, serviços, posicionamentos, programas e políticas de atuação, e agregar valor à marca das empresas Eletrobras.

3 Princípios

- Apoiar ações vinculadas à missão das empresas Eletrobras e seu Plano Estratégico, adotando estratégias de posicionamento de imagem comprometidas com a responsabilidade social, ambiental e a prevenção da ocorrência de fraude e corrupção.
- Garantir a transparência do processo de prestação de contas, colocando disponíveis canais de relacionamento, tanto para a divulgação das devidas fases do processo, quanto para o recebimento de sugestões, reclamações de denúncias relativas do processo.
- Adotar procedimentos de gestão da integridade para contratação de patrocínios em conjunto com a área de conformidade das empresas e zelar pela prevenção de conflito de interesses e vedação de atos de corrupção e fraude.
- Incentivar ações vinculadas às políticas públicas do setor de energia elétrica e do governo federal.
- Incentivar ações técnico-científicas relacionadas ao aprimoramento, direto ou indireto, dos negócios em que as empresas Eletrobras atuam.
- Valorizar a diversidade étnica e cultural e o respeito às questões raciais, de gênero e de orientação sexual.
- Valorizar ações educativo-culturais.
- Valorizar ações culturais que apresentem inovação, criatividade e originalidade.



POLÍTICA DE PATROCÍNIOS DAS EMPRESAS ELETROBRAS

- Valorizar a riqueza cultural nas mais variadas regiões do Brasil, ampliando, desta forma, a democratização do acesso à cultura.
- Valorizar ações que disseminem as boas práticas de gestão, adotando medidas de prevenção e fiscalização da utilização de recursos para os fins lícitos aos quais foram destinados.
- Valorizar ações que contribuam para o fortalecimento da sociedade e do setor de atuação das empresas Eletrobras.
- Valorizar a promoção da cidadania, a melhoria da qualidade de vida e a inserção social de comunidades em situação de vulnerabilidade.
- Valorizar projetos que estimulem o empreendedorismo, a inovação e geração de renda.
- Valorizar projetos que incluam em seu escopo a adoção de medidas que promovam o cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável(ODS).

4 Diretrizes

4.1 Áreas de atuação

4.1.1 As empresas Eletrobras patrocinarão projetos que assegurem divulgação, promoção e retorno institucional e mercadológico, em consonância com suas diretrizes de marketing, Políticas de Comunicação, com foco prioritário nas seguintes áreas de atuação:

- Cultural – Projetos de natureza cultural que atendam aos critérios definidos em leis de incentivo, sejam elas de âmbito federal, estadual ou municipal, segundo suas manifestações nos mais diversos segmentos.
- Educação – Projetos de natureza educacional, nos mais diversos segmentos da educação.
- Ciência e Tecnologia – Projetos de relevância técnico-científica que fomentem o desenvolvimento tecnológico das empresas envolvidas e a troca de experiências nas diversas áreas do negócio em que atuam.
- Esporte – Projetos de natureza esportiva enquadrados nas leis de incentivo nos âmbitos federal, estadual ou municipal, segundo suas manifestações nas mais diversas modalidades.
- Socioambiental – Projetos socioambientais que estejam em consonância com as suas diretrizes e boas práticas das empresas Eletrobras.



POLÍTICA DE PATROCÍNIOS DAS EMPRESAS ELETROBRAS

- Promoção institucional – Projetos esportivos ou culturais, excepcionalmente aprovados pela Diretoria Executiva, que visem a divulgação e promoção de sua marca institucional, desde que estejam em consonância com suas diretrizes de *marketing* e alinhadas à Política de Comunicação das empresas.
- Projetos Especiais – Projetos de outros segmentos não listados acima que se enquadrem nas áreas de interesse e atuação das empresas Eletrobras, excepcionalmente aprovados pela Diretoria Executiva, desde que estejam em consonância com seu Plano Estratégico.

4.2 Restrições

4.2.1 Não são passíveis de patrocínio projetos ligados a atividades:

- De cunho político-partidário e/ou religioso, à exceção de manifestações populares reconhecidamente tradicionais e estratégicas para as empresas Eletrobras;
- Que envolvam jogos de azar e/ou especulativos;
- Que usem nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;
- De natureza discriminatória;
- Que estimulem o trabalho infantil;
- Que provoquem danos ambientais;
- Que estimulem maus tratos a animais; e
- Que não estejam alinhadas com o Código de Ética e o Programa de Integridade Corporativa das empresas Eletrobras.

4.2.2 Não são admitidos projetos de patrocínios:

- Cujos organizadores ou proponentes estejam inadimplentes junto às empresas Eletrobras ou à Administração Pública;
- Cujos organizadores respondam investigação em curso ou tenham condenação relacionada ao descumprimento da lei anticorrupção brasileira ou da lei anticorrupção norte-americana, devendo tal compromisso ser refletido em Termo de Responsabilidade;
- Cujo objeto já seja ou vá ser patrocinado por outra das empresas Eletrobras, exceto nos casos em que uma delas seja responsável, diretamente ou



POLÍTICA DE PATROCÍNIOS DAS EMPRESAS ELETROBRAS

indiretamente, pela organização do projeto e nos casos de editais públicos – neste contexto, entende-se por organização o modo pelo qual o projeto é estruturado, ou seja, a definição do tema e agenda, a locação do espaço, o orçamento, o nível de participação e outras variáveis consideradas relevantes para a realização do projeto;

- Propostos por organizadores ou proponentes que não desfrutem de idoneidade fiscal e creditícia;
- Propostos por empregados efetivos, contratados e/ou terceirizados das empresas Eletrobras, enquanto estiverem prestando serviços nessas empresas, durante a vigência de seu contrato, além de parentes de empregados com grau de parentesco até o terceiro grau, exceto nos casos dos atletas de alto rendimento que tenham condições técnicas de representar o Brasil nas competições de nível internacional, desde que indicados oficialmente pela confederação e/ou federação de sua modalidade esportiva;
- Propostos por organizadores e/ou proponentes que tenham como seus representantes legais pessoas com grau de parentesco até o terceiro grau com empregados e/ou dirigentes das empresas Eletrobras, exceto nos casos em que o empregado e/ou dirigente esteja representando, por indicação formal ou por eleição para cargo diretivo, os interesses das empresas Eletrobras;
- Propostos por associações de empregados ativos ou inativos das empresas Eletrobras;
- Propostos por qualquer entidade da Administração Pública Direta e Indireta, federal, estadual, municipal e distrital;
- Propostos por organizações sindicais;
- Propostos por qualquer profissional envolvido na gestão dos programas decorrentes dos editais de seleção pública das empresas Eletrobras, bem como aos seus parentes até o terceiro grau;
- Propostos por integrantes da comissão de seleção e profissionais envolvidos nos processos de seleção do programa que tenham vínculos pessoais, ou profissionais com projetos inscritos naquela área de seleção pública.

4.3 Modalidades de seleção

4.3.1 Seleção Pública

As empresas Eletrobras devem priorizar a implementação anual de editais de seleção pública nas suas diversas áreas de atuação, divulgando-os amplamente em seus *sites* eletrônicos e em mídias de grande circulação, contendo toda a documentação exigida, bem como os procedimentos específicos para contratação, envio de documentação, liberação de recursos e prestação de contas dos projetos de patrocínio.



POLÍTICA DE PATROCÍNIOS DAS EMPRESAS ELETROBRAS

4.3.2 Escolha Direta

As empresas Eletrobras podem selecionar projetos, com incentivos fiscais ou não, que sejam de seu interesse estratégico, desde que não se enquadrem nos segmentos contemplados pelos editais de seleção pública, quando houver seleção pública.

5 Responsabilidades

- **Diretorias Executivas de cada uma das empresas Eletrobras** – aprovar esta Política e garantir a sua implementação.
- **Áreas de Patrocínio das empresas Eletrobras** – operacionalizar as atividades de implementação, divulgação, acompanhamento e avaliação desta política.

6 Disposições Gerais

- Esta política pode ser desdobrada em outros documentos normativos específicos por cada uma das empresas Eletrobras, sempre alinhados aos princípios e diretrizes aqui estabelecidas.
- As áreas de atuação relacionadas nesta Política podem ser tratadas de modo específico, em face de normas internas ou diretrizes das empresas Eletrobras, que considerem aspectos regionais do seu negócio.
- As situações não previstas neste documento, relativas aos projetos e aos respectivos proponentes, podem ser apresentadas a cada Diretoria das empresas Eletrobras para apreciação, em caráter excepcional, visando à decisão quanto à sua aprovação.