Eletrobras

POLÍTICA DE PATROCÍNIOS DAS EMPRESAS ELETROBRAS

Edição 4.0
27/08/2020

Política de Patrocínios das Empresas Eletrobras

Área responsável pela emissão

Presidência / Superintendência de Comunicação

Público-alvo

Empregados responsáveis por atividades relativas a patrocínios, dirigentes e conselheiros das empresas Eletrobras.

Aprovação

Resolução RES-451/2020, de 27/07/2020, da Diretoria Executiva da Eletrobras
Deliberação DEL-150/2020, de 27/08/2020, do Conselho de Administração da Eletrobras

Repositório

As políticas das empresas Eletrobras podem ser encontradas no *site*:
http://eletrobras.com/pt/Paginas/Estatuto-Politicas-e-Manuais.aspx

Direitos de autor e confidencialidade

O conteúdo deste documento não pode ser reproduzido sem a devida autorização. Todos os direitos pertencem a Eletrobras e demais empresas Eletrobras.

Prazo máximo de revisão: 5 anos

Histórico de edições

Edição	Aprovação	Principais alterações
1.0	RES-890/2010, de 24/08/2010	– Não se aplica
2.0	RES-316/2014, de 19/05/2014	– Desvinculação entre o preço do patrocínio e o custo do projeto, de modo que as ações de patrocínio sejam eleitas e valoradas tão somente com base em metodologia de mensuração que avalie a relação entre o custo e o benefício da ação de comunicação, levando-se em consideração ainda os resultados alcançados anteriormente para os projetos recorrentes. – Extinção do orçamento específico e da cotação de preços correspondente, no tocante aos contratos de patrocínio não incentivados. – Desobrigação do patrocinado de comprovar a aplicação dos recursos do patrocínio não incentivado em despesas do projeto, em virtude da natureza remuneratória do pagamento que é efetuado pela Eletrobras.

Edição	Aprovação	Principais alterações
3.0	RES-085/2017, de 06/02/2017	– Alinhamento do patrocínio com o Código de Ética e de Conduta das Empresas Eletrobras e com o Programa de Integridade das Empresas Eletrobras. – Adoção de estratégias de posicionamento comprometidas com a responsabilidade social, ambiental e a prevenção da ocorrência de fraude e corrupção. – Valorização de projetos que estimulem o empreendedorismo, a inovação e a geração de renda. – Valorização de projetos que incluam em seu escopo a adoção de medidas que promovam o cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). – Adoção de procedimentos de gestão da integridade para a contratação de patrocínios em conjunto com a área de conformidade das empresas Eletrobras, zelando pela prevenção de conflito de interesses e pela vedação de atos de corrupção e fraude. – Garantia da 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 e reclamações de denúncias relativas ao processo. – Valorização de 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. – Vedação de contratação de projetos 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.
4.0	RES-451/2020, de 27/07/2020; DEL-150/2020, de 27/08/2020.	– Adoção de novos procedimentos de gestão da integridade para a contratação de patrocínios, em conjunto com a área de conformidade das empresas Eletrobras, zelando pela prevenção de conflito de interesses e pela vedação de atos de corrupção e fraude. – Redefinição das áreas de atuação das empresas Eletrobras no âmbito dos patrocínios. – Adição do item "Referências", do subitem "Integridade Corporativa" e de disposição geral sobre limites de gastos estabelecidos pela Lei nº 13.303/2016.

Sumário

1 Objetivo ..... **Erro! Indicador não definido.**
2 Referências 4
3 Princípios 4
4 Diretrizes 5
4.1 Gerais 5
4.2 Áreas de atuação 5
4.3 Restrições 6
4.4 Modalidades de seleção 7
4.5 Integridade Corporativa 7
5 Responsabilidades 8
6 Conceitos 9
7 Disposições Gerais 8

1 Objetivo

Estabelecer diretrizes e responsabilidades para a concessão de patrocínios pelas empresas Eletrobras, de forma a garantir a efetiva comunicação institucional com seus públicos de relacionamento, assegurando transparência ao processo de contratação de patrocínios.

2 Referências

2.1 Código de Conduta Ética e Integridade das Empresas Eletrobras.

2.2 Lei nº 12.846/2013, de 01 de agosto de 2013 – dispõe sobre a responsabilização administrativa e civil de pessoas jurídicas pela prática de atos contra a administração pública, nacional ou estrangeira, e dá outras providências. (Lei Anticorrupção Brasileira)

2.3 Lei nº 13.303/2016, de 30 de junho de 2016 – dispõe sobre o estatuto jurídico da empresa pública, da sociedade de economia mista e de suas subsidiárias, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. (Lei das Empresas Estatais)

2.4 Política de Comunicação e Engajamento com os Públicos de Relacionamento das Empresas Eletrobras.

2.5 Política de Responsabilidade Social das Empresas Eletrobras.

2.6 Política Anticorrupção das Empresas Eletrobras.

2.7 Política de Alçadas das Empresas Eletrobras.

2.8 Plano Diretor de Negócios e Gestão.

2.9 Instrução Normativa vigente da Secretaria Social da Presidência da República (Secom) que discipline as ações de patrocínio dos órgãos e entidades da administração pública federal.

3 Princípios

3.1 Apoio a ações vinculadas à missão das empresas Eletrobras e ao seu plano estratégico, com adoção de estratégias de posicionamento de imagem comprometidas com a responsabilidade social e ambiental e a com a prevenção da ocorrência de fraude e corrupção.

3.2 Garantia de transparência do processo, com a disponibilização de canais de relacionamento, tanto para a divulgação de suas devidas fases, quanto para o recebimento de sugestões, reclamações e denúncias.

3.3 Adoção de procedimentos de gestão da integridade para contratação de patrocínios, em conjunto com as áreas de conformidade das empresas, zelando pela prevenção de conflito de interesses e pela vedação de atos de corrupção e fraude.

3.4 Incentivo a ações vinculadas às políticas públicas do setor de energia elétrica e do governo federal.

3.5 Incentivo a ações técnico-científicas relacionadas ao aprimoramento, direto ou indireto, dos negócios em que as empresas Eletrobras atuam.

3.6 Valorização da diversidade étnica e cultural e do respeito às questões raciais, etárias, de gênero, de orientação sexual e de acessibilidade.

3.7 Valorização de ações que promovam a sustentabilidade ou que fomentem práticas sustentáveis.

3.8 Valorização de ações educativo-culturais.

3.9 Valorização de ações culturais que apresentem inovação, criatividade e originalidade.

3.10 Valorização da riqueza cultural nas mais variadas regiões do Brasil, ampliando, desta forma, a democratização do acesso à cultura.

3.11 Valorização de 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.

3.12 Valorização de ações que contribuam para o fortalecimento da sociedade e do setor de atuação das empresas Eletrobras.

3.13 Valorização da promoção da cidadania, da melhoria da qualidade de vida e da inserção social de comunidades em situação de vulnerabilidade.

3.14 Valorização de projetos que estimulem o empreendedorismo, a inovação e a geração de renda.

3.15 Valorização de projetos que incluam em seu escopo a adoção de medidas que promovam o cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

4 Diretrizes

4.1 Gerais

4.1.1 As empresas Eletrobras devem patrocinar projetos que assegurem divulgação, promoção e retorno institucional e mercadológico, em consonância com suas diretrizes de marketing, suas políticas de comunicação e seu plano estratégico.

4.2 Áreas de atuação

4.2.1 Os projetos patrocinados pelas empresas Eletrobras devem priorizar as seguintes áreas de atuação:

a) Cultura – 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.

b) Educação – projetos de natureza educacional, nos mais diversos segmentos.

c) Inovação Tecnológica – 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.

d) Esporte – projetos de natureza esportiva que atendam aos critérios definidos nas leis de incentivo nos âmbitos federal, estadual ou municipal, segundo suas manifestações nas diversas modalidades.

e) Socioambiental – projetos socioambientais que estejam em consonância com as diretrizes e boas práticas das empresas Eletrobras.

f) Promoção institucional – projetos esportivos ou culturais não incentivados ou de outros segmentos não listados acima, aprovados a critério da diretoria executiva de cada empresa, que visem à divulgação e à promoção de sua marca institucional, desde que estejam prioritariamente em consonância com o Plano Estratégico Integrado das Empresas Eletrobras e alinhados à Política de Comunicação e Engajamento com os Públicos de Relacionamento das Empresas Eletrobras.

4.3 Restrições

4.3.1 Não são passíveis de patrocínio os projetos ligados a atividades que:

a) sejam de cunho político-partidário e/ou religioso, à exceção de manifestações populares reconhecidamente tradicionais e estratégicas para as empresas Eletrobras;

b) envolvam jogos de azar e/ou especulativos;

c) usem nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

d) estimulem maus hábitos de saúde, como o uso indevido de álcool, por exemplo;

e) incentivem qualquer forma de violência;

f) contrariem a Lei Anticorrupção Brasileira ou a Lei Anticorrupção dos EUA;

g) sejam de natureza discriminatória;

h) estimulem o trabalho infantil;

i) façam uso de mão de obra em condições análogas às de trabalho escravo;

j) provoquem danos ambientais;

k) estimulem maus tratos a animais; e

l) não estejam alinhadas com o Código de Conduta Ética e Integridade das Empresas Eletrobras e com o Programa de Integridade Corporativa das empresas Eletrobras.

4.3.2 Não são admitidos projetos de patrocínios:

a) cujos proponentes estejam inadimplentes junto às empresas Eletrobras ou à administração pública;

b) cujos proponentes respondam investigação em curso ou tenham condenação relacionada ao descumprimento da Lei Anticorrupção Brasileira ou da Lei Anticorrupção dos EUA, devendo tal compromisso ser refletido em termo de responsabilidade;

c) cujo objeto já seja ou vá ser patrocinado por outra das empresas Eletrobras, exceto nos casos em que:

- uma delas seja responsável, direta ou 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;

- o proponente e futuro contratado do projeto a ser patrocinado seja uma entidade sem fins lucrativos cujas atividades estejam relacionadas ao setor de energia, desde que devidamente instituída e em funcionamento, na forma da legislação em vigor;

d) propostos por entidades ou proponentes que não desfrutem de idoneidade fiscal e creditícia;

e) propostos por empregados efetivos, contratados e/ou terceirizados das empresas Eletrobras, durante a vigência de seu contrato, além de parentes de empregados com grau de parentesco até o terceiro grau, exceto nos casos de atletas de alto rendimento que tenham condições técnicas de representar o Brasil em competições de nível internacional, desde que indicados oficialmente pela confederação e/ou federação de sua modalidade esportiva;

f) propostos por entidades 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;

- o proponente e futuro contratado do projeto a ser patrocinado seja entidade sem fins lucrativos cujas atividades estejam relacionadas ao setor de energia, desde que devidamente instituída e em funcionamento, na forma da legislação em vigor;

g) propostos por associações de empregados ativos ou inativos das empresas Eletrobras;

h) propostos por qualquer entidade da administração pública direta e indireta, federal, estadual, municipal e distrital;

i) propostos por organizações sindicais;

j) propostos por profissional envolvido na gestão de programas decorrentes dos editais de seleção pública das empresas Eletrobras, bem como por seus parentes até o terceiro grau;

k) propostos por integrantes da comissão de seleção e profissionais envolvidos nos processos de escolha de programas das empresas Eletrobras, que tenham vínculos pessoais ou profissionais com projetos inscritos na área de seleção em que atuarão;

l) propostos por entidades que detenham, na qualidade de controladora, coligada ou consorciada, participação societária em outras pessoas jurídicas, que possam, de alguma forma, causar danos à integridade do processo de seleção bem como às empresas Eletrobras; e

m) propostos por entidades que mantenham contrato de prestação de serviços de comunicação com o patrocinador, tais como serviços de publicidade, de promoção, de comunicação digital, de assessoria de imprensa ou de relações públicas.

4.4 Modalidades de seleção

4.4.1 Seleção Pública

4.4.1.1 As empresas Eletrobras devem priorizar a implantação 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.

4.4.2 Escolha Direta

4.4.2.1 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.

4.5 Integridade Corporativa

4.5.1 Nas ações de patrocínio promovidas pelas empresas Eletrobras devem ser observados os aspectos relacionados à integridade corporativa, tanto de responsabilidade das patrocinadas quanto das empresas Eletrobras.

4.5.1.1 Responsabilidades das patrocinadas:

a) É proibido oferecer, prometer, autorizar ou efetuar pagamento em dinheiro ou benefício em qualquer forma ou valor, direta ou indiretamente, a qualquer pessoa, com a finalidade de influenciá-la a praticar qualquer ato ou decisão em favor das empresas Eletrobras ou de qualquer outra parte.

b) É obrigatório (1) permitir a realização de verificações prévias (*due diligence*) e de medidas visando à supervisão das patrocinadas pelas empresas Eletrobras; (2) fornecer informações verídicas e exatas, sendo de total responsabilidade do pleiteante ao patrocínio a declaração de informações falsas ou inexatas, que possam, de alguma forma, prejudicar a integridade e transparência do processo.

4.5.1.2 Responsabilidades das empresas Eletrobras – devem adotar verificações prévias (*due diligence*) à concessão de patrocínios e medidas visando à supervisão de patrocinadas, principalmente em situações de elevado perfil de risco à integridade. Tais verificações e medidas incluem, porém não se limitam a:

a) certificar-se de que não há situações impeditivas ao patrocínio;

b) verificar as informações acerca dos sócios, dirigentes e administradores das empresas/entidades/pessoas candidatas a patrocínios;

c) efetuar a inserção de cláusulas no contrato de patrocínio que exijam: (1) comprometimento com a integridade nas relações público-privadas e com as orientações e políticas das empresas Eletrobras, inclusive com a aplicação do seu Programa de Integridade (*Compliance*), principalmente com relação à vedação de práticas de fraude e de corrupção; (2) rescisão contratual caso a contratada pratique atos lesivos à administração pública, nacional ou estrangeira; e (3) indenizações em casos de quebra contratual;

d) realizar a supervisão adequada, nas situações de elevado perfil de risco à integridade, para verificar se o patrocinado está atuando de forma condizente com a acordada em contrato, se não adota comportamentos contrários aos seus valores e se não incorre em ilegalidades que, porventura, possam lhe gerar responsabilização.

5 Responsabilidades

5.1 Diretorias executivas e conselhos de administração das empresas Eletrobras – aprovar esta política e garantir a sua implementação.

5.2 Áreas de patrocínio das empresas Eletrobras – operacionalizar as atividades de implantação, divulgação, acompanhamento e avaliação desta política.

6 Conceitos

6.1 Patrocínio – conforme previsto no artigo 4º, inciso III, da IN nº 1, de 27/07/2017, entende-se como patrocínio a ação de comunicação que busca agregar valor à marca, consolidar posicionamento, gerar identificação e reconhecimento, estreitar relacionamento com públicos de interesse, ampliar venda de produtos e serviços e divulgar programas e políticas de atuação, por meio da aquisição do direito de associação da imagem das empresas Eletrobras, enquanto patrocinadoras de projetos de iniciativa de terceiros.

7 Disposições Gerais

7.1 Os processos de concessão de patrocínio devem considerar as orientações dos órgãos de controle, como a Controladoria-Geral da União – CGU e o Tribunal de Contas da União – TCU, inclusive aquelas emitidas posteriormente à aprovação desta política.

7.2 Os investimentos em patrocínios das empresas Eletrobras, em cada exercício, devem seguir os limites de gastos estabelecidos pela Lei nº 13.303/2016, de 30 de junho de 2016 (Lei das Estatais) e seus respectivos regulamentos.

7.3 É vedado às empresas Eletrobras realizar, em ano de eleições para cargos da União, despesas com patrocínio que excedam a média dos gastos dos três anos anteriores ao pleito ou os gastos do ano imediatamente anterior à eleição.

7.4 Esta política pode ser desdobrada em regulamentos das empresas Eletrobras e ainda em documentos normativos internos específicos em cada empresa, sempre alinhados aos princípios e diretrizes aqui estabelecidos.

7.5 As áreas de atuação relacionadas nesta política podem ser tratadas de modo específico, em face de normas internas ou diretrizes das empresas Eletrobras, desde que motivados pela existência de aspectos regionais do negócio.

7.6 As situações não previstas neste documento, relativas aos projetos e aos respectivos proponentes, podem ser submetidas à apreciação da diretoria executiva da respectiva empresa Eletrobras, em caráter excepcional, para que decida quanto a sua aprovação.