



**CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO DA EMPRESA DE TECNOLOGIA E INFORMAÇÕES
DA PREVIDÊNCIA – DATAPREV S.A.**

RESOLUÇÃO DE CONSELHO/CADM/010/2022

POLÍTICA DE PATROCÍNIOS DA DATAPREV

O Conselho de Administração da Empresa de Tecnologia e Informações da Previdência – DATAPREV S.A., no uso das atribuições que lhe foram conferidas no Estatuto Social da Empresa, aprovado pela 3ª Assembleia Geral Extraordinária da DATAPREV, em 13/11/2017, com alterações aprovadas na 2ª Assembleia Geral Ordinária da DATAPREV, realizada em 26 de abril de 2018, na 4ª Assembleia Geral Extraordinária, realizada em 19 de junho de 2018, na 7ª Assembleia Geral Extraordinária, realizada em 10 de abril de 2019, na 9ª Assembleia Geral Extraordinária, realizada em 10 de outubro de 2019, na 12ª Assembleia Geral Extraordinária, realizada em 29 de abril de 2020, na 14ª Assembleia Geral Extraordinária, realizada em 27 de outubro de 2020 e na 16ª Assembleia Geral Extraordinária, realizada em 11 de fevereiro de 2021, e

CONSIDERANDO:

- A Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016;
- A Lei nº 8.312, de 23 de dezembro de 1991; e
- Instrução Normativa Secom-PR nº 1 de 27 de julho de 2017; e
- Instrução Normativa Secom-PR nº 2 de 23 de dezembro de 2019.

RESOLVE:

Aprovar a atualização da Política de Patrocínios da DATAPREV, conforme Anexo desta Resolução.

Esta Resolução entra em vigor a partir desta data e revoga a Resolução CADM 004/2017

Brasília, 31 de outubro de 2022.

CINAR WAGNER FREDO
Presidente



GULHERME GASTALDELLO PINHEIRO
Conselheiro

CHRISTIANE ALMEIDA EDINGTON
Conselheira

FERNANDO ANDRÉ COELHO MITKIEWICZ
Conselheiro

ANTÔNIO CARLOS VILLELA SEQUEIRA
Conselheiro

NATALISIO DE ALMEIDA JUNIOR
Conselheiro

VENÍCIO DANTAS CAVALCANTI
Conselheiro



Anexo I

Política de Patrocínios da DATAPREV

1 Justificativa

Entende-se como patrocínio, segundo a IN nº1, de 27 de julho de 2017, artigo 4º, inciso III, 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, divulgar programas e políticas de atuação, por meio da aquisição do direito de associação da imagem do órgão ou entidade do Poder Executivo Federal, enquanto patrocinador de projetos de iniciativa de terceiros.

Instituir regras claras para publicidade voltada à obtenção de credibilidade e melhoria, ou manutenção, da reputação empresarial está em conformidade ainda com parâmetros de conduta estabelecidos no Código de Conduta Ética e Integridade da DATAPREV.

A decisão da empresa em patrocinar eventos e outras ações é uma ponte para a promoção da cidadania e demonstra seu compromisso em incentivar projetos que contribuam para o bem coletivo e agreguem valores positivos à sua imagem.

Os motivos para este tipo de investimento vão desde a importância social que a atitude carrega até a diferenciação que gera diante das outras empresas do mesmo setor. Além disso, apoiar a ampliação do acesso aos bens culturais, educativos, de formação e capacitação é uma oportunidade para que a empresa reconheça e incentive o desenvolvimento humano, consolide valores, práticas e comportamentos empresariais socialmente responsáveis, promovendo o exercício da cidadania e colaborando para a formação de uma sociedade justa, sustentável e solidária.

A participação em projetos culturais, de promoção social, inclusão digital, entre outros, num mercado em crescimento, é também uma forma de valorizar a imagem institucional. Nesse sentido, o estabelecimento de uma política que direcione a atuação da empresa permite que a DATAPREV reduza ou elimine comportamentos incompatíveis com o objetivo institucional de atuar de forma transparente e agir fundamentada na lei e em valores éticos.

A definição de princípios e diretrizes a adotar quanto à promoção de projetos relevantes para o desenvolvimento da sociedade brasileira alinhados às políticas públicas e às diretrizes do Governo Federal, é ainda uma maneira de fortalecer e confirmar o importante papel da DATAPREV para o desenvolvimento do Brasil.

2 Objetivos

Estabelecer as diretrizes estratégicas para condução do processo de patrocínio, visando à divulgação da DATAPREV, ao fortalecimento da imagem, da marca, dos produtos e serviços desenvolvidos pela empresa, além de programas sociais, bens culturais e históricos, junto a segmento de público identificado como de interesse institucional.



A Política de Patrocínio objetiva consolidar a imagem da empresa como principal provedor de soluções tecnológicas para a gestão das informações previdenciárias, trabalhistas, sociais e de registros civis da população brasileira; estreitar os relacionamentos já estabelecidos e construir novos com públicos estratégicos; realizar parcerias com instituições públicas e privadas que possam aumentar o impacto das ações da empresa; expandir a visibilidade e intensificar o reconhecimento da DATAPREV; e assegurar transparência ao processo de contratação de patrocínios.

3 Compromisso

A DATAPREV ratifica o compromisso de promover o repasse dos recursos financeiros de acordo com o previsto nesta Política de Patrocínio, observadas as normas legais pertinentes; contratar apenas com pessoas físicas ou jurídicas atestadamente idôneas, em consonância com os normativos legais e de integridade da DATAPREV; monitorar, avaliar e aprovar as atividades objeto do contrato de patrocínio; analisar o Relatório de prestação de contas referente às atividades; e exercer autoridade normativa, controle e fiscalização sobre a execução dos projetos patrocinados.

A empresa também se compromete a fazer o acompanhamento da execução do contrato de patrocínio, exame das despesas e avaliação técnica relativa à aplicação dos recursos financeiros repassados, a fim de verificar sua correta aplicação e o atingimento dos objetivos estabelecidos.

A Política de Patrocínios tem ainda o compromisso de contribuir com a ampliação do acesso a eventos, ações e bens culturais, sociais, ambientais e educacionais no país, bem como promover a descentralização e o aumento dessa oferta. A DATAPREV visa com sua política articular instituições, governo, empresas e sociedade civil visando ser promotora de inclusão social por meio das iniciativas patrocinadas.

Assim, a atuação da empresa será sempre no intuito de cumprir leis e normativos vigentes quanto ao patrocínio, atuar de maneira transparente e ética na destinação de recursos próprios ou de leis de incentivo e ser eficaz em sua proposta de contribuir com o desenvolvimento dos cidadãos.

4 Aplicação

Por se tratar de uma política que impacta diretamente na imagem da empresa, ela deve ser aplicada a todos que possam ser representantes ou porta-vozes nos eventos patrocinados. Dessa forma, esta Política se aplica a conselheiros, presidente, diretores, empregados efetivos, ad nutum e cedidos e membros de comitês de assessoramento.

5 Referências Legais e Normativas

- Lei nº 8.069 de 13 de julho de 1990, que dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências; http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18069.htm
- Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, que instituiu o Programa Nacional



de Apoio à Cultura (Pronac), que estabelece as normativas de como o Governo Federal deve disponibilizar recursos para fomentar a cultura no Brasil;

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8313cons.htm

- Lei nº 8.429 de 02 de junho de 1992, que dispõe sobre as sanções aplicáveis em virtude da prática de atos de improbidade administrativa, de que trata o § 4º do art. 37 da Constituição Federal; e dá outras providências; http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8429.htm
- Lei nº 8.443 de 16 de julho de 1992, que dispõe sobre a Lei Orgânica do Tribunal de Contas da União e dá outras providências; https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8443.htm
- Lei nº 9.504 de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para as eleições; http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.htm
- Lei nº 9.605 de 12 de fevereiro de 1998, que dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, e dá outras providências; http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9605.htm
- Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013, que 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; http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/l12846.htm
- Decreto nº 11.129 de 11 de julho de 2022, que regulamenta a Lei nº 12.846 de 2013, que dispõe sobre a responsabilização administrativa e civil de pessoas jurídicas pela prática de atos contra a administração pública, nacional ou estrangeira; http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2022/Decreto/D11129.htm
- Lei nº 13.303 de 30 de junho de 2016, que 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; http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/L13303.htm
- Decreto nº 8.945, de 27 de dezembro de 2016, que regulamenta, no âmbito da União, a Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016, que 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; http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/decreto/d8945.htm
- Manual de uso da marca do Governo Federal – Patrocínio, que orienta o uso e a gestão de marcas do Governo Federal, incentiva melhores práticas na aplicação de marcas em ações de patrocínio, organiza a aplicação para intensificar e estimular a exposição das marcas e estabelece hierarquia e limites nas parcerias com instituições públicas e/ou privadas;



<https://www.gov.br/secom/pt-br/aceso-a-informacao/manuais/manual-de-uso-da-marca-do-governo-federal-patrocínio-2019.pdf>

- Instrução Normativa Secom-PR nº 2 de 23 de dezembro de 2019, que disciplina o patrocínio dos órgãos e entidades da administração pública federal;
<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/instrucao-normativa-n-2-de-23-de-dezembro-de-2019-235216141>
- Política de Conformidade e Integridade vigente; e
- Código de Conduta Ética e Integridade vigente.

6 Princípios

São princípios básicos desta Política:

- Transparência;
- Valorização de iniciativas socioeducacionais e de inclusão;
- Valorização da diversidade cultural;
- Promoção da cidadania e qualidade de vida;
- Desenvolvimento sustentável; e
- Empreendedorismo e inovação.

7 Diretrizes gerais

A Política de Patrocínio está vinculada ao fortalecimento da missão e da visão da empresa, apoiando propostas que estejam em consonância com seu planejamento estratégico e as diretrizes governamentais. Nesse sentido, o objetivo da política é consolidar a imagem da DATAPREV como principal provedor de soluções tecnológicas para a gestão das informações previdenciárias, trabalhistas, sociais e de registros civis da população brasileira; e responsável por fornecer soluções de tecnologia da informação e da comunicação para a execução e o aprimoramento das políticas sociais do Estado brasileiro. As propostas podem ter abrangência local, nacional ou internacional.

São também objetivos do patrocínio, gerar identificação e reconhecimento da DATAPREV por meio da iniciativa patrocinada; ampliar o relacionamento com públicos de interesse; divulgar marcas, produtos, serviços, posicionamentos, programas e políticas de atuação; ampliar vendas e agregar valor à marca.

As ações de patrocínio devem garantir à empresa a valorização da imagem institucional; a interação do público com programas, produtos e serviços; a consolidação em seus principais segmentos de atuação; a participação em eventos já consagrados pelo público; e divulgação e reforço da imagem da DATAPREV como prestadora de serviços para a sociedade.



Destarte, a DATAPREV poderá 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 aplicáveis à espécie.

A DATAPREV reserva-se o direito de divulgar o patrocínio e de utilizar, quando julgar oportuno, imagens e produtos do projeto patrocinado em suas ações e peças de comunicação institucional, bem como em seu portal na Internet, sem quaisquer ônus adicionais.

7.1 Celebração dos Patrocínios

São diretrizes básicas para celebração dos patrocínios:

- Revisar regras e normativos para realização de patrocínio;
- Padronizar a atuação da DATAPREV no que diz respeito a patrocínio;
- Fornecer informações que subsidiem a seleção de projetos a serem patrocinados;
- Ampliar o acesso a bens e eventos culturais, sociais e de formação;
- Atestar ampla divulgação de processos de seleção de propostas;
- Definir formas de contratação de patrocínios;
- Garantir correta prestação de contas com aprovação do relatório final;
- Prezar pelo uso adequado de verbas pagas ou repassadas via lei de incentivo;
- Exigir comprovação de atuação ética dos parceiros.

A negociação das propostas busca o retorno institucional à DATAPREV a partir dos quesitos abaixo indicados:

- A otimização de oportunidades de divulgação dos programas, produtos e serviços da empresa;
- A vinculação do patrocínio à mídia do evento;
- Determinação clara dos espaços ocupados pela DATAPREV e sua marca;
- A inserção da marca DATAPREV nas peças e materiais produzidos pelo proponente.

A negociação das contrapartidas busca a garantia de execução, no mínimo, das listadas abaixo:

- A participação de representante da DATAPREV como palestrante, para patrocínios sem aporte de recursos;
- Utilização de *merchandising* da empresa no evento por meio de peças como faixas, *banners* e cartazes;
- Disponibilização de percentual de convites-cortesia para utilização em ações institucionais e de *marketing* de relacionamento;



- Prestação de contas, ao final do evento;
- Inserção da marca da DATAPREV e do Governo Federal em todos os materiais produzidos para o evento.

A inserção da marca do Governo Federal em peças e materiais obedecem às especificações do Manual de uso da marca do Governo Federal - Patrocínio vigente.

7.2 Grau de Participação de Patrocínio

Considera-se o grau de participação da DATAPREV no evento/ação, independentemente de utilização de recursos financeiros próprios ou de leis de incentivo, usando como referência as situações abaixo descritas:

- Exclusivo - único patrocinador, neste caso apenas a marca da DATAPREV e do Governo Federal assinam as peças de divulgação e sinalização do evento.
- Principal - quando a DATAPREV for responsável por um percentual superior às outras cotas da ação, neste caso as marcas da empresa e do Governo Federal ocupam espaços privilegiados.
- Copatrocínio - quando cada um dos patrocinadores, incluindo a DATAPREV, for responsável por um percentual igual às outras cotas da ação, neste caso as marcas são exibidas dividindo-se proporcionalmente o espaço em todas as peças de divulgação.
- Apoio - quando a DATAPREV for responsável por um percentual inferior às outras cotas da ação ou quando há apenas o fornecimento de material promocional, neste caso as marcas são exibidas dividindo-se proporcionalmente o espaço em todas as peças de divulgação.

O tipo de patrocínio deve estar definido ou ser claramente identificado na proposta de patrocínio apresentada.

7.3 Processo de Seleção

A DATAPREV adotará preferencialmente o processo de seleção pública para contratação de patrocínio, todavia, poderá utilizar, entre outras, o projeto convidado, a escolha direta ou Leis de Incentivo:

- Seleção Pública – A proposta é divulgada no site da DATAPREV, no Diário Oficial da União ou em outros meios que assegurem sua ampla divulgação.
- Projeto Convidado – Por meio de convite onde a DATAPREV acerta sua participação como patrocinadora do projeto.
- Escolha Direta – As propostas são recebidas e escolhidas de forma direta, sem fazer parte de um edital específico.
- Leis de Incentivo – As diretrizes, requisitos, condições e exigências para a obtenção de patrocínio são definidas em editais e/ou leis específicas no âmbito federal, estadual ou municipal e cabe à DATAPREV selecionar propostas, acompanhar sua realização, definir e exigir o cumprimento das



contrapartidas contratadas.

O processo de contratação somente é iniciado após ter sido a proposta devidamente aprovada pela Secom-PR, para valores definidos pela IN 02/2019. A formalização do patrocínio é realizada por meio de contrato assinado entre a DATAPREV e a entidade proponente.

7.4 Do orçamento

De acordo com o disposto no artigo 93 da Lei nº 13.303 de 30 de junho de 2016, as despesas com publicidade e patrocínio da DATAPREV não ultrapassarão, em cada exercício, o limite de 0,5% (cinco décimos por cento) da receita operacional bruta do exercício anterior.

É vedado à DATAPREV 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.

7.5 Das restrições

Com base nos dispositivos legais elencados no item 5 – Referências Legais e Normativas – e outros normativos complementares que dispõem sobre a matéria, esta Política de Patrocínio faz as seguintes restrições:

7.5.1 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 a DATAPREV;
- 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;
- 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) estimulem ou provoquem danos ambientais;
- k) estimulem ou provoquem maus tratos a animais; e
- l) não estejam alinhadas com a Política de Conformidade e Integridade da DATAPREV;



m) que vinculem a marca da DATAPREV a condutas ou hábitos que possam prejudicar a imagem da empresa.

7.5.2 Não são admitidos projetos de patrocínios:

- a) cujos proponentes respondam investigação em curso ou tenham condenação relacionada ao descumprimento da Lei Anticorrupção após o cumprimento da pena pela condenação;
- b) cujos proponentes não desfrutem de idoneidade fiscal e creditícia;
- c) cujos proponentes sejam empregados efetivos, contratados e/ou terceirizados da DATAPREV, 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;
- d) cujos proponentes sejam entidades com fins lucrativos que tenham como seus representantes legais empregados ou pessoas com grau de parentesco até o terceiro grau com empregados e/ou dirigentes da DATAPREV;
- e) propostos por organizações sindicais.

7.6 Da Prestação de Contas

O proponente deve entregar relatório contendo a comprovação da execução do patrocínio no prazo máximo de 30 (trinta) dias após sua realização. O documento deve ser entregue ao órgão responsável pela comunicação social.

O pagamento do patrocínio está condicionado à prestação de contas, que deverá conter a comprovação das contrapartidas previstas no contrato. No caso de patrocínio via lei de incentivo fiscal, deverá ser observada a legislação aplicável e seus respectivos atos normativos.

7.7 Da Integridade Corporativa

Nas ações de patrocínio promovidas pela DATAPREV devem ser observados os aspectos relacionados à integridade corporativa, tanto de responsabilidade das patrocinadas quanto da empresa.

8 Atualização

A presente Política de Patrocínio será atualizada sempre que necessário.

9 Disposições Finais

A contratação de patrocínio junto à DATAPREV implica a aceitação de todos os termos constantes desta política, bem como a declaração de que conhece a Política de Conformidade



e Integridade da DATAPREV <https://DATAPREV.gov.br/governanca-normativos/politica-de-conformidade-e-integridade>.

Fica definido o sítio <http://portal.DATAPREV.gov.br/> para a divulgação de quaisquer informações oficiais sobre patrocínios, sem prejuízo da utilização de outros veículos de comunicação de que a empresa venha a dispor.

Dúvidas sobre a Política de Patrocínio poderão ser esclarecidas pelo endereço eletrônico patrocinio@dataprev.gov.br.

As situações não previstas nesta Política de Patrocínios serão submetidas à Diretoria Executiva da DATAPREV.

10 Glossário

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.
Patrocínio institucional	Patrocínio que tem o objetivo de divulgar atuação, fortalecer conceito, agregar valor à marca, por meio de projetos que valorizem o desenvolvimento humano, promovam a acessibilidade, estimulem o respeito ao meio ambiente e o desenvolvimento regional.
Patrocínio mercadológico	Patrocínio que tem o propósito de incrementar vendas, gerar reconhecimento ou ampliar relacionamento do patrocinador com seus públicos de interesse.
Patrocinador	Órgão ou entidade da administração pública federal que, no exercício de suas atividades, constata a conveniência e a oportunidade de patrocinar.
Patrocinado	Pessoa física ou jurídica que oferece ao patrocinador a oportunidade de patrocinar projeto.
Projeto de patrocínio	Iniciativa do patrocinado, descrita em documento em que apresenta as características, as justificativas e a metodologia de sua execução, estabelece cotas de participação, contrapartidas e informa outras singularidades da ação proposta ao patrocinador.
Contrapartida	Obrigação contratual do patrocinado que expressa o direito de associação da marca do patrocinador ao projeto patrocinado, tais como: a) exposição da marca do patrocinador 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; d) adoção pelo patrocinado de práticas voltadas ao desenvolvimento social e ambiental.



Contrato de patrocínio	Instrumento aprovado pelo órgão responsável pela consultoria jurídica para a formalização do patrocínio, em que patrocinador e patrocinado estabelecem seus direitos e obrigações.
Incentivo Fiscal	Mecanismo que faculta às pessoas físicas ou jurídicas a opção pela aplicação de parcelas de imposto, a título de doações ou patrocínios, no apoio direto a projetos culturais. Ou seja, é uma ferramenta para que a sociedade possa decidir aplicar, e como aplicar, parte do dinheiro de seus impostos em ações culturais.
Marketing cultural	Toda ação de marketing que usa a cultura como veículo de comunicação para promoção do nome ou fixar imagem de uma empresa patrocinadora.
Marketing esportivo	Toda ação de marketing que usa o esporte como veículo de comunicação para se difundir o nome ou fixar imagem de uma empresa patrocinadora.