



COMPANHIA DE PROCESSAMENTO DE DADOS DO ESTADO DE SÃO PAULO - PRODESP

Política de Patrocínio

Aprovado na reunião do Conselho de Administração em 28/02/2025



SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	4
2.	REFERÊNCIAS	4
3.	OBJETIVO.....	4
4.	ABRANGÊNCIA	5
5.	DEFINIÇÕES.....	5
6.	PROCEDIMENTOS, CONCEITOS E ATRIBUIÇÕES GERAIS	7
7.	CANAL DE DENÚNCIAS	12
8.	VIOLAÇÃO DA POLÍTICA	13
9.	DISPOSIÇÕES FINAIS	13



Histórico das Revisões:

Rev. Nr.	Data	Descrição
00	08/02/2024	Versão inicial

1. INTRODUÇÃO

A Política de Patrocínio estabelece diretrizes e orientações, de acordo com a legislação vigente, a serem observadas pela PRODESP para a concessão de patrocínio a eventos de responsabilidade de terceiros.

2. REFERÊNCIAS

Deverão ser observadas na adoção desta Política a legislação e suas regulamentações aplicáveis, e os normativos internos da Prodesp, destacando-se:

- Lei federal nº 9.504/1997
- Lei federal nº 13.303/2016
- Lei federal nº 13.709/2018
- NP-055 - Norma de Aplicação de Medidas Disciplinares

3. OBJETIVO

3.1. A presente Política de Patrocínios tem como objetivo estabelecer as diretrizes, regras e os princípios que orientam a concessão de patrocínios pela PRODESP, assegurando que todas as ações estejam alinhadas aos valores éticos, sociais e ambientais da empresa, bem como em conformidade com a legislação vigente, de tal modo que os patrocínios auxiliem no atingimento dos objetivos de comunicação institucionais e/ou mercadológicos da Companhia, agregando valor à sua marca, gerando aproximação com públicos estratégicos, favorecendo a construção de relacionamento com o mercado e, sobretudo, reafirmando o compromisso com a transformação digital.

3.2. A PRODESP patrocina eventos de terceiros, associando a sua imagem e credibilidade, visando:

- a) divulgar e valorizar a marca PRODESP, intensificando o reconhecimento nas suas diversas áreas de atuação;
- b) divulgar a atuação e o posicionamento empresarial, soluções digitais e serviços junto à sociedade e públicos de interesse da Companhia;
- c) promover estratégias de comunicação e marketing no relacionamento com entes públicos e privados;
- d) fortalecer o relacionamento da empresa com seus clientes, públicos de interesse e sociedade, criando um ambiente favorável para negócios.
- e) consolidar o compromisso da PRODESP de prover soluções digitais inovadoras ao governo e à sociedade.

4. ABRANGÊNCIA

Esta política se aplica a todos os colaboradores, diretores e conselheiros da PRODESP, bem como a terceiros que atuem em nome da empresa, e abrange todas as atividades de patrocínio, independentemente do valor ou da natureza da entidade beneficiada, devendo também, no que for aplicável, ser seguida pelos proponentes e patrocinados.

5. DEFINIÇÕES

Para efeitos desta Política, entende-se por:

- a) **Área de Compliance:** equipe alocada para tratar de questões relacionadas à Conformidade e Integridade, dentro da Gerência de Riscos, Controles e Integridade, formada por profissionais, assessores, coordenador, estagiários e gestores responsáveis pela manutenção do Programa de Integridade da PRODESP;
- b) **Contrato de patrocínio:** instrumento jurídico para formalização de acordo, condições e termos estabelecidos entre o patrocinado e a PRODESP, que descreve os direitos e as obrigações entre as partes, em decorrência de um patrocínio;
- c) **Contrapartida:** obrigação contratual do patrocinado, em decorrência do patrocínio recebido, que expressa os direitos adquiridos pela PRODESP, tais como:
 - c.1) divulgação da marca/nome da Companhia e/ou de seus programas, produtos e serviços no âmbito do projeto patrocinado;
 - c.2) benefícios de natureza comercial oriundos do tipo de ação patrocinada;
 - c.3) permissão para atuação institucional e/ou mercadológica do patrocinador junto aos públicos envolvidos na ação patrocinada;
 - c.4) cota de convites, ingressos, credenciais e/ou liberação de acessos virtuais, dentre outros, destinados aos públicos de interesse da PRODESP;
 - c.5) autorização para uso de nomes, marcas, símbolos, slogans, conceitos e imagens da ação patrocinada pela PRODESP;
 - c.6) adoção pelo patrocinado de práticas voltadas ao desenvolvimento social e ambiental, dentre outras passíveis de negociação;

Nota: A aplicação da marca/nome da PRODESP em materiais promocionais ou em peças de divulgação da ação patrocinada configura dever mínimo do patrocinado e direito básico da PRODESP.

Classificação: Informação Pública

- d) **Due Diligence:** avaliação de Terceiros, incluindo parceiros de negócios, prestadores de serviços e fornecedores, por meio da verificação de informações públicas ou qualquer outra forma lícita, com o intuito de (i) verificar se agem de acordo com as boas práticas de integridade, legalidade e transparência, nos termos da legislação vigente e dos documentos parte do Programa de Integridade da PRODESP, e (ii) avaliar o risco da prática de Corrupção e Suborno;
- e) **Evento comercial:** aquele que favoreça a aproximação da empresa com os públicos de interesse das diversas soluções digitais PRODESP. A participação da Companhia é baseada em criar um ambiente favorável para negócios, conquistar clientes e ampliar a presença da PRODESP no mercado de atuação relacionado ao evento;
- f) **Evento técnico:** aquele focado em questões técnicas de interesse da PRODESP para desenvolvimento de novas tecnologias, estímulo à produção e compartilhamento de conhecimento técnico-científico; fomento e discussão acerca de novas tecnologias e tendências digitais;
- g) **Evento institucional / estratégico:** aquele que reforce valores da PRODESP e/ou do Governo do Estado de São Paulo. A participação em eventos dessa natureza é motivada pelo fortalecimento da marca PRODESP junto ao público do evento e pela possibilidade de associação da sua marca a valores e atributos relevantes para a imagem da Companhia.
- h) **Leads:** clientes potenciais - pessoas ou empresas que demonstrem interesse em adquirir um produto ou serviço e que fornecem seus dados para o início de um relacionamento.
- i) **Patrocinador:** a PRODESP, que adquire direitos para associação de sua imagem/marca, por meio de contrato, visando alcançar objetivos de comunicação institucionais e/ou mercadológicos, estabelecidos para cada ação patrocinada;
- j) **Proponente:** pessoa física ou jurídica que detém a titularidade ou os direitos reais de realizar e/ou comercializar um projeto de patrocínio e que, ao celebrar o contrato com a PRODESP, se torna patrocinado;
- k) **Projeto de patrocínio:** documento de iniciativa de um proponente utilizado para apresentar proposta a potenciais patrocinadores contendo informações que detalhem uma ação, evento ou objeto a ser patrocinado, tais como justificativas, objetivos, características, públicos envolvidos, metodologias de execução, condições financeiras, cotas de participação e contrapartidas, dentre outras;
- l) **Vantagem Indevida:** benefício ofertado ou recebido, sem que haja fundamento lícito para tanto. Decorrente normalmente em razão da posição ou cargo ocupado pelo envolvido ou da troca de favores que possam gerar prejuízo aos cofres públicos ou afrontar a livre concorrência. A vantagem poderá se concretizar em forma de valores ou mesmo de benefícios, como produtos, presentes, vagas de trabalho, viagens etc.

6. PROCEDIMENTOS, CONCEITOS E ATRIBUIÇÕES GERAIS

6.1. Diretrizes Gerais

6.1.1. As diretrizes contidas nesta Política estão alinhadas a determinações legais, normativos internos e boas práticas relacionadas ao tema patrocínio, adequando-se, no que couber, às orientações do Governo do Estado de São Paulo e às recomendações dos órgãos de supervisão, fiscalização e controle.

6.1.2. Todos os patrocínios devem estar alinhados com os valores e os objetivos estratégicos da PRODESP.

6.1.3. Os patrocinados devem ser escolhidos com base em critérios objetivos, tais como idoneidade, histórico de atuação, impacto social e alinhamento com as causas defendidas pela Companhia.

6.1.4. É vedado o patrocínio a eventos que não estejam em conformidade com as leis e os regulamentos aplicáveis, bem como àqueles que possam comprometer a reputação da PRODESP. Patrocínios a partidos políticos ou entidades com conflitos de interesse também são proibidos.

6.1.5. As ações dos envolvidos no processo de patrocínio devem ser pautadas pelo Código de Conduta e Integridade, pelo Programa de Integridade e pela Política de Transações com Partes Relacionadas da PRODESP, bem como pelos demais documentos normativos da Companhia, de forma a coibir irregularidades, fraudes, corrupção e desvios éticos, visando a preservação da imagem institucional e da reputação da companhia perante seus públicos estratégicos.

a) A PRODESP selecionará os projetos de patrocínio de acordo com os interesses estratégicos da empresa, bem como a partir da análise das contrapartidas oferecidas pelo patrocinado, sempre com base em critérios legais, comerciais, institucionais e orçamentários.

b) A PRODESP verificará as condições mínimas de integridade do beneficiário do patrocínio, que deverá garantir o alinhamento dos demais patrocinadores às exigências contidas nesta Política, evitando a associação da marca PRODESP a instituições/empresas envolvidas em fraudes e/ou corrupção.

6.2. A modalidade de escolha adotada pela PRODESP exige uma atuação transparente e impessoal dos seus gestores, os quais devem sempre prezar pela economicidade, legalidade e publicidade dos seus atos, além dos demais princípios da administração pública.

6.2.1. A escolha dos projetos deve obedecer, estritamente, a critérios de interesse institucional e/ou mercadológico e os projetos selecionados devem, obrigatoriamente, estar alinhados à missão, políticas, objetivos estratégicos e comerciais da Companhia.

Classificação: Informação Pública

6.3. Processo de Aprovação

6.3.1. Diversos são os critérios analisados pela PRODESP ao escolher patrocinar determinado projeto ou evento de responsabilidade de terceiros, sendo eles:

- a) apoio a ações que tenham aderência à missão, ao Planejamento Estratégico e ao discurso institucional da companhia;
- b) incentivo a ações vinculadas às políticas públicas no setor de Tecnologia da Informação e temas correlatos à natureza dos serviços dos seus clientes;
- c) aumento da presença da PRODESP no mercado, com foco no provimento de soluções digitais ao governo, mercado privado e sociedade;
- d) fomento a ações técnico-científicas relacionadas ao aprimoramento, direto ou indireto, dos negócios em que a PRODESP e os seus clientes atuam; ou
- e) reforço do posicionamento da PRODESP como provedora de inteligência e propulsora da transformação digital.

Os critérios para escolha deverão estar alinhados com os valores da PRODESP, de forma transparente, sempre respeitando a legislação aplicável a cada caso. Além disso, deverão ser evitados patrocínios que possam causar situação de possível conflito de interesses.

Os patrocínios devem sempre ser realizados de acordo com os critérios acima e no melhor interesse da Companhia.

6.3.2. Toda proposta de patrocínio deverá ser formalmente apresentada, detalhando os objetivos, o público-alvo, o orçamento estimado e as contrapartidas esperadas do patrocinado.

6.3.3. A proposta de patrocínio será submetida a uma análise e due diligence, conforme descrito na seção específica desta Política, para assegurar que o patrocinado cumpre com os requisitos de conformidade e idoneidade.

6.3.4. A concessão de patrocínio a eventos de responsabilidade de terceiros deverá ser aprovada pela Diretoria da PRODESP, nos termos da Tabela de Alçadas, ou de documento que vier a substituí-la, com anuência prévia da Área de Compliance, mediante apresentação de parecer, garantindo que o patrocínio esteja de acordo com esta Política e com os objetivos estratégicos da Companhia.

6.3.5. As autorizações de despesa devem seguir a legislação, as competências, as alçadas, os regulamentos e os procedimentos internos da Companhia.

6.4. Vedações

É vedada a concessão de patrocínio a eventos que:

Classificação: Informação Pública

- a) estejam em desacordo com a missão da Companhia ou com as orientações emanadas das políticas públicas do Governo do Estado de São Paulo;
- b) apresentem cunho religioso, eleitoral, natureza discriminatória, jogos de azar e/ou apostas;
- c) nos quais o proponente, ou seu representante legal, não disponha de idoneidade fiscal, creditícia e/ou não goze de boa reputação no mercado;
- d) não estejam em conformidade com o Código de Conduta e Integridade, a Política de Transações com Partes Relacionadas e a Política de Segurança da Informação da PRODESP;
- e) apresentem elevado grau de risco associado à sua execução, a ser apurado por meio de procedimento próprio definido pela Gerência de Comunicação da Prodesp.

São igualmente vedados:

- a) patrocínios que tenham a finalidade de obter vantagem indevida ou sejam utilizados como forma de pagamento de vantagem indevida a agente público ou que sejam aplicados em desacordo com os princípios de integridade da PRODESP.
- b) patrocínios para pessoas jurídicas controladas, direta ou indiretamente, por pessoa politicamente exposta, agentes públicos, ou por Autoridade Governamental com objetivo de favorecimento pessoal;
- c) patrocínios para instituições envolvidas em atividades corruptas ou em qualquer outra prática ilegal;
- d) patrocínios que possam gerar conflito de interesses.

6.5. A PRODESP receberá propostas de patrocínio pelo e-mail prodesp@prodesp.sp.gov.br, contendo minimamente a descrição do projeto, objetivos, cronograma, público-alvo, público estimado, contrapartidas, valor do investimento e informações de contato para retorno.

6.6. Mediante a observância da legislação aplicável, das diretrizes desta Política, assim como de seu Código de Conduta e Integridade e de sua Política de Transações com Partes Relacionadas, a PRODESP poderá buscar ativamente eventos de seu interesse para patrocínio.

6.7. As contrapartidas de patrocínio podem ser de diversas naturezas, entre elas a exposição e associação da marca PRODESP ao projeto, participação da empresa em palestras e reuniões, acesso a informações cadastrais dos participantes, desde que com a devida anuência destes, fortalecimento de rede de contatos, montagem de estande, distribuição de material institucional e serviços, entre outras.

6.8. Proteção de Dados Pessoais

Classificação: Informação Pública

6.8.1. Quando as contrapartidas envolverem o fornecimento de informações cadastrais dos participantes à PRODESP, a patrocinada é responsável por realizar a coleta em conformidade com a Lei federal nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD).

6.8.2. A patrocinada deverá comprovar, por meio da prestação de contas, que fez a coleta dos dados pessoais em conformidade com a LGPD:

a) em casos de coleta feita com base no consentimento deverá apresentar como é feita sua gestão de consentimento e se atendeu aos requisitos estabelecidos pela própria lei (consentimento livre, informado, inequívoco e para uma finalidade específica);

b) em casos de coleta feita com base em outra hipótese legal de tratamento presente nos artigos 7º e 11º da lei, deverá apresentar evidências claras da compatibilidade da finalidade com a referida hipótese legal.

6.9. Os investimentos financeiros para a modalidade de patrocínio são destinados a partir da projeção orçamentária anual de investimentos, observando os critérios da Lei federal nº 13.303/2016, que define que as despesas com publicidade e patrocínio não devem ultrapassar, em cada exercício, o limite de 0,5% (cinco décimos por cento) da receita operacional bruta do exercício anterior.

6.9.1. Conforme previsto na Lei Federal 13.303/2016, o limite anual de gastos com patrocínio poderá ser ampliado, até o limite de 2% (dois por cento) da receita operacional bruta do exercício anterior, por proposta da diretoria da Companhia justificada com base em parâmetros de mercado do setor específico de atuação da Prodesp e aprovada pelo Conselho de Administração.

6.9.2. A Diretoria Executiva deverá aprovar, em cada exercício, o Plano Anual de Eventos, que deverá conter a previsão orçamentária para gastos com patrocínios e os critérios para seleção dos eventos nos termos desta Política.

6.9.3. De forma a potencializar o retorno dos investimentos, mediante exposição da marca e captação de novos negócios, entre outros possíveis benefícios, o valor destinado anualmente a patrocínios deverá privilegiar a diversificação de iniciativas contempladas, sendo vedada sua aplicação total em um único projeto.

6.9.4. A previsão orçamentária para ações de patrocínio do planejamento anual de eventos deve observar a saúde econômico-financeira da empresa, de forma a garantir a adequação dos valores propostos à situação de liquidez da PRODESP no exercício.

6.9.5. Conforme previsto no art. 93, § 2º, da Lei federal nº 13.303/2016, nos anos em que houver eleição estadual, serão vedadas as 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.

6.9.6. De acordo com o previsto no artigo 73, VI, alínea “b”, da Lei federal nº 9.504/1997, é vedado, nos três meses que antecedem o pleito, autorizar publicidade institucional dos atos,

Classificação: Informação Pública

programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta, salvo em caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral.

6.10. Due Diligence

6.10.1. Antes de qualquer aprovação de patrocínio, a PRODESP deve realizar uma due diligence da proponente, verificando sua conformidade com as obrigações legais, sua idoneidade e possíveis riscos reputacionais ou legais à Companhia, devendo observar as Políticas e documentos normativos específicos sobre o tema.

6.10.2. Todos os resultados da due diligence deverão ser documentados e arquivados como parte do processo de aprovação.

6.11. Responsabilidades

6.11.1. Diretoria

- a) cumprir e fazer cumprir a Política de Patrocínio da PRODESP;
- b) aprovar o Planejamento Anual de Eventos;
- c) autorizar a concessão de patrocínios a eventos de terceiros, nos termos da Tabela de Alçadas da PRODESP ou de documento que vier a substituí-la.
- d) definir as métricas para aferir o retorno dos investimentos em patrocínio, considerando aspectos como retorno de imagem, geração de leads, prospecção de novos clientes, faturamento e outros indicadores relacionados ao negócio da Companhia.

6.11.2. Gerência de Riscos, Controles e Integridade

Por meio de sua Área de Compliance, a Gerência de Riscos, Controles e Integridade é responsável por:

- a) analisar, antes da efetivação, os potenciais patrocínios para identificação de riscos de integridade e reputação do proponente, mediante realização de due diligence;
- b) recomendar planos e/ou providências de mitigação para concretização do processo de patrocínio, nos casos em que forem identificados sinais de alerta nas pesquisas realizadas;
- c) arquivar e armazenar todas as solicitações referentes a patrocínios, bem como os resultados dos processos de due diligence realizados e os pareceres de compliance emitidos.

6.11.3. Gerência Jurídica

Antes da efetivação, revisar e validar os contratos de patrocínio, conforme as regras e procedimentos da Companhia.

6.11.4. Gerência de Comunicação

A Gerência de Comunicação é responsável por:

- a) gerenciar as ações de concessão de patrocínio, em consonância com esta Política;
- b) acionar a Gerência de Riscos, Controles e Integridade para realização da análise do potencial patrocínio e emissão de parecer;
- c) propor o Plano Anual de Eventos à Diretoria Executiva e, por ocasião da realização de cada evento, apresentar o parecer emitido pela Área de Compliance e obter a aprovação da Autoridade Competente, nos termos da Tabela de Alçadas da PRODESP, ou de documento que vier a substituí-la.
- d) arquivar a documentação pertinente ao processo de patrocínio como informação documentada.
- e) mensurar os resultados da participação da PRODESP em eventos de terceiros, em conjunto com as áreas pertinentes, com base nas métricas definidas pela Diretoria da Companhia.
- f) apresentar relatório periódico à Diretoria com os resultados aferidos nos termos do item “e”.
- g) avaliar questões relacionadas ao tema patrocínio e, se necessário, emitir orientações para adoção e implementação desta Política, dentro dos limites e respeitando as competências da Gerência de Riscos, Controles e Integridade em zelar pela conformidade e integridade institucional.

6.12. Prestação de Contas

6.12.1. Em todos os eventos patrocinados pela PRODESP é obrigatória a prestação de contas pelo PATROCINADO, mediante a apresentação de documentação que comprove a execução das contrapartidas estabelecidas, como relatórios analíticos e fotográficos, exemplares de publicações e/ou peças de divulgação, entre outros.

6.12.2. A prestação de contas e outras ações administrativas decorrentes do patrocínio serão regulamentadas pelas normas contábeis e as contratações regidas pelo Regulamento Interno de Licitações e Contratos da PRODESP, bem como demais normativos afetos

7. CANAL DE DENÚNCIAS

7.1. A PRODESP dispõe de canal para recebimento de denúncias a respeito de atitudes ou comportamento de seus profissionais em desacordo com a Lei, e com os princípios, valores, políticas e demais normativos da Companhia. Qualquer interessado que perceba alguma atitude que não pareça correta, poderá consultar nosso Código de Conduta e Integridade, bem como nossas políticas. Se identificar que algo está errado, poderá fazer uma denúncia em <https://fala.sp.gov.br/>.

7.2. Os reclamantes poderão se identificar ou permanecer anônimos quando da realização de uma denúncia.

7.3. Não será tolerada qualquer forma de retaliação contra aquele que, de boa-fé, informar fato ou suspeita de conduta ilegal, violações das normas desta Política e de demais documentos normativos complementares, ou colaborar em processos de apuração.

8. VIOLAÇÃO À POLÍTICA

8.1. Caso a PRODESP tome conhecimento de qualquer indício de irregularidade (seja por meio de denúncias, monitoramento/auditoria ou outras fontes), iniciará investigação interna conforme os procedimentos estabelecidos pela Companhia. O propósito da investigação é, em respeito ao devido processo legal, examinar os eventos, confirmar a veracidade das informações obtidas, coletar evidências e oferecer oportunidade de ampla defesa ao investigado.

8.2. Em situações em que os relatos sejam procedentes e impliquem em violação das políticas e processos da PRODESP, serão aplicadas as medidas disciplinares cabíveis, não prejudicando a comunicação às autoridades competentes, quando o caso comportar.

8.3. Serão aplicáveis as sanções previstas na NP-055 - Norma de Medidas Disciplinares (incluindo-se a demissão por justa causa por ato de improbidade), sem prejuízo da adoção de outras medidas judiciais.

9. DISPOSIÇÕES FINAIS

9.1. Os valores que norteiam as ações de comunicação e marketing da PRODESP, tanto na condução quanto nos objetivos a serem perseguidos, são os identificados no Planejamento Estratégico.

9.2. Cabe à Gerência de Comunicação da PRODESP dirimir dúvidas e coordenar ações para equacionar questões não previstas nesta Política, submetendo à Diretoria Executiva o que não se enquadrar em sua competência e responsabilidade.

9.3. Esta Política deverá ser revisada ou atualizada quando da ocorrência de mudanças significativas nos assuntos que nela constam, a fim de manter sua aplicabilidade.

9.4. A PRODESP deverá dar conhecimento desta Política a todas as partes interessadas, inclusive em compromissos contratuais.