



# política de contribuição, doação e patrocínio

Documento aprovado na 397ª reunião do Conselho de Administração, em 30/04/2025, com vigência a partir da aprovação.



## Sumário

CAPÍTULO I – FINALIDADE E ABRANGÊNCIA .....	3
CAPÍTULO II – OBJETIVOS .....	3
CAPÍTULO III – DEFINIÇÕES .....	3
CAPÍTULO IV – PRINCÍPIOS E DIRETRIZES .....	4
CAPÍTULO V – DOS PROJETOS PASSÍVEIS DE PATROCÍNIO.....	5
CAPÍTULO VI – VEDAÇÕES .....	5
CAPÍTULO VII – DA CONTRAPARTIDA .....	7
CAPÍTULO VIII – DA PRESTAÇÃO DE CONTAS .....	8
CAPÍTULO IX – DOAÇÕES.....	9
CAPÍTULO X – DISPOSIÇÕES COMUNS AOS PATROCÍNIOS E DOAÇÕES.....	9
CAPÍTULO XI – CONTRIBUIÇÕES E DOAÇÕES POLÍTICAS.....	9
CAPÍTULO XII – RESPONSABILIDADES.....	9
CAPÍTULO XIII – DISPOSIÇÕES FINAIS.....	10

## CAPÍTULO I – FINALIDADE E ABRANGÊNCIA

Art. 1. A presente política tem por finalidade estabelecer os procedimentos e as regras que deverão ser observados para a concessão de contribuições, doações e patrocínios realizados pela Companhia de Tecnologia da Informação e Comunicação – Celepar, alinhada à transparência nos processos e às melhores práticas de governança corporativa.

Art. 2. Esta política se aplica aos administradores, aos empregados do quadro regular, aos ocupantes de cargo em comissão, aos cedidos à empresa, aos terceirizados, aos menores aprendizes e aos estagiários.

## CAPÍTULO II – OBJETIVOS

Art. 3. São objetivos desta política:

I - Contribuir para viabilizar projetos culturais, sociais, esportivos, educacionais, socioambientais e de inovação tecnológica, fortalecendo e valorizando a imagem corporativa da companhia;

II - Agregar valor e legitimar o posicionamento da Celepar junto ao público formador de opinião e/ou potenciais clientes no segmento de tecnologia da informação;

III - Consolidar a imagem da Celepar, através da integração e comunicação com a sociedade, vinculando-a ao cumprimento de sua missão, destacando os valores institucionais;

IV - Fortalecer a marca da Celepar na realização de sua atividade-fim, em âmbito local, estadual e nacional.

V - Aumentar a visibilidade da empresa em eventos, mídias sociais e outros canais, de modo a atrair novos clientes e oportunidades de negócios;

## CAPÍTULO III – DEFINIÇÕES

Art. 4. Os principais termos citados nesta política incluem:

I - Contrapartida: obrigação contratual do patrocinado, em decorrência do patrocínio recebido, que expressa os direitos adquiridos pela Celepar no projeto;

II - Contribuição: qualquer contribuição ou doação financeira feita a partido político ou candidato;

III - Doações: qualquer contribuição (financeira ou não) a terceiros feita por liberalidade, sem contrapartidas de nenhuma natureza, por exemplo, ações sociais, caridade, filantropia, entre outros, alinhados à estratégia de atuação social da Celepar;

IV - Incentivo Fiscal: projetos que atendam aos critérios definidos em leis de incentivo como a Lei Federal de incentivo à cultura 8.313/91 (Lei Rouanet), a Lei de Incentivo ao Esporte 11.438/06 (LIE), o Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica (Pronon) e o Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência (Pronas/PCD);

V - Patrocínio: qualquer contribuição financeira, seja ele incentivado ou não, concedido a projetos de iniciativa de terceiros, mediante contrapartidas de divulgação com potencial de gerar reconhecimento da atuação da Celepar, agregar valor à sua marca, incrementar vendas e disseminar o seu nome, promovendo e ampliando o relacionamento junto aos públicos de interesse;

VI - Patrocínio incentivado: apoio a projetos de iniciativa de terceiros enquadrados nas leis de incentivo fiscal;

VII - Patrocínio não incentivado: ações de iniciativa de terceiros não inscritas em lei de incentivo fiscal, que tenham fins mercadológicos, institucionais, de cunho socioambiental, educativo, de desenvolvimento do setor de tecnologia da informação ou responsabilidade social;

VIII - Patrocinado: pessoa física ou jurídica, pública ou privada, beneficiária direta do patrocínio, com a qual a Celepar pactue a execução de atividades culturais, sociais, esportivas, educacionais e de inovação tecnológica, envolvendo a realização de projeto, atividade, serviço, aquisição de bens ou eventos de interesse recíproco, em regime de mútua cooperação, mediante a celebração de contrato de patrocínio;

IX - Prestação de contas: comprovação de que o repasse financeiro foi utilizado de acordo com o cronograma e forma previstos no contrato de patrocínio, sendo obrigatória para todos os contratos de patrocínio, incentivados ou não;

X - Projeto de patrocínio: documento elaborado pelo patrocinado, no qual apresenta as características, as justificativas e a metodologia de sua execução, estabelece cotas de participação, contrapartidas e condições financeiras e informa outras singularidades da ação proposta ao patrocinador.

## CAPÍTULO IV – PRINCÍPIOS E DIRETRIZES

Art. 5. Para a aplicação desta política, a Celepar adota os seguintes princípios: ética; moralidade; transparência; integridade; legalidade e impessoalidade.

Art. 6. Os projetos de patrocínio devem ter como diretrizes:

I - Conciliar os interesses institucionais e mercadológicos da Celepar, promovendo projetos que estejam alinhados ao Plano de Negócios, aos Objetivos Estratégicos da Companhia ou ligados ao seu ramo de atuação;

II - Disseminar a marca, intensificando seu reconhecimento e relacionamento com a comunidade nos locais de atuação;

III - Apoiar projetos que possam impulsionar os negócios da Companhia;

IV - Incentivar projetos compatíveis com o propósito, a missão, a visão e os valores da Celepar.

## **CAPÍTULO V – DOS PROJETOS PASSÍVEIS DE PATROCÍNIO**

Art. 7. São consideradas iniciativas passíveis de patrocínio os projetos de iniciativa de terceiros com foco em uma ou mais das seguintes áreas de atuação:

I - Cultura: produção de espetáculos, festivais artísticos, culturais e musicais, realização de mostras e exposições, que busquem valorizar a cultura nas suas diferentes manifestações;

II - Promoção de melhoria de qualidade de vida: cuidados com a criança, o adolescente e o idoso;

III - Esporte: competições, maratonas, campeonatos, torneios e demais eventos esportivos;

IV - Educação: projetos de natureza socioeducativa, em especial nos segmentos da tecnologia da informação como proteção de dados, segurança da informação, desenvolvimento de sistemas e de infraestrutura de comunicação e conexão.

V - Promoção mercadológica: projetos que visem ao fortalecimento dos segmentos de atuação da Celepar, relacionados à área de TI ou cujos temas sejam convergentes com os interesses da Celepar;

VI - Projetos técnicos, congressos, feiras, fóruns e seminários: eventos que tenham como objetivo o compartilhamento de informações pertinentes à tecnologia da informação como inovação tecnológica, proteção de dados, segurança da informação, desenvolvimento de sistemas e de infraestrutura de comunicação e conexão.

VII - Políticas públicas do setor de tecnologia da informação e comunicação;

VIII - Inovação em suas diferentes perspectivas;

IX - Sustentabilidade ambiental, social e governança corporativa, incluindo temas associados ao compliance, ética e integridade em geral;

Art. 8. Não será concedido patrocínio incentivado quando, segundo manifestação prévia da área de contabilidade e planejamento tributário, os tributos envolvidos na lei de incentivo estiverem contemplados nos efeitos da declaração de imunidade tributária recíproca.

## **CAPÍTULO VI – VEDAÇÕES**

Art. 9. Não podem ser contemplados com contribuições, doações ou patrocínios quaisquer pessoas físicas, jurídica, ou projetos:

I - Que estejam em desacordo com os princípios que regem a Administração Pública;

II - Que sejam executados, na sua totalidade, fora do Estado do Paraná, à exceção de eventos relacionados especificamente ao setor de tecnologia da informação ou à divulgação de serviços e produtos constantes do portfólio da Companhia;

III - De cunho exclusivo e notoriamente religioso ou político-partidário, exceto manifestações culturais populares reconhecidamente tradicionais;

IV - De natureza político-partidária, para partidos políticos ou candidatos a cargos públicos;

V - Que não estejam alinhados com o Código de Conduta e Integridade e com os valores da Celepar;

VI - Que violem a legislação, o bem-estar do público-alvo ou caracterizem afronta aos direitos humanos;

VII - Vinculados a informações distorcidas, enganosas que possam prejudicar a imagem da Celepar;

VIII - Que envolvam instituições listadas no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP);

IX - Que tenham o intuito de obter vantagem inadequada ou influenciar a ação de qualquer pessoa, seja agente público, parceiro, fornecedor, dentre outros;

X - Para instituições e organizações que tenham suas atividades relacionadas com o negócio da Celepar, de forma a evitar situação que gere potencial conflito de interesse;

XI - Onde a contrapartida estiver condicionada a algum negócio realizado, em curso ou em potencial;

XII - Para proponente anteriormente beneficiado por patrocínio que não tenha cumprido integralmente com as metas ou com as contrapartidas acordadas;

XIII - Que não comprovem experiência anterior em atividades referentes à matéria objeto do patrocínio;

XIV - Que tenham, em suas relações anteriores com a Celepar, incorrido em condutas que levaram à aplicação da sanção de suspensão, enquanto durarem os efeitos;

XV - Para evento criado especificamente para Celepar;

XVI - Que tenham como proponentes ou em cuja direção executiva da entidade promotora participem:

a) Empregado da companhia, ou ascendente, descendente, parente colateral ou afim, até o terceiro grau, cônjuge, companheiro ou sócio de empregado;

b) Membros da Diretoria Executiva, do Conselho de Administração ou do Conselho Fiscal da Celepar;

c) Dirigente de órgão ou entidade da Administração Pública do Estado do Paraná, bem como seus respectivos cônjuges ou companheiros, parentes em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;

d) Pessoa que tenha sido condenada por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, contra a economia popular, à fé pública ou à propriedade, ou à pena criminal que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos;

e) Pessoas julgadas responsáveis por falta grave e inabilitadas para exercício de cargo em comissão ou função de confiança;

f) Pessoas condenadas pela prática de ato de improbidade administrativa, em processo já transitado em julgado;

XVII - Que tenham como proponentes organizações que:

a) Foram suspensas de participar de licitação ou impedida de contratar com a Administração Pública;

b) Foram declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública, ou para participar de chamamento público ou celebrar parceria ou contrato com órgãos e entidades do Poder Público;

c) Foram suspensas temporariamente da participação em chamamento público, ou impedidas de celebrar parceria ou contrato com órgãos e entidades do Estado do Paraná;

d) Tiveram contas de parcerias anteriores rejeitadas pela Administração Pública, nos últimos 5 (cinco) anos;

e) Empregam menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre ou menor de dezesseis anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz a partir de 14 (quatorze) anos.

## CAPÍTULO VII – DA CONTRAPARTIDA

Art. 10. Todos os projetos deverão apresentar as propostas de contrapartidas oferecidas à Celepar, de forma detalhada e com cotas explícitas.

Parágrafo único. Todas as despesas atinentes às contrapartidas oferecidas à empresa ficarão a cargo do patrocinado.

Art. 11. De acordo com a especificidade do projeto proposto e com a cota a ser patrocinada, as contrapartidas deverão compreender:

I - Ampla divulgação da Celepar com a inserção da logomarca, de forma padronizada, em todas as peças promocionais de divulgação do projeto, peças gráficas (folders, banners, cartazes, etc.),

releases de imprensa, peças de comunicação para mídia eletrônica, mídias digitais, sites, CDs, DVDs, dentre outras possibilidades;

II - Veiculação da logomarca em todos os exemplares, no caso de obras literárias, CDs ou DVDs e nos créditos iniciais e finais de audiovisuais e espetáculos;

III - Disponibilização de exemplares, no caso de obras literárias, CDs ou DVDs, em número a ser definido no ato da aprovação;

IV - Autorização para exibição do filme em eventos com fins institucionais ou educativos promovidos pela Celepar, após sua exibição no circuito comercial;

V - Cota de convites, ingressos, credenciais e/ou liberação de acessos presenciais, virtuais, dentre outros, destinados ao público de interesse da Celepar;

VI - Cessão de espaço físico quando houver feiras ou exposições.

§ 1º A aplicação da marca/nome da Celepar em materiais promocionais ou em peças de divulgação da ação patrocinada configura dever mínimo do patrocinado e direito básico da Celepar, de forma que a companhia poderá exigir que toda aplicação deva passar por aprovação.

§ 2º Não será considerada divulgação da logomarca, portanto descumprimento da contrapartida, a inserção em mídia eletrônica, mídias digitais e sites, que ocorram em áreas/páginas secundárias, de difícil acesso ao público ou que estejam em proporção menor de outros patrocinadores de cota semelhante.

## CAPÍTULO VIII – DA PRESTAÇÃO DE CONTAS

Art. 12. A prestação de contas é a apresentação do relatório de aplicação dos recursos no valor aprovado e apresentação de registro fotográfico, exemplares dos materiais de divulgação, vídeos, CDs, DVDs e demais materiais produzidos, assim como cópia de matérias que tenham sido veiculadas na mídia, para comprovação da execução das contrapartidas constantes no contrato de patrocínio.

Art. 13. É facultado à Celepar o direito de, em qualquer tempo:

I - fiscalizar in loco a aplicação dos recursos;

II - solicitar a apresentação de relatórios técnicos ou financeiros que entender pertinentes;

III - verificar se a patrocinada não incorreu, durante a execução do objeto do contrato, em qualquer das vedações previstas nesta política.

## **CAPÍTULO IX – DOAÇÕES**

Art. 14. A Celepar poderá realizar doações de bens móveis inservíveis seguindo o disposto em sua Norma de Registro e Controle de Bens Patrimoniais e em seu Regulamento Interno de Licitações, Contratos e Convênios (RILC).

## **CAPÍTULO X – DISPOSIÇÕES COMUNS AOS PATROCÍNIOS E DOAÇÕES**

Art. 15. Para que a solicitação de patrocínio seja atendida, é necessário o envio do pedido, por escrito, em papel timbrado ou identificação da pessoa física ou jurídica solicitante, contendo as seguintes informações:

I - razão social, CNPJ, inscrição estadual e/ou municipal (quando aplicável);

II - endereço completo, nome e telefone de contato;

III - outras informações relevantes para a identificação da pessoa, instituição ou organização beneficiária;

IV - descrição do objetivo do projeto, a exposição de motivos e demonstração da finalidade do patrocínio.

§ 1º. Caso a solicitante seja pessoa jurídica, a solicitação deve ser assinada pelo representante legal, conforme previsto em seu Estatuto Social ou outro documento constitutivo.

§ 2º. Admite-se a assinatura de procurador devidamente constituído.

Art. 16. É imprescindível que as doações e patrocínios sejam fundamentados, formalizados e contabilizados de forma precisa e detalhada, garantindo transparência sobre a aplicação dos valores dispendidos.

## **CAPÍTULO XI – CONTRIBUIÇÕES E DOAÇÕES POLÍTICAS**

Art. 17. É vedado realizar contribuições e doações a partido ou candidato, inclusive por meio de publicidade de qualquer espécie.

Art. 18. Esta política não impede que colaboradores, enquanto pessoas físicas e com recursos próprios, participem do processo político ou que façam contribuições ou doações políticas pessoais. Contudo, se desejarem fazê-lo, os colaboradores não poderão vincular, de forma proposital ou ostensiva, suas próprias contribuições políticas ao nome ou à imagem da Celepar.

## **CAPÍTULO XII – RESPONSABILIDADES**

Art. 19. Compete ao gabinete da Diretoria da Presidência:

I - Analisar as solicitações de patrocínio;

II - Encaminhar as solicitações aprovadas para operacionalização da área de marketing.

Art. 20. Compete à área de marketing:

I - Emitir justificativa sobre as solicitações de patrocínio aprovadas;

II - Fiscalizar o contrato de patrocínio e as atividades desenvolvidas;

III - Analisar se as prestações de contas das entidades patrocinadas estão de acordo com o contrato e os itens dessa política no capítulo de contrapartidas, emitindo parecer a respeito;

IV - Operacionalizar o patrocínio de acordo com as contrapartidas alinhadas com o proponente.

V - Zelar pelo uso e aplicação da marca.

Art. 21. Compete ao Diretor-Presidente:

I - Deliberar pela concessão ou não do patrocínio, e estabelecer a cota/valor a ser patrocinado;

II - Aprovar ou não, juntamente com o fiscal e mediante a apresentação de parecer elaborado pelo mesmo, a prestação de contas.

Art. 22. Compete a Diretoria Executiva:

I - Propor o limite anual para despesas com publicidade, marketing e patrocínio para o exercício seguinte, observados os limites legais e regulamentares;

II - Adotar todas as medidas cabíveis para que a presente política seja cumprida, inclusive denunciar qualquer violação da mesma;

III - Decidir sobre casos omissos desta política.

Art. 23. Compete ao Conselho de Administração:

I - Aprovar a presente política, bem como, sua revisão;

II - Aprovar, até a última reunião do exercício, o limite anual para despesas com publicidade, marketing e patrocínio para o exercício seguinte, observados os limites legais e regulamentares.

### **CAPÍTULO XIII – DISPOSIÇÕES FINAIS**

Para a aplicação do disposto nesta política, também deverá ser observado, e no que couber, a Política de Transações com Partes Relacionadas da Celepar, bem como as demais políticas, normas e regulamentos internos da Companhia.

Art. 24. A presente política será revisada sempre que necessário ou, pelo menos, a cada 4 (quatro) anos.



ePROTOCOLO

**Política 001/2025.**

Documento: **PoliticadePatocinio\_v11.pdf**.

Assinatura Qualificada realizada por: **Rodrigo Marra do Amorim** em 09/05/2025 16:19, **Renato Celso Beraldo Junior** em 09/05/2025 16:44, **Fabio Alexandre Pazzetto Arruda** em 09/05/2025 17:01, **Guaracy Andrade** em 12/05/2025 08:55, **Joao Elias de Oliveira** em 12/05/2025 08:58, **Andre Gustavo Souza Garbosa** em 14/05/2025 15:52.

Assinatura Avançada realizada por: **Allan Marcelo de Campos Costa (XXX.262.529-XX)** em 13/05/2025 16:12 Local: CELEP/CAD.

Inserido ao documento **1.525.621** por: **Cecilia Tereza Fernandes da Silva** em: 09/05/2025 16:08.



Documento assinado nos termos do Art. 38 do Decreto Estadual nº 7304/2021.

A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço:  
<https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento> com o código:  
**6576577d28b63fe03e82b446715e17b3**.