
CÓDIGO - PL 029**REVISÃO - Nº 01**

ÁREA EMITENTE - GERÊNCIA DE MARKETING**RESPONSÁVEL - EDNEY VASCURADO SANTOS**

TÍTULO - DOAÇÕES E PATROCÍNIOS

1. OBJETIVO

A presente política de doações e patrocínios (“Política”) tem por finalidade estabelecer as orientações, os critérios, processos e procedimentos aceitos pela Unimed Goiânia para ser doadora ou patrocinadora em projetos sociais, científicos, culturais e esportivos entre outros.

2. ÁREA DE APLICAÇÃO

Esta Política é aplicável a todas as áreas, colaboradores, médicos cooperados ou não, terceiros e fornecedores da Unimed Goiânia ou a quem vier atuar em seu nome.

3. DOCUMENTOS DE REFERÊNCIA

- Código de Conduta da Unimed Goiânia;
- Diretrizes Nacionais da Unimed do Brasil para Doações e Patrocínios;
- Legislação Civil;
- Lei Nº 12.846, de 1º de agosto de 2013 - Lei Anticorrupção Brasileira;
- Lei Nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991 - Lei Rouanet;
- Lei 11.438, de 29 de dezembro de 2006 - Lei Federal do Incentivo ao Desporto;
- Decreto Nº 8.420, de 18 de março de 2015;
- Análise de Critérios Avaliativos exigidos pela CGU para redação da Política de Doações e Patrocínios;
- Manual de Boas Práticas Corporativas do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa - IBGC;
- Diretrizes para empresas privadas - Manual da Controladoria Geral da União (CGU).

4. CONCEITOS

- **Ano civil:** é o período de 12 meses que corresponde a 365 dias do ano, contados a partir de 1 de janeiro a 31 de dezembro.
- **Doação:** Entende-se por doação como o ato de dar, sem qualquer ônus, um bem próprio, seja ele móvel ou imóvel ou em espécie, a outra pessoa ou a uma instituição.
- **Patrocínio:** O patrocínio ocorre quando uma empresa ajuda uma pessoa física, jurídica, ou o Poder Público a financiar um evento ou uma atividade cultural, científica, desportiva ou social, para tanto, oferece apoio financeiro ou não, em troca desconto, merchandising, publicidade, propaganda ou outro benefício.
- **Beneficiado:** É a pessoa física, jurídica ou o Poder Público que obtém a aprovação do seu Projeto e recebe a doação ou patrocínio.
- **Proponente ou Solicitante:** É a pessoa física, jurídica ou Poder Público que solicita patrocínio.
- **Projeto:** É a descrição detalhada do objeto da doação ou patrocínio, prevendo, quando aplicável, as ações que serão realizadas com início e término definidos, e que obedece às exigências e orientações da Unimed Goiânia.

5. SIGLAS

- Não se aplica.

6. POLÍTICA

6.1. DIRETRIZES A SEREM OBSERVADAS NA EXECUÇÃO DO PROCESSO QUE ORIENTAM PARA SUA COMPREENSÃO E APLICAÇÃO:

A Unimed Goiânia, seguindo as diretrizes da Unimed do Brasil, lança sua política de doações e patrocínios, a qual está diretamente vinculada ao seu negócio, visão, valores e missão. Projetos de doações ou patrocínios (“Projeto”) claramente alinhados com nossos critérios e categorias poderão receber recursos financeiros, prestação de serviços e/ou materiais, desde que tragam comprovado retorno mercadológico, assim entendido pelo Conselho de Administração e se enquadrem no orçamento anual disponível e previsto pela área competente.

6.2. DOS PROJETOS

6.2.1. A Unimed Goiânia incentiva:

- Projetos que promovam a igualdade de gênero e as diversidades étnica e cultural;
- Projetos que promovam a preservação ambiental e o desenvolvimento sustentável;
- Projetos que atendam o interesse coletivo da comunidade;
- Projetos esportivos e atividades lúdicas que promovam ou estimulam o bem-estar, a felicidade e a saúde física e mental;
- Projetos educacionais, profissionais ou sociais na área de saúde ou em áreas afins aos interesses da Cooperativa selecionados pelo setor de marketing;
- Projetos que estimulam hábitos saudáveis e não tragam risco ao participante;
- Projetos voltados para a infância e a terceira idade.

6.2.2. A Unimed Goiânia não promove doações e não patrocina:

- Projetos de cunho político-partidário;
- Projetos que tragam risco de morte ao participante;
- Projetos que incentivem o uso de drogas e bebidas alcoólicas;
- Projetos que sejam ligados a jogos de azar ou especulativo;
- Projetos que explorem trabalho infantil, degradante ou escravo;

CÓDIGO - PL 029

REVISÃO - Nº 01

ÁREA EMITENTE - GERÊNCIA DE MARKETING

RESPONSÁVEL - EDNEY VASCURADO SANTOS

TÍTULO - DOAÇÕES E PATROCÍNIOS

- f) Projetos com baixa abrangência e/ou limitação aos públicos de interesse;
- g) Projetos que incentivem qualquer forma de violência;
- h) Projetos que não estejam alinhados com os valores da companhia;
- i) Projetos que causem ou possam vir a causar impacto negativo ao meio ambiente;
- j) Possam ferir direitos de minorias;
- k) Projetos que prejudiquem animais;
- l) Projetos em que os proponentes tenham cometido qualquer tipo de fraude, ato de corrupção ativa ou passiva, concussão em todas as suas formas, peculato, extorsão, propina, práticas ilícitas ou lavagem de dinheiro por seus sócios, administradores, colaboradores e/ou terceiros por ela contratados;
- m) Projetos em que os proponentes que estão com prestação de contas de projetos sob sua responsabilidade em atraso ou com pendências junto aos órgãos de cultura; e
- n) Projetos cujos proponentes apresentem quaisquer débitos ou situação irregular junto à Cooperativa, salvo se quitar o débito.

6.3. DOS CRITÉRIOS E CATEGORIAS PARA AVALIAÇÃO DOS PROJETOS

6.3.1. Critérios a serem observados:

- a) Intensificar o reconhecimento da marca Unimed Goiânia;
- b) A responsabilidade socioambiental e a sustentabilidade da Cooperativa, reforçando seus princípios e valores;
- c) A promoção de iniciativas de consumo responsável;
- d) Estimular e promover o bem-estar, a felicidade e a saúde física e mental das pessoas, reforçando o estímulo à prática desportiva de baixo risco de morte ou invalidez;
- e) Aprofundar o relacionamento com clientes efetivos, potenciais e públicos estratégicos;
- f) Possibilitar a formação ou aperfeiçoamento de profissionais e estudantes na área de saúde ou em áreas afins ao negócio da Unimed Goiânia.
- g) Ofereça, preferencialmente, a exclusividade como patrocinador e fornecedor de produtos/serviços entre as empresas do mesmo segmento de atuação da Unimed Goiânia.

6.3.2. Categorias Apoiadas:

- a) Cultural;

CÓDIGO - PL 029**REVISÃO - Nº 01**

ÁREA EMITENTE - GERÊNCIA DE MARKETING**RESPONSÁVEL - EDNEY VASCURADO SANTOS**

TÍTULO - DOAÇÕES E PATROCÍNIOS

- b) Social;
- c) Esportivo;
- d) Infância e Adolescência;
- e) Idosos;
- f) Pessoas com Deficiência;
- g) Saúde física em geral;
- h) Saúde reprodutiva;
- i) Saúde mental.

Parágrafo 1º: As categorias acima não fazem parte de um rol taxativo, contudo, serão consideradas como de máxima relevância para avaliação dos Projetos.

Parágrafo 2º: Somente serão selecionados Projetos que atendam a um ou mais dos critérios acima e ao menos uma das categorias listadas ou justificadas pelo Setor de Marketing como oportunidade de fixação da marca ou ampliação do negócio da Cooperativa e que respeitem as regras desta Política e cumpram as finalidades das leis que estatuem acerca da doação civil e do patrocínio.

6.4. DO PEDIDO

- 6.4.1. Antes de formular o pedido de doação ou patrocínio o proponente deverá ler integralmente a presente Política e, caso esteja de acordo, preencher o formulário de solicitação, no qual deverá constar uma breve explicação da solicitação.
- 6.4.2. Quando o Projeto se referir a fóruns, congressos, convenções, encontros e workshops entre outros, obrigatoriamente deverá constar no pedido o tema, o nome dos palestrantes, e ainda, a sua programação.
- 6.4.3. Com o envio do pedido, o proponente torna-se responsável pela veracidade e a integridade das informações apresentadas no formulário de solicitação de doações ou patrocínios, concordando, de forma irrevogável e irretratável, com todas as regras desta Política, que poderá ser alterada pela Unimed Goiânia independentemente de aviso prévio, e que estará sempre disponível para consulta em seu sítio na internet.
- 6.4.4. No caso de pessoa jurídica, o proponente deverá ser o representante legal da empresa, e será o responsável pela realização do Projeto, respondendo, inclusive judicialmente, no caso de qualquer questionamento que diga respeito às informações prestadas e ao Projeto.

6.4.5. Para a efetivação de doação ou concessão do patrocínio, também serão levados em consideração o local da realização, com priorização das regiões metropolitanas que estejam dentro da área de atuação da Unimed Goiânia, que possam maximizar os ganhos do projeto, o seu impacto social e a visibilidade do mesmo, ou que inclua o interesse na divulgação de serviço de saúde.

6.4.6. A Unimed se reserva o direito de cancelar, a qualquer tempo, os processos de doação ou patrocínio relativos a Projetos envolvidos em questionamentos legais que possam impactar a sua reputação, realização ou confiabilidade.

6.4.7. Prazo para envio do pedido

a) Os pedidos de doações ou patrocínios deverão ser enviados ao setor de Marketing da Unimed Goiânia, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias úteis da sua realização.

6.4.8. Da Relevância dos Projetos

a) Na análise dos pedidos, os Projetos terão sua relevância pontuada de 1 a 3, de acordo com os subitens 6.3.1 e 6.3.2, levando-se em consideração, sempre dois ou mais critérios e ao menos uma categoria.

b) A pontuação 1 deverá ser aplicada considerando-se a maior relevância do Projeto para a Cooperativa, e a pontuação 3, para o de menor relevância.

c) O objetivo da pontuação é verificar se o Projeto está de acordo com os requisitos estabelecidos nesta política, bem como, se o mesmo se apresenta relevante para a Cooperativa após análise dos documentos apresentados.

d) A Unimed Goiânia, por meio de seu setor de Marketing, fará, no momento da avaliação do pedido, a dotação dos pontos acima estabelecidos, levando-se em conta os critérios e as categorias apontadas nesta Política, bem como, analisando se o Projeto e a instituição que pretende a doação ou patrocínio conta com valores e princípios afetos aos da Unimed Goiânia.

6.4.9. Processo de Seleção de Projetos

a) Os Projetos passarão por uma seleção pelo setor de Marketing da Unimed Goiânia, a fim de avaliar se atendem aos critérios e as categorias estabelecidas nesta Política, devendo, de acordo com as diretrizes objetivas ali traçadas, identificar se o projeto possui relevância 1, 2 ou 3 dentro do grau de importância estabelecido.

b) Se o Projeto não estiver aderente a nenhum dos requisitos acima, será rejeitado de plano pelo setor de Marketing da Cooperativa.

c) Caso seja constatado nessa primeira análise que o Projeto atende aos requisitos desta Política e aos objetivos estratégicos e sociais da Unimed Goiânia, o Projeto será encaminhado, com a nota referente aos requisitos avaliados, para apreciação do Diretor de Mercado, o qual poderá:

CÓDIGO - PL 029

REVISÃO - Nº 01

ÁREA EMITENTE - GERÊNCIA DE MARKETING

RESPONSÁVEL - EDNEY VASCURADO SANTOS

TÍTULO - DOAÇÕES E PATROCÍNIOS

- I. Solicitar maiores informações ao solicitante responsável pelo Projeto avaliado;
- II. Negar a solicitação de doação ou patrocínio;
- III. Adotar, conforme o caso, as medidas previstas no item 6.8 desta Política.

6.5. ALÇADA

- 6.5.1. Os limites de alçada para a aprovação dos Projetos devem respeitar o orçamento anual definido pela Cooperativa para as ações de Marketing.
- 6.5.2. Projetos considerados adequados e de relevância para a Unimed Goiânia e que estejam de acordo com a Política e que tenham valor total/anual maior do que R\$ 100.000,00 (cem mil reais), deverão obrigatoriamente ser apresentados primeiramente ao NOP (Núcleo Operacional) pelo Diretor de Mercado.
- 6.5.3. Os projetos com valor de até R\$ 20.000,00 (vinte mil reais) poderão ser aprovados pelo Diretor de Mercado, observando-se o limite de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais) por CPF ou CNPJ no ano civil, somados os projetos conexos para todos os efeitos. Acima desse valor, com um teto máximo de R\$ 100.000,00 (cem mil reais), deverá ser aprovado em conjunto com o Diretor Presidente.

6.6. DUE DILIGENCE

- 6.6.1. Os Projetos com valor superior a R\$ 100.000,00 (cem mil reais) anuais por CPF ou CNPJ serão obrigatoriamente submetidos à análise e *due diligence* do setor de *Compliance*, que verificará o atendimento aos requisitos do Programa de *Compliance*, emitindo parecer para apreciação e deliberação do NOP (Núcleo Operacional).
- 6.6.2. Os Projetos em que o beneficiado seja o Poder Público, obrigatoriamente deverão seguir o disposto neste item, independentemente do valor da doação ou patrocínio.
- 6.6.3. Anualmente, na primeira reunião do mês de abril, o NOP (Núcleo Operacional) deliberará acerca da alteração do valor estipulado no subitem 6.6.1.

6.7. CONTRATO DE DOAÇÃO E PATROCÍNIO

- 6.7.1. Após aprovado o pedido, a doação ou patrocínio será formalizada em um contrato padrão a ser firmado entre o proponente e a Unimed Goiânia, instrumento este que levará como anexo o formulário de pedido, o Projeto e a declaração de aceitação das condições desta política.
- 6.7.2. O contrato a ser formalizado deverá seguir os padrões e conter os requisitos mínimos exigidos pelo setor Jurídico da Unimed Goiânia.
- 6.7.3. A aprovação do Projeto não implica na aprovação do valor solicitado. A Unimed Goiânia se reserva o direito de decidir o valor destinado a cada Projeto, conforme as contrapartidas oferecidas e a disponibilidade de recursos.

CÓDIGO - PL 029

REVISÃO - Nº 01

ÁREA EMITENTE - GERÊNCIA DE MARKETING

RESPONSÁVEL - EDNEY VASCURADO SANTOS

TÍTULO - DOAÇÕES E PATROCÍNIOS

6.7.4. Nenhum pagamento de doação ou patrocínio poderá ser efetivado, parcial ou integralmente, antes de estar devidamente aprovado e formalmente contratualizado, nos termos desta Política.

6.7.5. Os recursos financeiros, no caso de patrocínios, serão depositados no prazo a ser informado após a aprovação da proposta, validação da documentação aplicável e assinatura do contrato de patrocínio. O patrocínio não será realizado em espécie, apenas por meio de transferência bancária ou por meio de fornecimento de produtos ou serviços.

6.7.6. As doações serão realizadas preferencialmente em bens e direitos.

6.8. DESCLASSIFICAÇÃO

6.8.1. Serão prontamente desclassificados do processo de seleção os Projetos:

- a) Que estejam maculados por qualquer tipo de fraude ou ilegalidade ou descumpram esta Política;
- b) Em que os proponentes estejam listados no Cadastro de Empresas Inidôneas e Suspensas - CEIS; Cadastro Nacional de Empresas Punidas - CNEP, ou; Cadastro de Entidades Privadas sem Fins Lucrativos Impedidas - CEPIM;
- c) Que tenham como proponente diretores, médicos no exercício de atividades internas na Cooperativa, colaboradores da Unimed Goiânia, ou parentes de primeiro grau, em linha reta, colateral ou por afinidade com diretores, médicos no exercício de atividades internas na Cooperativa, colaboradores da Unimed Goiânia, salvo decisão do NOP (Núcleo Operacional) ou CONSAD.

6.9. PRESTAÇÃO DE CONTAS

6.9.1. A prestação de contas é a comprovação de que os recursos previstos tiveram boa e regular aplicação, portanto, deve-se evidenciar que os recursos foram utilizados, conforme previsto e planejado.

6.9.2. Desta forma, o beneficiado deverá encaminhar ao setor de Marketing, evidências sobre a realização do Projeto, com um breve relato das atividades desenvolvidas, bem como os valores que foram dispendidos.

6.9.3. O beneficiado contará com o prazo improrrogável de 15 (quinze) dias, contados da realização do Projeto, para envio das informações e prestação de contas ao setor de Marketing.

6.9.4. Qualquer nova solicitação de doação ou patrocínio para o beneficiado somente será analisado e possivelmente liberado após a prestação de contas do Projeto anterior, cujo pedido levará em consideração todos os termos da presente Política.

6.9.5. A Unimed Goiânia se reserva o direito de realizar verificações in loco ou através de outras evidências de que a aplicação dos recursos ocorreu de maneira adequada e que as contrapartidas oferecidas estão sendo cumpridas.

CÓDIGO - PL 029**REVISÃO - Nº 01**

ÁREA EMITENTE - GERÊNCIA DE MARKETING**RESPONSÁVEL - EDNEY VASCURADO SANTOS**

TÍTULO - DOAÇÕES E PATROCÍNIOS

6.9.6. É dever do setor de Marketing a conferência e monitoramento dos recursos utilizados pelo beneficiado, bem como, também é seu dever prestar contas do valor concedido junto ao setor Financeiro da Unimed Goiânia.

6.9.7. O setor Financeiro da Cooperativa fará a conferência das informações/documentos apresentados pelo setor de Marketing.

6.9.8. Caberá ao Diretor de Mercado prestar contas da utilização dos recursos ao CONSAD - Conselho de Administração, bimestralmente, nas reuniões ordinárias.

6.10. INCENTIVOS FISCAIS

6.10.1. A Unimed Goiânia se dá o direito de conceder doações ou patrocínios que contem com incentivos fiscais, desde que respeitadas as disposições aqui elencadas, tais como, mas não somente aqueles ligados:

- a) Ao segmento cultural: que tem como base legal, a Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei nº 8.313/1991), mais conhecida como Lei Rouanet e a qual possibilita que pessoas físicas e jurídicas destinem uma parte do imposto de renda devido para ações culturais;
- b) Ao segmento Esportivo: Projetos esportivos que promovam e estimulem as atividades coletivas, bem como, viabilizem o bem-estar em comunidade, família e amigos. O segmento esportivo tem como base legal, a Lei Federal de Incentivo ao Desporto (Lei nº 11.438/2006), a qual prevê a possibilidade de pessoas físicas e jurídicas destinarem uma parcela do imposto de renda devido em benefício de projetos desportivos elaborados por entidades do setor;
- c) Ao segmento Educacional: Projetos educacionais, voltados ao complemento escolar e ao desenvolvimento humano, em prol da melhoria de temas relacionados à saúde e qualidade de vida;
- d) À Saúde: Projetos com a finalidade de canalizar recursos para a prevenção e combate a doenças e estudos;
- e) Ao meio ambiente: Projetos que promovam a mitigação dos impactos ambientais e sustentabilidade;
- f) Ao âmbito Social: Projetos que promovam o bem-estar, a qualidade de vida e desenvolvimento social da comunidade.

6.11. REGISTROS CONTÁBEIS

6.11.1. As despesas com doações ou patrocínios da Cooperativa deverão ser devidamente registradas e lançadas nos livros contábeis de forma precisa e clara, identificando os respectivos beneficiados.

6.12. DO NÃO CUMPRIMENTO

6.12.1. O descumprimento da presente política por parte do solicitante/beneficiado acarretará na impossibilidade de receber novos patrocínios ou doações da Unimed Goiânia pelo prazo de 02 (dois) anos. Em caso de mais de um descumprimento das obrigações previstas nesta política, o solicitante/beneficiado poderá perder o direito a quaisquer futuras solicitações.

CÓDIGO - PL 029

REVISÃO - Nº 01

ÁREA EMITENTE - GERÊNCIA DE MARKETING

RESPONSÁVEL - EDNEY VASCURADO SANTOS

TÍTULO - DOAÇÕES E PATROCÍNIOS

6.13. DISPOSIÇÕES FINAIS

6.13.1. Quaisquer concessões fora do que está estabelecido na presente política deverá ser deliberado pelo NOP (Núcleo Operacional), o qual poderá concedê-lo ou não, de acordo com as justificativas apresentadas com a solicitação.

6.13.2. Os casos omissos ou duvidosos serão resolvidos pelo Conselho de Administração de acordo com a lei e os princípios doutrinários.

7. ANEXOS

- Não se Aplica.

8. HISTÓRICO DO DOCUMENTO

REVISÃO	ITENS REVISADOS
00	Emissão inicial do documento
01	Alterações dos itens 6.1; 6.2.1 letra e; 6.3.2; 6.5.2; 6.5.3; 6.7.1; 6.9.8, exclusão de conteúdo do item 6.4.6; alteração de numeração do item 6.4.7 para 6.4.6; exclusão do item 6.5.4; alteração do setor emitente.

9. APROVAÇÕES

	NOME - CARGO	DATA	ASSINATURA
Elaborado por:	Edney Vascurado Santos - Gerente de Marketing	01/10/2020	
Revisado por:	Dr. Frederico Moraes Xavier - Diretor de Mercado	16/10/2020	
Revisado por:	Sanara Xavier de Oliveira - Coordenadora do GESPRO	14/10/2020	
Revisado por:	Weslei Dias Carneiro - Gerente de Planejamento e Controle	14/10/2020	
Revisado por:	Dr. Weimar Canguçu Barroso de Queiroz - Diretor de Planejamento e Controle	19/10/2020	
Aprovado por:	(CONSAD) Dr. Sergio Baiocchi Carneiro - Diretor Presidente	19/10/2020	
Publicação:	Alex Mendonça - Assistente de Processos - GESPRO	20/10/2020	