



MINASFAR

MINASFAR COMÉRCIO, IMPORTAÇÃO
E EXPORTAÇÃO DE MATERIAIS
HOSPITALARES LTDA

POLÍTICA DE PATROCÍNIOS



MENSAGEM DA DIRETORIA EXECUTIVA

A MINASFAR COMÉRCIO, IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO DE MATERIAIS HOSPITALARES LTDA apresenta sua Política de Patrocínio que reflete o seu pensamento acerca do papel do patrocínio e traça as diretrizes para sua atuação como patrocinador.

Ao contribuir para viabilizar projetos culturais, sociais e socioambientais, a MINASFAR valoriza a sua imagem institucional e legitima o seu posicionamento como uma empresa atuante nas atividades promovidas pelos setores em que presta seus serviços.

A MINASFAR entende por patrocínio o apoio financeiro concedido a projetos culturais, científicos, sociais ou esportivos criados por iniciativa de terceiros, que tragam valor para a marca, divulguem o nome da empresa, bem como seus produtos, serviços, programas, políticas e ações, ou promovam e ampliem seu relacionamento junto ao seu público de interesse.

Esta norma reflete o compromisso da MINASFAR em coibir toda e qualquer atividade que ponha em risco a integridade da empresa.

A construção de uma empresa sólida e capaz de tornar perene sua marca no mercado só acontece com o esforço conjunto de pessoas comprometidas com a verdade e a ética.

Na dúvida, consultem as políticas e perguntem!

Contamos com o compromisso pessoal de cada um para proteger e valorizar a reputação da MINASFAR.

Atenciosamente,
Humberto Rodrigues de Oliveira
Sócio-Administrador

SUMÁRIO

I Princípios e Conceitos fundamentais	6
II Procedimento de Solicitação	10
III Situações Específicas	14
IV Das Doações	17
V Disposições Gerais	19
Anexo - Modelo de Solicitação de Patrocínio	21

CONSIDERANDO o interesse da MINASFAR em apoiar projetos e/ou atividades em municípios operados ou prospectados pela empresa;

CONSIDERANDO a necessidade da empresa em apoiar ações vinculadas à sua missão e Plano Estratégico;

CONSIDERANDO a necessidade de incentivo a ações vinculadas às políticas públicas do setor farmacêutico e de saúde pública;

CONSIDERANDO que a empresa tem por conceito incentivar ações técnico-científicas relacionadas ao aprimoramento, direto ou indireto, das atividades do setor em que atua;

CONSIDERANDO o interesse na valorização de ações educativo-culturais, de promoção da cidadania, a melhoria da qualidade de vida e a inserção social de comunidades em situação de vulnerabilidade;

CONSIDERANDO a necessidade de que seja valorizada a riqueza cultural nas regiões do Estado, ampliando, desta forma, a democratização do acesso à cultura e entretenimento, contribuindo para o desenvolvimento dos municípios e divulgação da imagem da MINASFAR;

CONSIDERANDO que ações de disseminação de boas práticas de gestão contribuem para o fortalecimento da sociedade e do setor de atuação da empresa;

CONSIDERANDO o interesse no fortalecimento de parcerias com organizações da sociedade civil.

DEFINE-SE, para fins de efetividade da presente Norma, as cláusulas e condições que seguem:

I - PRINCÍPIOS E CONCEITOS FUNDAMENTAIS

Art. 1º. Entende-se por patrocínio toda ação promocional que se realiza por meio de apoio financeiro a projetos de iniciativa de terceiros, de cunho cultural, socioambiental, esportivo, educacional, técnico-científico ou cujos temas sejam convergentes com a missão institucional, com a política de comunicação, com a presente norma e com os interesses da MINASFAR.

Parágrafo Único. A presente Política é direcionada a todos os empregados e colaboradores da MINASFAR, conforme definidos nesta norma, que tenham ingerência na deliberação ou decisão sobre patrocínios de eventos, doações e contribuições, bem como visa nortear as solicitações emanado de empresas do ambiente público ou privado.



Art. 2º. Todo o patrocínio realizado pela MINASFAR deve ter por objetivo:

- a)** Gerar identificação e reconhecimento da MINASFAR por meio da iniciativa patrocinada;
- b)** Fortalecer e valorizar a imagem corporativa da empresa.
- c)** Fomentar e ampliar políticas de gestão estratégica comercial, agregando novas dimensões à marca, promovendo seus valores essenciais;
- d)** Promover e divulgar os valores, conceitos e produtos da linha de atuação, do portfólio e atuação da empresa;
- e)** Exercer o compromisso e a cidadania corporativa por meio de ações e promoções culturais, educacionais, socioambientais, médicas e farmacêuticas, tecnológicas ou de caráter científico;
- f)** Propiciar entretenimento sócio-cultural para seus colaboradores.
- g)** Valorizar e motivar os empregados.

Art. 3º. São consideradas iniciativas passíveis de ser objeto de patrocínio:

- a) Eventos:** feiras, exposições, oficinas, congressos, fóruns, workshops, encontros, palestras, cursos, conferências, seminários, solenidades, festas comunitárias, religiosas beneficentes e afins;
- b) Socioambientais:** projetos socioambientais que estejam em consonância com as diretrizes e boas práticas da MINASFAR;
- c) Ciência e tecnologia:** eventos de relevância técnico-científica que fomentem o desenvolvimento tecnológico das empresas envolvidas e a troca de experiência nas diversas áreas do negócio em que atua;
- d) Educação:** projetos de natureza socioeducativas, nos mais diversos segmentos da educação;
- e) Esporte:** Competições, maratonas, campeonatos, torneios e demais eventos esportivos, projetos de natureza esportiva sejam eles de âmbitos federal, estadual ou municipal e que possam valorizar e difundir a marca da empresa;

f) Cultural: produção de espetáculos, festivais artísticos, culturais e musicais, realização de mostras e exposições, projetos de natureza cultural sejam elas de âmbito federal, estadual ou municipal e que possam valorizar a marca da empresa;

g) Leis de Incentivo: projetos cultural e artístico, desportivos e paradesportivos, audiovisual, fundos da criança e do adolescente (FIA), fundos do idoso, ou outros que atendam aos critérios definidos em lei, respeitando a aprovação do orçamento da empresa;

h) Publicações: livros, revistas, jornais comunitários ou de associações sem fins lucrativos;

i) Projetos especiais: projetos de outros segmentos não listados acima que se enquadrem nas áreas de interesse e atuação da MINASFAR e que estejam em consonância com seu plano estratégico e sua política de patrocínios;

j) Ações de relevante interesse de saúde pública.

Parágrafo Primeiro. As atividades listadas devem revestir-se de relevância para o fomento dos valores preconizados em sua missão institucional e política de patrocínio, sendo organizadas e realizadas por entidades governamentais, organizações associativas e comunitárias, entidades civis sem fins lucrativos, órgão representativos de classes ou empresas privadas de reputação ilibada.

Art. 4º. Não são passíveis de patrocínios projetos ligados a atividades:

a) Que atentem contra a legislação ou ao ambiente regulatório, as políticas da empresa, ao seu Código de Conduta e Ética, à sua Política de Compliance e em desacordo com a presente Política;

b) Que atentem ao meio ambiente, à fauna e flora ou que promovam disseminação de preconceitos de qualquer natureza;

c) Que sejam considerados pela Diretoria-Executiva contrários ao objetivo da empresa.

d) Que tenham como proponente entidade que não comprove idoneidade fiscal e previdenciária;

e) Que estejam sob a responsabilidade de proponente que tenha prestação de contas de patrocínio anterior não aprovada ou inconclusa;

f) Que causem ou possam vir a causar impacto socioambiental negativo;

g) Que possuam caráter político-partidário;

h) Que promovam jogos de azar ou tenham fins especulativos;

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

j) Que estimulem o consumo de entorpecentes;

k) Que incentivem qualquer forma de violência.

Art. 5º. Também não serão admitidos projetos de patrocínios:

a) Cujos organizadores ou proponentes estejam inadimplentes junto à MINASFAR ou à Administração Pública;

b) Propostos por empregados efetivos, contratados e/ou terceirizados da MINASFAR, enquanto estiverem prestando serviços nessas empresas, durante a vigência de seu contrato, além de parentes de empregados com grau de parentesco até o terceiro grau, exceto nos casos dos atletas de alto rendimento que tenham condições técnicas de representar a Empresa nas competições de nível nacional e internacional, desde que indicados oficialmente pela confederação e/ou federação de sua modalidade esportiva;

c) Propostos por organizadores e/ou proponentes que tenham como seus representantes legais pessoas com grau de parentesco até o segundo grau com empregados e/ou dirigentes da MINASFAR, exceto nos casos em que o empregado e/ou dirigente esteja representando, por indicação formal ou por eleição para cargo diretivo, os interesses da empresa;

d) Propostos por associações de empregados ativos ou inativos da empresa.



II - PROCEDIMENTO DE SOLICITAÇÃO

Art. 6º. A solicitação de patrocínio deve obedecer às seguintes instruções:

- I - Deverá ser apresentada com antecedência de no mínimo 60 (sessenta) dias à data de início da ação, mediante ofício, carta protocolada na MINASFAR, ou email para ser submetida à análise e todos os trâmites internos.
- II - Constar na solicitação: a) Nome do evento; b) data de realização; c) local de realização; d) valor solicitado; e) instituição ou organização para qual formalmente será destinado o patrocínio; f) vantagens oferecidas (Plano de Mídia); g) a importância do evento para o município/ região/ instituição;

Art. 7º. O valor do patrocínio será definido em função das ações a serem apoiadas pela MINASFAR, segundo o interesse da empresa e em conformidade com sua disponibilidade orçamentária para o exercício corrente.

Parágrafo Primeiro. A seleção da ação não implica a sua aprovação pelo valor solicitado.

Parágrafo Segundo. A MINASFAR se reserva o direito de decidir o valor do aporte destinado a cada ação, conforme contrapartidas oferecidas e negociação entre as partes.

Parágrafo Terceiro. Quando o projeto apresentado estiver enquadrado em Leis de Incentivo, deverão ser obedecidos as Leis e Decretos Estaduais que tratam sobre o assunto.

Art. 8º. No caso de utilização impressa do nome MINASFAR, da logomarca ou qualquer outro indicativo ou referência à empresa, é expressamente necessário a apresentação da justificativa e da forma de utilização, devendo seu uso, se aprovado, seguir rigorosamente aos padrões de aplicação da marca e divulgação do nome da empresa.

Art. 9º. A MINASFAR efetuará o preenchimento do Formulário de Solicitação de Patrocínio - Modelo Anexo, juntamente com as justificativas e documentos comprobatórios da finalidade e utilização dos recursos requeridos e submeterá o requerimento à Diretoria Executiva para análise prévia quanto à viabilidade orçamentária e ao interesse na participação da empresa no patrocínio requerido.

Art. 10º. Entendendo pelo interesse no patrocínio, a Diretoria Executiva determinará a formação de processo administrativo interno para análise quanto ao deferimento, o qual deverá conter obrigatoriamente o Formulário de Solicitação de Patrocínio, as informações técnicas e da área de atuação da empresa solicitante, bem como as justificativas para o patrocínio e demais documentos comprobatórios.

Art. 11º. O processo administrativo para análise de patrocínio, contendo toda documentação pertinente, será enviado ao *Compliance Officer* da MINASFAR, que emitirá Parecer exclusivamente sobre as questões éticas, regulatórias e adequação à legislação e ao Código de Conduta e Ética e à Política de Compliance da empresa, no prazo de 05 [cinco] dias úteis, sobre o qual a Diretoria Executiva embasará sua decisão final.

Art. 12º. Aprovado o patrocínio pela Diretoria Executiva, esta comunicará ao Setor Administrativo para realização dos procedimentos internos necessários à sua efetivação, bem como para ciência da parte solicitante.

Art. 13º. Não possuindo verba orçamentária, não sendo de interesse da empresa o patrocínio ou caso a solicitação esteja manifestamente em desacordo à presente Política, a empresa ou parte solicitante será imediatamente informada pelo Setor Administrativo da empresa.

Art. 14º. A MINASFAR formalizará a aprovação do pedido de patrocínio através de e-mail, informando o valor aprovado e a relação de documentação a ser encaminhada para a efetivação dos respectivos repasses.

Art. 15º. Aprovada pela Diretoria Executiva a participação da empresa em qualquer patrocínio ou doação, os procedimentos deliberatórios observarão os critérios de publicidade e transparência, de forma a tornar pública a identidade do destinatário ou da instituição e claramente definidos os motivos e a finalidade da doação ou do patrocínio, mediante a formalização documental interna.

Art. 16º. Juntamente com a comunicação de aprovação do patrocínio enviada pela empresa será entregue exemplar do Código de Conduta e Ética da MINASFAR, de forma que a parte patrocinada possa sempre pautar suas condutas no evento segundo as normas regulatórias preconizadas pela MINASFAR.

Art. 17º. É obrigatória a anexação de relatório dos resultados alcançados decorrentes do patrocínio concedido, no prazo máximo de 35 dias após a realização do evento.

Parágrafo Primeiro. O relatório deve ser encaminhado acompanhado das cópias das notas fiscais/recibos que comprovem a adequada aplicação dos recursos patrocinados, de amostras do material promocional que demonstrem a divulgação da imagem da MINASFAR, certificados concedidos, além de fotos, vídeos e matérias jornalísticas, que confirmem a realização e conclusão do projeto e quaisquer outros documentos que comprovem a destinação da subvenção estritamente ao objetivo proposto sem qualquer recebimento de vantagem adicional.

Parágrafo Segundo. As comprovações de que os recursos previstos tiveram boa e regular aplicação, atingindo os objetivos e condições

propostas, devem evidenciar que os recursos foram utilizados de acordo com as atividades previstas e em atendimento ao que foi planejado e aprovado entre as partes.

Parágrafo Terceiro. É facultado à MINASFAR o direito de, em qualquer tempo, fiscalizar *in locu*, a aplicação dos recursos, bem como solicitar a apresentação de relatórios complementares, técnicos ou financeiros que entender pertinentes.

Parágrafo Quarto. O não cumprimento da entrega da avaliação e prestação de contas será considerado um rompimento do acordo de patrocínio, o que inviabilizará a análise de futuras propostas de patrocínio do proponente.

III - SITUAÇÕES ESPECÍFICAS

Art. 18º. A MINASFAR tem a responsabilidade de disponibilizar treinamento e conhecimentos necessários relativos aos seus produtos e as tecnologias médicas aos profissionais da saúde.

Art. 19º. O custeio permitido aos profissionais da saúde nos eventos de treinamento e educação sobre os produtos da MINASFAR, no entanto, devem atender aos seguintes critérios:

- a) Custeio do local do Evento ou Congresso;
- b) Custeio de Equipe qualificada para realizar o treinamento proposto;



c) Custeio aos Participantes do evento de despesas como refeições e lanches modestos, que deverão ser disponibilizados de acordo com o tempo e enfoque pretendidos pelo treinamento e/ou os propósitos educacionais do encontro;

d) Custeio de viagens razoáveis, com hospedagem modesta, para os profissionais da saúde participantes, quando houver a necessidade de que o treinamento seja realizado fora do Estado/Município em que a empresa tem sua sede ou quando os profissionais sejam domiciliados fora da Município/Estado do evento.

Parágrafo Único. É vedado o pagamento por parte da MINASFAR de refeições, lanches, viagem, ou quaisquer despesas de convidados dos profissionais da saúde ou de qualquer outra pessoa que não tenha um interesse profissional legítimo na informação a ser compartilhada no encontro.

Art. 20º. Os patrocínios a eventos de terceiros devem limitar-se às modalidades do seguinte rol:

a) Infraestrutura;

b) Estande promocional;

c) Alimentação durante o evento para todos os participantes;

d) Aluguel de salas para realização de workshop;

e) Divulgação do evento (materiais relacionados);

f) Despesas com viagens, acomodações e alimentação de palestrantes (patrocínio indireto), bem como fundos ao patrocinador do evento para a aquisição de refeições e bebidas para os palestrantes e todos os participantes, desde que não sejam atividades relacionadas a lazer e/ou qualquer forma de entretenimento.

g) Empréstimo ou doação de produtos para demonstração em workshop, desde que não seja feita com o objetivo de receber como contrapartida a divulgação da marca como patrocinador ou apoiador do evento.

Art. 21º. As solicitações de Cotas de Patrocínio deverão obedecer aos seguintes requisitos:

- a) Contrato formal;
- b) Participantes devem receber créditos pela participação;
- c) O Evento deverá ser para participação de público geral;
- d) Agenda científica e educacional robusta (carga horária mínima de 6 a 8 horas);
- e) Recebimento de carta convite oficial da entidade;
- f) Local do evento e localização geográfica - compatíveis com o objetivo científico e educacional.
- g) Categorias de patrocínio deverão ser publicadas aos patrocinadores, e o valor do patrocínio igual para todos (consoante a categoria escolhida);
- h) Valor patrocinado deverá ser justo de Mercado;
- i) Logotipo da empresa estar atrelado como patrocinador do evento;

Art. 22º. Nas hipóteses de Empréstimo ou doação de produtos para

demonstração em workshop, a divulgação da marca deverá limitar-se à identificação da marca nos produtos doados ou emprestados.

Art. 23º. É vedada a concessão de incentivos pessoais para induzir profissionais da saúde a prescrever ou adquirir produtos e serviços.

Art. 24º. É vedado o pagamento de taxas para médicos, hospitais ou outras empresas em troca de agendamentos para reuniões de vendas, para acesso às clínicas/consultórios médicos, ou para colocar amostras em hospitais ou clínicas/consultórios médicos.

Art. 25º. Eventuais situações de não conformidade com a presente Política devem ser imediatamente reportadas à alta gerência da empresa ou ao Compliance Officer através do canal de denúncia. O descumprimento da presente Norma será analisado individualmente e poderá implicar na aplicação de sanções disciplinares, conforme estabelecido na política interna da empresa e no Código de Conduta e Ética.



IV - DAS DOAÇÕES

Art. 26º. As doações provenientes de ações voluntárias que envolvam a associação da marca e a oferta de brindes e materiais promocionais devem ser submetidas a idêntico procedimento à que estão submetidas às concessões de patrocínio.

Art. 27º. Doações para órgãos da administração pública serão efetivadas mediante obediência à legislação vigente, bem como ao Código de Conduta e Ética e à Política de Compliance da MINASFAR. São vedadas doações de qualquer espécie para a administração pública caso subsistam conflitos de interesses ou exista qualquer vínculo familiar ou empregatício entre as partes.

Art. 28º. É vedado que qualquer indivíduo - colaborador próprio ou terceiro - venha a se beneficiar com as doações aqui regulamentadas, quer seja pessoalmente, quer através da organização ou de terceiros, sob pena de serem aplicadas as sanções administrativas cabíveis, regulamentadas no Código de Conduta e Ética da empresa.

Art. 29º. Estão proibidas quaisquer doações, sejam elas recebidas ou patrocinadas pela MINASFAR, que envolvam empresas ou organizações cujas atividades tenham sido relacionadas com trabalho escravo ou em situação análoga, exploração infantil, prostituição, corrupção, lavagem de dinheiro ou financiamento ao terrorismo.

V - DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 30º. Esta política visa garantir que as operações e os negócios atuais e futuros da MINASFAR apresentem alto grau de transparência, honestidade, integridade e confiabilidade. Casos de dúvidas sobre a aplicação adequada das diretrizes constantes desta Política devem ser reportados à Diretoria-Executiva ou ao *Compliance Officer*, por meio de e-mail ou canal de denúncia da empresa.



Art. 31º. Considerações, solicitações ou quaisquer questões não contempladas na presente Política serão submetidas à Diretoria Executiva que, individualmente ou mediante manifestação do *Compliance Officer*, decidirá.

Art. 32º. Violações às normas previstas na presente Política serão submetidas à Diretoria Executiva que adotará medidas punitivas de acordo com as normas e regulamentos da empresa previstos na sua Política de Compliance e no Código de Conduta e Ética.

Art. 33º. A critério da Diretoria Executiva ou mediante manifestação do *Compliance Officer* poderão ser implementados procedimentos de *due diligence*, auditorias, monitoramento ou controles internos para fins de verificação e garantia do cumprimento das normas previstas nesta Política.

Art. 34º. A presente Política entra em vigor na data de sua aprovação formal pela Diretoria Executiva.

ANEXO - MODELO DE SOLICITAÇÃO DE PATROCÍNIO

MODALIDADE DE SOLICITAÇÃO

DOAÇÃO

PATROCÍNIO

DADOS DO EVENTO

Descrever minuciosamente o evento

NOME:

LOCAL:

DATA:

TIPO DE EVENTO:

PÚBLICO-ALVO:

VALOR SOLICITADO - DESCRIÇÃO DO EVENTO:

JUSTIFICATIVAS/BENEFÍCIOS PARA A PARTICIPANTE

Descrever as razões, justificativas e os benefícios para a participação da MINASFAR no evento.

PARECER DO COMPLIANCE OFFICER

DECISÃO FINAL DA DIRETORIA EXECUTIVA

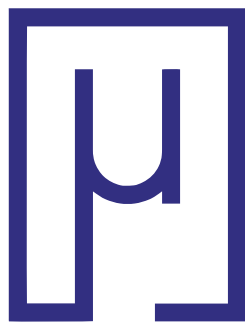
SOLICITAÇÃO DE PATROCÍNIO

APROVADA

REPROVADA

ASSINATURA DA DIRETORIA EXECUTIVA

DATA:



MINASFAR

MINASFAR COMÉRCIO, IMPORTAÇÃO
E EXPORTAÇÃO DE MATERIAIS
HOSPITALARES LTDA

**POLÍTICA DE
PATROCÍNIOS**