

Política de Patrocínio

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	02
1. OBJETIVO INSTITUCIONAL.....	03
2. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	04
3. LINHAS DE ATUAÇÃO.....	05
3.1 Projetos prioritários.....	05
3.2 Projetos que não podem ser patrocinados	05
4. ABRANGÊNCIA	06
4.1 Eventos	06
4.2 Publicações	06
4.3 Ações diversas	06
5. REGULAMENTAÇÃO	07
5.1 Base conceitual	
▪ Proposta	07
▪ Projeto	07
▪ Retorno Institucional.....	07
▪ Apoio Institucional	07
▪ Contrapartida.....	07
5.2 Avaliação da efetividade do patrocínio	
▪ Aspectos tangíveis	08
▪ Aspectos intangíveis	08
5.3 Base legal	08
6. DIRETRIZES.....	09
6.1 Diretrizes para a atuação do SEBRAE	09
6.2 Diretrizes para a atuação do Proponente.....	10
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	11

Política de Patrocínio

APRESENTAÇÃO

Para cumprir a sua missão de ***promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios e fomentar o empreendedorismo, para fortalecer a economia nacional***, o SEBRAE apoia e desenvolve projetos que disseminam informação, produzem e difundem conhecimento, criam oportunidades para os segmentos produtivos de pequeno porte e contribuem para tornar as MPE mais bem preparadas para atuar no mundo globalizado.

Desse modo, visando potencializar os resultados de sua atuação, por meio da concessão de patrocínio, o SEBRAE associa a sua imagem a eventos e ações que tenham como propósito gerar benefícios para os pequenos negócios.

Ao contribuir para viabilizar projetos de relevância para os pequenos negócios, o SEBRAE valoriza a sua imagem institucional e reforça o seu posicionamento como Entidade indutora do desenvolvimento desse segmento e da disseminação da cultura empreendedora no Brasil.

Nesse contexto, o SEBRAE apresenta sua **Política de Patrocínio** que reflete o pensamento da Entidade acerca do papel do patrocínio e traça as diretrizes para sua atuação como patrocinador, compreendendo-o como ferramenta estratégica de marketing capaz de viabilizar resultados efetivos para seu público-alvo.

Essa Política reúne orientações para a concessão de apoio financeiro e para a vinculação da marca SEBRAE a eventos de responsabilidade de terceiros. O documento descreve as modalidades de concessão de patrocínio e orienta sobre a atuação do próprio SEBRAE, bem como a das empresas e instituições que desejem apresentar à Entidade projetos de solicitação de patrocínio.

Enfim, mais do que projetar a imagem e a marca nas ações patrocinadas, essa Política evidencia o princípio fundamental que norteia as decisões de patrocínio. Para o SEBRAE o patrocínio objetiva potencializar os resultados da presença institucional da Entidade em eventos e ações que se proponham a fazer diferença para os pequenos negócios.

Política de Patrocínio

1. OBJETIVO INSTITUCIONAL

O apoio do SEBRAE a projetos de terceiros, na forma de patrocínio, é orientado pela **Política de Patrocínio do SEBRAE**, alinhada às estratégias corporativas da Entidade e vinculada ao cumprimento de sua missão e aos seus valores institucionais.

No âmbito do SEBRAE, patrocínio é assim entendido:

Patrocínio é o apoio financeiro concedido a projetos de responsabilidade de terceiros, que contribuam para promover a produção e a difusão do conhecimento, estimular a competitividade dos pequenos negócios, bem como consolidar a imagem do SEBRAE e o seu compromisso com a cultura empreendedora.

As ações inerentes ao patrocínio visam reforçar as estratégias do SEBRAE de estabelecer parcerias que resultem em benefícios para os pequenos negócios, bem como de fortalecer o relacionamento da Entidade com o seu público de interesse.

Assim, a premissa básica para a concessão de patrocínios deve considerar que:

O patrocínio deve contribuir para o cumprimento da missão do SEBRAE, para a valorização da marca e da imagem institucional e para estreitar o relacionamento com os pequenos negócios.

Política de Patrocínio

2. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

O SEBRAE apóia financeiramente projetos de terceiros, associando a sua imagem e credibilidade ao evento ou ação patrocinada, visando:

- I. estabelecer parcerias que otimizem esforços e potencializem os resultados de ações em benefício dos segmentos empresariais de micro e pequeno porte;
- II. identificar e valorizar iniciativas que promovam o desenvolvimento econômico e social, notadamente com ênfase nos pequenos negócios;
- III. contribuir para o cumprimento da missão do SEBRAE e para consolidar a sua imagem como entidade de apoio aos pequenos negócios;
- IV. agregar valor e atributos positivos à marca SEBRAE.

Política de Patrocínio

3. LINHAS DE ATUAÇÃO

3.1 Projetos Prioritários

O SEBRAE prioriza projetos destinados aos pequenos negócios que:

- I. Projetos que tenham relevância para o público-alvo do SEBRAE;
- II. Projetos de âmbito regional, nacional ou internacional, que disseminem informações e promovam o conhecimento, fortaleçam os pequenos negócios e estimulem a cultura do empreendedorismo.
- III. Serão considerados projetos regionais aqueles que envolvam, no mínimo, três estados da Federação.
- IV. Serão patrocinados somente projetos internacionais realizados no Brasil

3.2 Projetos que não podem ser patrocinados

O SEBRAE não patrocina projetos que:

- I. Em desacordo com a sua missão;
- II. Que não evidencie benefícios para os pequenos negócios;
- III. Cujo proponente tenha prestação de contas de patrocínio anterior não aprovada ou inconclusa ou esteja inadimplente perante o SEBRAE por qualquer motivo.
- IV. Cujo proponente seja pessoa física;
- V. Realizado, organizado ou coordenado pelo próprio SEBRAE ou por SEBRAE UF
- VI. Sejam eventos acadêmicos que envolvam apenas a sua comunidade, sem a participação de segmentos empresariais, profissionais etc ;
- VII. Possuam caráter meramente comemorativo, festivo ou de confraternização.

Política de Patrocínio

4. ABRANGÊNCIA

O SEBRAE patrocina projetos que sejam relevantes para os pequenos negócios ou promovam a cultura do empreendedorismo, assim classificados:

- 4.1. eventos: feiras, exposições, mostra de produtos, congressos, conferências, seminários, *workshops*, rodadas de negócios e premiações;
- 4.2. publicações diversas: publicação de anuários econômicos setoriais e pesquisas de interesse dos pequenos negócios;

5. REGULAMENTAÇÃO

O Patrocínio é atividade estratégica de responsabilidade da Unidade de Marketing, à qual compete gerenciar as ações de concessão de patrocínio e a negociação de retornos institucionais, em consonância com os propósitos do SEBRAE.

5.1 Base conceitual:

No âmbito do SEBRAE ficam assim entendidos os seguintes termos:

- **proposta** é o documento apresentado pelo interessado ao SEBRAE, contendo informações básicas, porém suficientes para avaliação da relevância da ação e da conveniência de concessão de patrocínio;
- **projeto** é a descrição detalhada das ações que serão realizadas com início e término definidos, e que, para concessão de patrocínio, obedece às exigências e às orientações da Instrução Normativa específica, reunindo condições para ser submetido à deliberação pela Diretoria Executiva;

Política de Patrocínio

- **retorno institucional** é o resultado decorrente de patrocínio concedido que contribua de forma estratégica para o desenvolvimento dos pequenos negócios e a promoção da imagem do SEBRAE perante seu público de interesse;
- **apoio institucional** é o apoio concedido pelo SEBRAE a projetos de terceiros com liberação formal do uso da marca e sem aporte de recursos financeiros;
- **contrapartida** é o benefício oferecido pelo proponente ao SEBRAE em decorrência do patrocínio concedido;
- **bonificação:** é o benefício espontâneo oferecido pela patrocinada ao SEBRAE, independentemente das contrapartidas negociadas;
- **Proponente:** é a pessoa jurídica que solicita patrocínio ao SEBRAE formalmente;
- **Patrocinada:** é a pessoa jurídica que obtém a aprovação do seu projeto e recebe o patrocínio do SEBRAE;

5.2 Avaliação da efetividade do patrocínio

Os resultados da participação do SEBRAE em projetos de terceiros, via patrocínio, serão mensurados pela Unidade de Marketing com base em aspectos tangíveis e intangíveis relacionados aos retornos institucionais, assim compreendidos:

- **aspectos tangíveis:** referem-se a benefícios e resultados que podem ser materializados por meio de facilitação de acesso aos pequenos negócios, participação dos pequenos negócios, exposição da marca SEBRAE em peças promocionais e mídias, cessão de espaços (estandes, salas, auditórios), cotas de inscrição, descontos para participação de público de interesse do SEBRAE, dentre outros;
- **aspectos intangíveis:** são resultados não materializáveis que podem ser mensurados por meio de pesquisa, sob a ótica de marketing, tendo

Política de Patrocínio

como base a valorização dos pequenos negócios, a difusão do conhecimento, exposição da marca e a projeção da imagem do SEBRAE perante seu público de interesse.

5.3 Base legal

A atuação do SEBRAE na concessão de patrocínio deve observar as orientações legais e as recomendações constantes nos seguintes documentos:

- a. Política de Patrocínio;
- b. Instrução Normativa 40/06;
- c. Manual de Prestação de Contas;
- d. Manual de Aplicação da Marca SEBRAE.

6. DIRETRIZES

6.1. Para atuar na concessão de patrocínio, o SEBRAE:

- 6.1.1. é transparente na aplicação dos seus recursos de patrocínio;
- 6.1.2. recebe e analisa projetos conforme as orientações e exigências legais específicas nas seguintes modalidades para concessão de patrocínio abaixo:

6.1.2.1. **Escolha Direta:** refere-se a patrocínio concedido a projetos previamente selecionados pelo SEBRAE, com base na efetividade de patrocínios anteriores, que sejam de interesse institucional e/ou mercadológico, estejam alinhados com a sua missão e estratégias corporativas e contribuam para o fortalecimento dos pequenos negócios.

Nesta modalidade, os projetos serão protocolados pelos proponentes somente após solicitação formal da Unidade de Marketing e Comunicação do SEBRAE.

6.1.2.2. **Seleção:** refere-se a patrocínio concedido a projetos selecionados por meio de Chamada Pública. Os projetos inscritos nesta modalidade de concessão obedecerão aos prazos e demais critérios estabelecidos na Chamada Pública, que será publicada e amplamente divulgada, visando democratizar o acesso aos recursos de patrocínio do SEBRAE.

Política de Patrocínio

- 6.1.2.3. **Oportunidade:** refere-se a patrocínio concedido a projeto alinhado à missão do SEBRAE e que se apresente como uma oportunidade para associação da marca e da imagem institucional, bem como para apoiar os pequenos negócios e fomentar o empreendedorismo.

As solicitações de patrocínio apresentadas ao SEBRAE deverão ser direcionadas à Unidade de Marketing e Comunicação – UMC pelo endereço eletrônico patrocinio@sebrae.com.br, com antecedência mínima de 60 dias da data de início do evento ou ação a ser patrocinada, a exceção dos projetos inclusos na modalidade de seleção pública que obedecerão ao prazo de entrega estabelecido na chamada pública.

- 6.1.3. aprova a concessão de patrocínios com base em sua missão e em critérios legais, técnicos, mercadológicos, institucionais e orçamentários.

6.2.Diretrizes para a atuação da proponente e da patrocinada

- 6.3.a proponente e a patrocinada devem atentar para as seguintes orientações:

- 6.3.1. estão habilitadas a pleitear patrocínio ao SEBRAE pessoas jurídicas que tenham em seu contrato social autonomia para o desenvolvimento do projeto a ser patrocinado ou que comprovem direitos sobre a execução do projeto apresentado;
- 6.3.2. o proponente deve apresentar o projeto conforme as orientações contidas no Formulário de Solicitação de Patrocínio ao SEBRAE, disponível no site www.sebrae.com.br;
- 6.3.3. as solicitações de patrocínio apresentadas ao SEBRAE deverão ser encaminhadas à Unidade de Marketing pelo endereço eletrônico patrocinio@sebrae.com.br;
- 6.3.4. a patrocinada deverá se responsabilizar pela aplicação da marca SEBRAE nas peças de divulgação do objeto patrocinado, cumprindo rigorosamente as orientações do Manual de Aplicação da Marca SEBRAE;

Política de Patrocínio

- 6.3.5. a patrocinada deverá comprovar o cumprimento de todas as contrapartidas acordadas.

7. Prestação de Contas

7.1. A prestação de contas junto à Unidade de Marketing e Comunicação do SEBRAE será encaminhada exclusivamente por Sedex, aos cuidados do Núcleo de Patrocínio, no endereço da empresa

7.2. As orientações para realização da prestação de contas devem contemplar rigorosamente o descrito no Manual de Prestação de Contas.

7.3. O prazo para prestação de contas dado ao proponente deve ocorrer até 30 (trinta) dias após a realização do projeto.

7.4. O não cumprimento de até 40 (quarenta)% das condições previstas no Manual de Prestação de Contas implica na desclassificação do patrocínio, cancelando automaticamente o contrato. No caso do proponente ter recebido pagamento antecipado referente a alguma parcela, deverá restituir o SEBRAE no prazo máximo de 15 (quinze) dias corridos o valor repassado.

7.5. As contrapartidas não comprovadas na Prestação de Contas serão descontadas de acordo com os seus valores correspondentes demonstrados na tabela de contrapartidas enviada ao proponente por endereço eletrônico.

Política de Patrocínio

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Patrocínio é uma ferramenta de marketing e comunicação capaz de promover a disseminação de informação, estimular a produção e a difusão de conhecimento e fortalecer a imagem do SEBRAE como entidade de apoio aos pequenos negócios.

A Política, ora apresentada, reflete o pensamento do SEBRAE a respeito da relevância do patrocínio e reforça o entendimento de que a concessão de patrocínio e as parcerias que decorrem dessa iniciativa constituem importante canal de comunicação do SEBRAE com os pequenos negócios brasileiros e com todos aqueles que desejam ter um negócio próprio.

Informações:
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
Unidade de Marketing / Núcleo de Patrocínio
SGAS 605 – Conjunto A – Asa Sul
Brasília – DF
CEP: 70200-904
e-mail:patrocinio@sebrae.com.br