



NO.13 – APOIO E PATROCÍNIOS A PROJETOS SOCIAIS COM UTILIZAÇÃO DE INCENTIVO FISCAL

Área Responsável: Desenvolvimento Humano e Organizacional - RH

Publicação: 30/05/2017

Última Revisão: 28/08/2020

O que você encontra nesse documento: diretrizes para a realização de patrocínios com utilização de incentivos federais, estaduais e municipais oriundos de renúncia fiscal.

1. OBJETIVO

Estabelecer diretrizes e regras para a realização de patrocínios, mediante aporte em dinheiro pela Companhia, com a utilização de Incentivos Fiscais da esfera federal, estadual e municipal.

2. ABRANGÊNCIA

O documento é aplicável a todas as empresas da Duratex.

3. CONCEITO DO INVESTIMENTO SOCIAL

O aporte é destinado a ações, projetos e programas voltados para a promoção da sustentabilidade, impacto social e desenvolvimento das comunidades locais, desde que previstos em lei e em respeito às diretrizes do Código de Conduta e às Políticas de Combate à Corrupção; de Sustentabilidade e de Transações com Partes Relacionadas.

4. DEFINIÇÕES:

4.1. Patrocínio: investimento para financiamento e execução de programas, projetos e ações em benefício da sociedade.

4.2. Incentivo(s) Fiscal(is): a redução ou a eliminação, direta ou indireta, do respectivo ônus tributário oriunda de lei ou norma específica da Administração Pública, para aplicação em projetos de interesse público.

4.3. Proponente: pessoa jurídica responsável pela autoria, implementação e desenvolvimento do projeto ou programa social..

4.4. Projetos Institucionais: projetos que tenham como objetivo ampliar os impactos sociais positivos e trabalhar a imagem corporativa da Companhia.

5. DESCRIÇÃO DOS PROCEDIMENTOS E RESPONSABILIDADES

5.1. Esferas de Patrocínio com Incentivos Fiscais

- A Companhia poderá realizar Patrocínios por meio de Incentivos Fiscais às iniciativas voltadas para a cultura, esporte, idoso, saúde e crianças e adolescentes, entre outros legalmente previstos, cuja verba disponível para investimento estará necessariamente relacionada ao montante de tributos pagos pela Companhia, como Imposto de Renda pago ao Governo Federal e ICMS pago em cada Estado onde a Companhia está presente.

5.1.1. Legislação de referência (não estando limitada às que seguem)

- Lei Federal do Esporte (nº 11.438); Lei Federal da Cultura (antiga lei Rouanet nº 8.313/91, artigo 18); Lei do Audiovisual (nº 8.685/93 11.437/06 artigo 1º A); Lei Estadual SP nº 12.268/06 do PROAC - Programa de Ação Cultural) e Lei Estadual do

Esporte (Lei Paulista de Incentivo ao Esporte Decreto 55.636/2010); PRONAS - Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência e PRONON - Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica (Lei Federal nº 12.715/12), Fundos do Idoso (LEI Nº 12.213/10) e FUMCAD's – Fundos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente.

5.1.2 Investimento Social e Projetos

A empresa poderá realizar patrocínios visando o investimento social e o desenvolvimento de projetos com acesso ao público em geral, comprometendo-se sempre com as diretrizes previstas na legislação vigente e aplicável a cada projeto. Os projetos devem ter escopo definido para enquadramento em:

- Incentivo à Cultura: Projetos voltados às Artes Cênicas, Artes Visuais, Cinema e Vídeo, Literatura, Música, Patrimônio Sociocultural, entre outros.
- Incentivo ao Esporte: Projetos voltados ao esporte como lazer; Esporte como instrumento de educação e inclusão social; e Infraestrutura desportiva;
- Garantia e defesa dos direitos da Criança e do Adolescente;
- Qualidade de vida e garantia dos direitos do Idoso;
- Estímulo à reabilitação de pessoas com deficiência;
- Prevenção, combate e tratamento do Câncer;
- Incentivo à Educação: Projetos sociais com viés socioeducativo, que utilizam a Educação como ferramenta de transformação social; Empreendedorismo e Geração de Renda.

5.2. Critérios de Seleção

Respeitados os requisitos legais, os projetos que poderão receber patrocínios serão selecionados pela Gerência de Desenvolvimento Humano e Organizacional - Social com base no atendimento dos critérios mínimos relacionados abaixo:

- A localização da execução do projeto, a qual deverá estar preferencialmente dentro do território de atuação ou de interesse da Companhia;
- A afinidade do projeto com a estratégia de negócios, de Sustentabilidade, as demais normas internas relacionadas e/ou o interesse institucional;
- Atendimento às demandas prioritárias das comunidades onde a Companhia possui operações;

- Promoção de impacto social nas comunidades beneficiadas pela iniciativa;
- O potencial de replicabilidade do projeto a localidades e públicos diversos;
- Elegibilidade, no caso dos Fundos da Criança e do Adolescente e o Fundo do Idoso;
- Não representar ou aparentar vantagem indevida a quaisquer das partes, inclusive nos termos da PO.14 Combate à Corrupção;
- Nenhum Patrocínio que exponha a imagem e/ou a reputação da Organização, seus acionistas, diretores ou colaboradores poderá ser realizado.

5.3. Procedimentos e Responsabilidades

5.3.1 Análise de Viabilidade e Planejamento do Investimento Social

- Cabe à Gerência de Desenvolvimento Humano e Organizacional – Social analisar e realizar a pré-seleção dos projetos sociais recebidos, considerando os critérios estabelecidos para o investimento social privado no ano.
- Cabe à Gerência de Impostos informar à Gerência de Desenvolvimento Humano e Organizacional quanto à disponibilidade de recursos na Companhia para a realização dos Patrocínios por meio de Incentivos Fiscais, sendo a primeira previsão até o mês de agosto de cada ano para que o plano de investimento social privado considere a melhor alocação de recursos
- Após a definição do montante disponível, cabe à Gerência de Desenvolvimento Humano e Organizacional – Social elaborar a proposta de plano de investimento, alinhado ao propósito e à estratégia da Companhia.
- É responsabilidade da Gerência de Desenvolvimento Humano e Organizacional – Social encaminhar os projetos inseridos na proposta de investimento à área de Compliance, com a documentação descrita no Formulário de Aprovação de Patrocínio: Formulário de Patrocínio devidamente assinado pela Gerência de Desenvolvimento Humano e Organizacional – Social; cópia simples da cédula de identidade e CPF, em se tratando de pessoa física; ou cópia simples do contrato ou estatuto social consolidado; ata da eleição da diretoria, em se tratando de pessoa jurídica; descritivo do projeto e publicação no Diário Oficial.
- A área de Compliance deverá analisar a reputação do proponente mediante consulta a cadastros públicos disponíveis. A área de Compliance poderá exigir do proponente todos os documentos que entender necessários para a elaboração de seu relatório reputacional para envio à Gerência de Desenvolvimento Humano e Organizacional – Social. Caso o Compliance emita parecer desfavorável, o patrocínio não deverá ser realizado.

- Com base no parecer favorável da área de Compliance, a Gerência de Desenvolvimento Humano e Organizacional – Social poderá dar seguimento ao processo de efetivação do patrocínio, submetendo o plano de investimento social para aprovação no Comitê Executivo e no Comitê de Sustentabilidade.
- Cabe à Gerência de impostos executar o pagamento dos projetos, conforme plano de investimento social aprovado no Comitê Executivo e de Sustentabilidade, durante o mês de dezembro. O pagamento dos projetos viabilizados por meio das leis estaduais deverá seguir o respectivo cronograma da Secretaria da Fazenda. Para os projetos cujo investimento será feito a partir de recursos próprios, o pagamento será feito conforme negociação com o proponente.

5.3.3. Realização de Patrocínio

- Todos os Patrocínios serão realizados mediante a celebração do respectivo contrato de patrocínio entre a Companhia e o Proponente (e o captador, se houver), os quais deverão aderir ao Guia de Conduta do Fornecedor Duratex pelo contrato a ser celebrado.
- É Responsabilidade da área Jurídica assessorar juridicamente as áreas envolvidas nos Patrocínios com utilização de Incentivos Fiscais e com recursos próprios e elaborar o contrato modelo utilizado pela Gerência de Desenvolvimento Humano e Organizacional para contratação dos projetos potenciais, assim como validar ao final do processo de contratação os contratos preenchidos pelo Proponente e revisados pela Gerência de Desenvolvimento Humano e Organizacional.
- Cabe à Gerência de Desenvolvimento Humano e Organizacional enviar o contrato-padrão aplicável ao Proponente para que este o devolva preenchido, com sua qualificação completa (razão social, endereço, CNPJ, tipo de sociedade e forma de representação);
- A Gerência de Impostos deverá realizar os pagamentos conforme determinado pela legislação vigente, a partir do cumprimento das etapas de análise estabelecidas no item 3.3.2.
- Faz-se necessário o recebimento dos recibos comprobatórios do recebimento dos valores aportados nos projetos por meio da lei federal (Lei Federal da Cultura, antiga Rouanet), Lei Federal do Esporte, CMDCA, CMI, Pronas e Pronon. Esses recibos deverão ser entregues à área fiscal até o final do mês de fevereiro, considerando que o aporte é anual e ocorre em dezembro do ano anterior.
- A distribuição de ingressos, convites, exemplares, itens etc. de projetos patrocinados pela Companhia sob esta norma deve atender os limites estabelecidos na legislação vigente aplicável, ao disposto abaixo:

- É proibida a oferta ou entrega de ingressos, convites, exemplares, itens etc. de projetos patrocinados pela Companhia a agentes públicos ou a eles equiparados, nos termos do disposto na Política de Combate à Corrupção.
- O valor da verba total destinada aos patrocínios por meio das Leis de Incentivo Fiscal será destinado da seguinte forma: até 15% para projetos com foco institucional e o restante para os demais projetos conforme estratégia de Investimento Social Privado da Duratex.

5.3.4. Análise Posterior e Arquivamento de Documentos

Cabe à área de Desenvolvimento Humano e Organizacional – Social:

- Manter registrada toda a documentação, contratos e evidências exigidas nesta Norma.
- Reportar no relatório anual da Companhia os patrocínios realizados no escopo desta Norma, de forma a garantir a transparência do uso de incentivos fiscais.
- Certificar-se da prestação de contas do proponente, que por sua vez, deve apresentar cópia integral, para arquivo e controle da referida Gerência, da documentação entregue à Administração Pública.

5.4. Proibições

Sem prejuízo das demais proibições em leis, nos termos da Instrução Normativa nº 01/2017 do Ministério da Cultura, qualquer Patrocínio de projeto cultural relacionado à Lei Federal da Cultura, antiga Rouanet se sujeita à proibição das seguintes contrapartidas à Companhia, ainda que o patrocínio seja realizado por meio de verba privada (não-incentivada), inclusive se apenas por meio desta:

- Diferenciação entre públicos na comercialização do produto cultural em condições diversas das praticadas ao público em geral.
- Reserva de espaço no evento a público determinado.
- Veiculação de marca ou nome em peças de divulgação diferentes das aprovadas pelo Ministério da Cultura.
- Execução de ensaios, apresentações, visitas, recepções, festas, coquetéis, serviços de buffet ou quaisquer atividades associadas ao projeto cultural de caráter restrito ou com limitações de acesso.
- Fornecimento de produtos ou serviços ao projeto, além do aporte em dinheiro objeto do patrocínio.

5.4.1. Na realização dos Patrocínios é vedado:

- O oferecimento ou o recebimento pela Companhia ou seus administradores e colaboradores de qualquer contrapartida acima dos limites legais, vantagem financeira ou material ilícita em decorrência do Patrocínio que efetuar;

- A realização de Patrocínio fora das disposições e limites legalmente estabelecidos;
- A concessão de Patrocínios diretamente a agentes públicos, órgãos ou entidades da Administração Pública direta ou indireta, ou a parentes dos agentes públicos, em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;
- A utilização de Incentivo Fiscal para Patrocínios de projetos destinados a particulares, sem o atendimento ao critério de interesse público estabelecido na legislação vigente;
- A celebração de Patrocínio que envolva atividade cultural não independente, ou seja, que (i) tenha associação ou vínculo, ainda que indireto, com empresas de radiodifusão de som e imagem, ou operadoras de comunicação eletrônica aberta ou por assinatura. Caso possua associação ou vínculo direto ou indireto com a Companhia, seus acionistas, administradores, diretores e/ou seus respectivos cônjuges e parentes até o terceiro grau, ressalvado no caso de bens comprovadamente protegidos por órgãos públicos a proposta deverá ser aprovada também pelo comitê de partes relacionadas.
- Patrocínio a projetos de cunho político, partidário e/ou religioso.

5.5. Os Patrocínios com utilização de Incentivos Fiscais são realizados pela Companhia exclusivamente em dinheiro, sendo vedada a transferência de bens ou serviços da Companhia.

5.6. Sanções

Descumprimentos às diretrizes desta Norma estarão sujeitos à aplicação das medidas disciplinares e judiciais cabíveis.

6 Vigência

Esta norma passará a vigorar a partir da sua data de publicação e deve ser revisada a cada 2 anos.