


| | | | |
|--|--|-----------------------------|----------------|
|  | PROCESSO: GESTÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL | CÓDIGO: PL-GRSA.02 | |
| | PADRÃO: POLÍTICA DE APOIO E PATROCÍNIO | DATA CRIAÇÃO: 10/04/2023 | PÁGINA: 1/4 |
| | | DATA VERSÃO: 10/04/2023 | VERSÃO: 00 |

1. OBJETIVO

Estabelecer as diretrizes para recebimento e distribuição das doações, patrocínios e brindes, a fim de garantir que essas contribuições ocorram com o mais elevado padrão de transparência, integridade e legalidade.

2. ABRANGÊNCIA

Aplica-se a todos os clientes, colaboradores, cooperados, fornecedores e prestadores da Unimed Erechim, na distribuição e recebimento de doações, brindes e patrocínios.

3. DIRETRIZES

A Unimed Erechim, por meio de seus patrocínios, brindes e doações visa a fortalecer sua marca e consolidar sua imagem diante da sociedade e públicos de interesse, promovendo hábitos saudáveis, lazer e bem-estar. Nosso objetivo é cuidar das pessoas, promovendo saúde e qualidade de vida.

3.1 Patrocínio


Ações de patrocínios vão muito além da lógica comercial. Elas são realizadas para a construção da imagem institucional e utiliza o patrocínio com o objetivo de promover e intensificar o conhecimento de sua marca, aumentar e manter o *market share*, estreitar a comunicação com seus clientes, cooperados, fornecedores, prestadores e com a sociedade, de modo a trazer reconhecimento junto à comunidade e retorno do investimento através de mídia espontânea. Tendo em vista as solicitações de diversos públicos, com finalidades variadas, a área de Comunicação e Marketing e a de Responsabilidade Socioambiental, junto às Gerências e a Diretoria Executiva, são responsáveis por deliberar, formalizar e gerir os patrocínios. Assim, no intuito de garantir que os patrocínios ocorram com o mais elevado padrão de transparência, integridade e legalidade, para a aprovação de uma proposta de patrocínio, são levados em conta os seguintes critérios:

APOIO às iniciativas e/ou projetos que:

- estejam em sintonia com a plataforma da marca (essência, atributos e posicionamento), principalmente no reforço ao posicionamento (vocação para cuidar das pessoas) e que estimulem o bem-estar, a felicidade e a saúde física e mental;
- ofereçam contrapartidas institucionais e/ou mercadológicas relevantes e aprofundem o relacionamento com clientes efetivos, potenciais e públicos estratégicos;
- respeitem as premissas de Responsabilidade Socioambiental e o conceito de sustentabilidade;
- priorizem os patrocínios direcionados para os esportes coletivos.

NÃO APOIO às iniciativas e/ou projetos que:

- infrinjam a Legislação Brasileira vigente;
- patrocinem entidades que tenham algum histórico de envolvimento com corrupção ou fraude;
- contrariem as práticas observadas e valorizadas dentro da Responsabilidade Socioambiental e o conceito de sustentabilidade;
- estejam totalmente desalinhados da plataforma de marca;
- sejam oferecidos, prometidos ou concedidos com a finalidade de obter vantagem inadequada ou influenciar a ação de qualquer pessoa, seja agente público, prestador, fornecedor, dentre outros, independente da idoneidade do ente a ser favorecido;
- tenham administração direta e/ou indireta, de pessoas politicamente expostas, agentes públicos, cooperados e colaboradores que tenham suas atividades relacionadas com o negócio da Unimed Erechim, em cumprimento as regras de conflito de interesse;

| | | | |
|--|--|-----------------------------|----------------|
|  | PROCESSO: GESTÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL | CÓDIGO: PL-GRSA.02 | |
| | PADRÃO: POLÍTICA DE APOIO E PATROCÍNIO | DATA CRIAÇÃO: 10/04/2023 | PÁGINA: 2/4 |
| | | DATA VERSÃO: 10/04/2023 | VERSAO: 00 |

• ofereçam, no esporte, alto risco, ou eventos que impactem, negativamente, a saúde e/ou ao meio ambiente, ou, ainda, que incentivem o uso de bebidas alcoólicas, cigarro e outras drogas, bem como jogos de azar ou especulativos, de cunho político-partidário ou discriminatório.

3.1.1 Solicitação e aprovação dos patrocínios

As solicitações de patrocínios devem ser realizadas através de formulário disponível no site institucional (<https://www.unimed.coop.br/site/web/erechim/solicitacao-de-apoio-ou-patrocinio>) ou pelo e-mail responsabilidadesocial@unimed-erechim.com.br. A área de Responsabilidade Socioambiental verifica o atendimento aos requisitos estabelecidos nesta política, encaminhando a solicitação para a gerência respectiva, que junto com a Diretoria emitem um parecer podendo este ser favorável ou não. Em casos específicos, as áreas de Responsabilidade Socioambiental e/ou Comunicação e Marketing submetem o solicitante a uma conversa para Análise de Patrocínio, a fim de obter mais detalhes. Compete à área de Responsabilidade Socioambiental dar andamento às solicitações, após o parecer da gerência e diretoria e quando pertinente do Conselho de Administração.

3.1.2 Monitoramento dos patrocínios

O acompanhamento dos patrocínios é realizado pela área de Comunicação e Marketing, através de análise de clipping, álbum fotográfico, pesquisa de avaliação com o público e o monitoramento das redes sociais, no intuito de verificar se o valor aplicado de patrocínio está cumprindo com os objetivos de sua realização. Aos patrocínios eventuais, o monitoramento será logo após o evento, a fim de verificar a efetividade do patrocínio; aos patrocínios fixos é realizada análise do desempenho, anualmente, para possível renovação.

3.2 Doações

No intuito de garantir que as doações ocorram com transparência, integridade e legalidade, esta política institui as seguintes diretrizes:

3.2.1 Doações com fins de Responsabilidade Social

As áreas Responsabilidade Socioambiental, Comunicação e Marketing e Gerências são responsáveis por selecionar, validar e gerenciar as doações, com fins de responsabilidade social, a serem feitas para organizações sem fins lucrativos. As doações com fins de responsabilidade social podem ocorrer em diferentes modalidades, tais como contribuições financeiras, materiais e equipamentos, programas solidários, voluntariado, esporte, lazer, projetos profissionalizantes, dentre outros.


3.2.2 Doações com fins Institucionais

A Unimed Erechim realiza doações com fins de estabelecer relação institucional, seja por meio de cooperação, parceria ou apoio a entidades culturais, científicas, educacionais e públicas, desde que estejam de acordo com os objetivos estratégicos e valores da empresa. As doações com fins institucionais podem ocorrer por diversas modalidades, como:

- materiais do patrimônio da Unimed Erechim, sem uso;
- materiais de consumo ou insumo adquiridos, especificamente, para fins de doações;
- contratação de serviços para fins de doação;
- valores financeiros.

3.2.3 Vedações as doações

São vedadas as doações:

| | | | |
|--|--------------------------------|---------------|---------|
|  | PROCESSO: | CÓDIGO: | |
| | | PL-GRSA.02 | |
| | PADRÃO: | DATA CRIAÇÃO: | PÁGINA: |
| | | 10/04/2023 | 3/4 |
| | POLÍTICA DE APOIO E PATROCÍNIO | DATA VERSÃO: | VERSAO: |
| | | 10/04/2023 | 00 |

- oferecidas, prometidas ou concedidas com a finalidade de obter vantagem inadequada ou influenciar a ação de qualquer pessoa, seja agente público, fornecedor, prestador, dentre outros, independentemente da idoneidade da organização a ser favorecida;
- para organizações que tenham algum histórico de envolvimento com corrupção ou fraude;
- para organizações que sejam administradas, direta ou indiretamente, por pessoas politicamente expostas ou por agentes públicos, que tenham suas atividades relacionadas com o negócio da Unimed Erechim, no intuito de evitar situação que gere potencial conflito de interesse, em observância às regras previstas no Código de Conduta;
- para colaboradores ou seus familiares, com exceção de campanhas internas autorizadas, que sejam de incentivo para pessoas em situação de vulnerabilidade social;
- para organizações em que colaboradores da Unimed Erechim ou seus parentes de primeiro e segundo grau possuam algum tipo de participação societária e/ou poder de gestão, no intuito de evitar situação que gere potencial conflito de interesse;
- entidades que sejam administradas, direta e/ou indiretamente por cooperados que exerçam cargos de gestão na Unimed Erechim;
- para partidos políticos, candidatos a cargos eletivos, comitês de campanhas, coligações ou a pessoas físicas ou jurídicas relacionadas;
- execução de serviços próprios em geral (ex. exames, consultas médicas, entre outras).

3.3 Brindes

Receber e fornecer brindes são práticas comuns no ambiente empresarial. Com o objetivo de evitar que tais práticas influenciem decisões e gerem favorecimentos indevidos, é necessário estabelecer regras.


A Unimed tem a prática de produzir brindes com a finalidade de brindar alguma entidade ou pessoa física, objetivando estreitar os laços de relacionamento. Todos os brindes são produzidos com a participação e aprovação da área de Comunicação e Marketing e Responsabilidade Socioambiental, a fim de manter a padronização e preservação da marca.

Sempre que possível, os colaboradores devem, gentilmente, se recusar a receber brindes de terceiros, tais como clientes, fornecedores e parceiros. Caso a recusa do presente possa causar danos ao relacionamento, o colaborador pode receber caráter simbólico, brindes como calendários, agendas, canetas, bombons, xícaras, copos, etc.

Os brindes recebidos devem ser encaminhados à gerência da área, que junto à Diretoria dará o destino adequado, podendo ser distribuídos em sorteios, eventos, uso coletivo, entre outros.

É permitido:

- Distribuir brindes para eventos corporativos patrocinados ou ações especificamente organizadas pela Unimed Erechim, com objetivo promover a marca.
- Divulgar promoções desenvolvidas por entidades apoiadas pela Unimed Erechim.
- Receber convite ou inscrição para participação em eventos, conferências, seminários, palestras de interesse da Unimed Erechim, desde que sejam aprovados pela Gerência ou Diretoria.
- Participar em eventos com despesas de deslocamento, passagens, diárias e alimentação pagas por fornecedor, desde que haja a necessidade de conhecimento dos serviços prestados e com autorização expressa da Diretoria.

| | | | |
|--|--------------------------------|---|------------|
|  | PROCESSO: | CÓDIGO: | |
| | | GESTÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL | PL-GRSA.02 |
| | PADRÃO: | DATA CRIAÇÃO: | PÁGINA: |
| | | 10/04/2023 | 4/4 |
| | POLÍTICA DE APOIO E PATROCÍNIO | DATA VERSÃO: | VERSAO: |
| | | 10/04/2023 | 00 |

- Receber convites para eventos culturais e esportivos, desde que tenham sido oferecidos à Unimed Erechim em caráter institucional, sem destinatário exclusivo, sendo que o mesmo deve ser encaminhado à Gerência ou à Diretoria para definir representante, atendendo a critérios de equidade e transparência.
- Receber brindes e premiações não superiores ao valor de 2/5 do salário mínimo nacional vigente, por pessoa, em apresentações de projetos que representem a Unimed Erechim.

4. GESTÃO DE CONSEQUÊNCIAS

As consequências, em caso de descumprimento desta política, serão tratadas em conformidade com o Código de Conduta da Unimed Erechim. Situações excepcionais serão encaminhadas para a Diretoria Executiva e/ou demais órgãos de Governança.

5. REFERÊNCIAS

MAN-GRC.01 - Código de Conduta.

MAN-GRC.02 - Programa de Integridade e Gestão da Ética.

PL-GRC.03 - Política Anticorrupção.

Política de Investimento Social Privado - Instituto Unimed/RS.

6. CONCEITOS E SIGLAS

Patrocínio: é o pagamento de valores financeiros ou troca de serviços a uma instituição ou evento organizado por terceiro, no intuito de divulgar sua marca e estreitar a comunicação da empresa com seus clientes, fornecedores e com a sociedade.

Doação: é o ato de dar um bem próprio, um serviço ou valor monetário a outra pessoa, geralmente alguém necessitado, ou a uma organização (com ou sem fins lucrativos).

Brinde: objeto que é oferecido em campanhas promocionais, institucionais e ações de relacionamento.

ONGs: Organizações Sem Fins Lucrativos são organizações de direito privado, dotadas de personalidade jurídica e que visam à consecução de um objetivo comum a seus membros, objetivo este que não pode ser o lucro.

Market share: percentual de participação de clientes de uma empresa no mercado.

Públicos de interesse: os clientes, colaboradores, cooperados, prestadores e fornecedores.

7. SÍNTESE DAS REVISÕES

| VERSAO | DATA | MOTIVO/MELHORIAS INCREMENTAIS | ELABORADOR | APROVADOR |
|--------|------------|-------------------------------|--------------|---------------------------|
| 00 | 10/04/2023 | Elaboração do documento | Gisele Rigon | Conselho de Administração |