



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO PARANÁ – CREA-PR

REGULAMENTO DA POLÍTICA DE PATROCÍNIO DO CREA-PR

Art. 1º A aquisição do direito de associação de sua imagem a projetos de iniciativa de terceiros tem como objetivo agregar valor à marca, aos produtos e/ou serviços do Crea-PR.

Art. 2º Para efeito deste Regulamento, considera-se:

I - patrocínio: ação de comunicação que busca agregar valor à marca, aos produtos e/ou serviços do Crea-PR consolidar posicionamento, gerar identificação e reconhecimento, estreitar relacionamento com públicos de interesse, divulgar programas e políticas de atuação, por meio da aquisição do direito de associação de sua imagem, enquanto patrocinador de projetos de iniciativa de terceiros;

II - patrocinador: o Crea-PR, que adquire direitos para associação de sua imagem/marca, por meio de contrato, visando alcançar objetivos de comunicação institucionais e/ou mercadológicos, estabelecidos para cada ação patrocinada;

III - proponente: a pessoa jurídica que detém a titularidade ou os direitos reais de realizar e/ou comercializar um projeto de patrocínio e que, ao celebrar contrato com o Crea-PR, se torna patrocinado;

IV - projeto de patrocínio: o documento de iniciativa de um proponente utilizado para apresentar projeto a potenciais patrocinadores contendo informações que detalhem uma ação, evento ou objeto a ser patrocinado, tais como justificativas, objetivos, características, públicos envolvidos, metodologias de execução, condições financeiras, cotas de participação, contrapartidas, dentre outras;

V - contrato de patrocínio: o instrumento jurídico para formalização de acordo, condições e termos estabelecidos entre patrocinador e patrocinado, que descreve os direitos e as obrigações entre as partes, em decorrência de um patrocínio;

VI - contrapartida: obrigação contratual do patrocinado de caráter negocial, de imagem ou de sustentabilidade, em decorrência do patrocínio recebido, que expressa os direitos adquiridos pelo patrocinador do projeto; e

VII - cota de patrocínio: obrigação contratual do patrocinador de caráter pecuniário correspondente aos materiais, bens, produtos ou serviços oferecidos como contrapartida em decorrência do projeto contratado.

Parágrafo único. Observado o conceito estabelecido, o proponente deverá ser pessoa jurídica constituída segundo as leis brasileiras, com sede no Estado do Paraná, observada a seguinte classificação:

I - pessoa jurídica com fins não econômicos: as associações, as fundações; ou sindicatos; os clubes; as instituições de educação superior que se organizem para fins não econômicos e ambientes de inovação.

Art. 3º Para os fins deste regulamento, não serão considerados como patrocínio:

I - cessão gratuita de recursos humanos, materiais, bens, produtos e serviços;

II - qualquer tipo de doação;

III - simples permuta de materiais, produtos ou serviços pelo direito de divulgar marcas, conceitos e/ou *slogans*;

IV - aporte financeiro a projeto cuja única finalidade seja a veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação;

V - aporte financeiro a projeto cujas contrapartidas sejam a utilização de tempo e/ou espaço de mídia em veículo de divulgação, com conteúdo não vinculado ao objeto do contrato de patrocínio;

VI - ação compensatória decorrente de obrigação legal do Crea-PR;

VII - simples ocupação de espaço e/ou montagem de estande sem direito à divulgação de produtos, serviços, marcas, conceitos e programas do Crea-PR ou de políticas públicas associadas ao evento; e

VIII - ação promocional idealizada e/ou de iniciativa do Crea-PR.

CAPÍTULO I

DA ATUAÇÃO EM PATROCÍNIO

Seção I

Do Planejamento das Ações de Patrocínio

Art. 4º A aquisição do direito de associação da imagem a projetos de iniciativa de terceiros dar-se-á por meio da seleção pública realizada pelo Crea-PR para contratação de projetos de patrocínio nos quais tem interesse em divulgar sua marca, atuando como patrocinador.

Art. 5º O Crea-PR deverá elaborar planejamento das ações de patrocínio a partir do objetivo estratégico do Crea-PR, observados:

I - os objetivos e as diretrizes constantes da legislação específica e deste regulamento; e

II - os princípios da eficiência, legalidade, impessoalidade, moralidade, isonomia, publicidade e probidade administrativa.

Art. 6º O planejamento das ações de patrocínio deverá estar em sintonia com o objetivo estratégico do Crea-PR, o plano de contratações e demais planos estratégicos do órgão e considerar para sua fundamentação os seguintes aspectos:

I - análise e diagnóstico de sua imagem junto a públicos de interesse;

II - identificação de ameaças e oportunidades decorrentes do cenário e de pontos fortes e fracos relacionados à sua atuação, dada sua missão institucional;

III - levantamento de conteúdos e temáticas vinculadas à sua atuação estratégica;

IV - identificação dos públicos relacionados às temáticas vinculadas à sua atuação estratégica; e

V - estabelecimento dos objetivos de comunicação institucionais e/ou mercadológicos, passíveis de mensuração, a serem alcançados no âmbito de sua atuação em patrocínio.

Art. 7º Para subsidiar o planejamento das ações de patrocínio, o Crea-PR deverá observar as seguintes recomendações:

I - realização de estudos, pesquisas e/ou *benchmarking* relativos à atuação de outros órgãos em ações de patrocínio, bem como de empresas da iniciativa privada, que sejam referência nessas ações;

II - identificação de tipos de projetos de patrocínio já consolidados no mercado e aderentes às temáticas e aos públicos vinculados à sua atuação institucional;

III - prospecção de novos tipos de projetos de patrocínio, com potencial para apoiar o alcance dos objetivos estratégicos do Crea-PR;

IV - estabelecimento de mecanismos de seleção de projetos, critérios de escolha, metodologias para definição do valor de investimentos e estratégias para maximizar sua atuação nas ações patrocinadas;

V - definição de parâmetros para monitoramento e readequação de estratégias de atuação; e

VI - estabelecimento de métricas e indicadores para avaliação de resultados, dados os objetivos estratégicos do Crea-PR.

Art. 8º O Crea-PR adotará processos de seleção de projetos de patrocínio na modalidade de seleção pública.

Art. 9º Os tipos de projeto deverão ser definidos de acordo com o resultado da avaliação dos critérios de seleção definidos no edital, observados os seguintes parâmetros:

- I - vinculação com a finalidade institucional do Crea-PR;
- II - vinculação com os direcionadores estratégicos e a estratégia do Crea-PR; e
- III - vinculação com os seguintes temas quando relacionados às áreas da engenharia, da agronomia e das geociências:
 - a) desenvolvimento tecnológico;
 - b) geração, atualização e inovação de conhecimento técnico-científico;
 - c) implementação de políticas públicas;
 - d) regulamentação, exercício ou fiscalização profissional; e
 - e) sustentabilidade social e ambiental.

Art. 10. As contrapartidas serão definidas de acordo com o tipo de projeto com objetivo de ampliar a visibilidade da marca do órgão, observada a seguinte classificação:

- I - contrapartida de imagem: inserção da logomarca, citação ou menção do Crea-PR como Patrocinador, tais como exposição da marca e/ou de seus produtos e serviços nas peças de divulgação do projeto e citação do patrocinador e/ou de seus programas, produtos e serviços nas peças de divulgação ou durante a realização do projeto;
- II - contrapartida comercial: iniciativas de distribuição de material, cessão de convites ou inscrições, cessão de estande, participação na programação e/ou atuação do Crea-PR como patrocinador durante a realização do projeto, entre outras; e
- III - contrapartida de sustentabilidade: adoção pelo patrocinado de práticas de responsabilidade social e ambiental;

§ 1º Entre as contrapartidas, sempre que possível e sem ônus adicional, o Crea-PR deverá prever a disponibilização ou o acesso facilitado aos produtos e/ou serviços oriundos do patrocínio ao público em geral.

Art. 11. O valor do investimento em patrocínio deverá ser definido por meio de critérios objetivos de avaliação da vantajosidade para o Crea-PR de acordo com o tipo de projeto, não estando vinculada aos custos de execução da ação patrocinada.

Seção II

Da Seleção Pública de Projetos de Patrocínio

Art. 12. O processo de seleção pública de projetos de patrocínio do Crea-PR deverá observar o princípio da publicidade, de forma a assegurar:

- I - a divulgação ampla das etapas, dos procedimentos, dos prazos de inscrição, do montante de recursos e dos segmentos de interesse; e
- II - o conhecimento claro e objetivo dos regulamentos.

Art. 13. O edital de seleção pública de projetos de patrocínio deverá ser divulgado no sítio do Crea-PR.

§ 1º O Crea-PR também poderá divulgar o edital de seleção pública de projetos de patrocínio em outros meios para ampliar a sua divulgação.

§ 2º O Crea-PR deverá prestar esclarecimentos aos interessados e orientar quanto à adequada elaboração e inscrição dos projetos de patrocínio.

Art. 14. O processo de seleção pública de projetos de patrocínio contará com as etapas de inscrição, habilitação, classificação e seleção.

Parágrafo único. O processo de seleção pública de projetos de patrocínio do Crea-PR não prevê a interposição de recurso por parte do proponente na fase de seleção dos projetos.

Art. 15. A inscrição do projeto de patrocínio deverá ser realizada dentro do prazo fixado no edital e ser instruída pelo proponente com toda documentação necessária prevista no Edital.

Art. 16. A habilitação, de caráter eliminatório, consiste na verificação do atendimento às condições de regularidade e aos prazos de apresentação dos documentos, certidões e declarações entregues pelo proponente.

Parágrafo único. Será inabilitado o projeto que não atender às condições fixadas na legislação em vigor e no edital.

Art. 17. A classificação consiste na análise do projeto de patrocínio habilitado para avaliar e pontuar o potencial de visibilidade da marca do Crea-PR de acordo com os critérios técnicos fixados no edital.

Art. 18. A seleção consiste na aprovação da relação dos projetos classificados e das cotas de patrocínio correspondentes, observada a disponibilidade orçamentária para o exercício.

Art. 19. Após aprovação, a relação dos projetos de patrocínio selecionados será divulgada no sítio do Crea-PR.

Seção III

Dos Critérios de Escolha de Projetos de Patrocínio

Art. 20. No estabelecimento de critérios de escolha de projetos de patrocínio, o Crea-PR deverá considerar sua oportunidade, conveniência e vantajosidade, observando, ainda, os seguintes princípios:

I - da transparência: dar amplo conhecimento das políticas e diretrizes de atuação do órgão ou entidade em patrocínios e dos critérios de escolha de projetos;

II - da isonomia: estabelecer mecanismos de seleção que garantam a igualdade de condições e de oportunidades aos proponentes, na apresentação de seus projetos;

III - da regionalização: buscar a desconcentração geográfica dos investimentos em patrocínio, inclusive dos projetos já beneficiados por leis de incentivo fiscal;

IV - da sintonia com políticas públicas: buscar projetos de patrocínio alinhados com as iniciativas de promoção da cidadania e inclusão, bem como de combate a quaisquer formas de discriminação e de violência;

V - da sustentabilidade: buscar projetos de patrocínio que promovam ou possibilitem a realização de ações de sustentabilidade ou que fomentem práticas sustentáveis; e

VI - da acessibilidade: buscar projetos de patrocínio que contemplem a promoção da acessibilidade de idosos e de pessoas com mobilidade reduzida ou com alguma deficiência, no âmbito da ação patrocinada.

Art. 21. Na escolha de projetos, o Crea-PR deverá considerar o conjunto de oportunidades institucionais, como:

I - aderência do projeto com sua área de atuação;

II - alinhamento do projeto com temáticas estratégicas ou com seus públicos de interesse;

III - potencial de engajamento de públicos de interesse em prol de determinada causa e/ou comportamento;

IV - possibilidade de propiciar experiências e estreitar relacionamento com públicos estratégicos;

V - alinhamento do projeto com características de programas, produtos e serviços ou com regulamentos próprios;

VI - potencial de contribuição para o atingimento dos objetivos estratégicos do Crea-PR pretendidos com a ação a ser patrocinada;

VII - importância do projeto para o cumprimento de missão e desempenho de competências institucionais;

VIII - alinhamento do projeto com atributos positivos e/ou valores a serem agregados à marca Crea-PR ou de seus programas, produtos e serviços;

IX - alinhamento do projeto com políticas públicas, áreas estratégicas ou temáticas governamentais prioritárias de interesse do Crea-PR, em decorrência de sua atuação institucional; e

X - outras oportunidades institucionais de interesse do Crea-PR.

CAPÍTULO II

DA EXECUÇÃO DO PATROCÍNIO

Seção I

Da Contratação do Projeto de Patrocínio

Art. 22. O contrato celebrado entre patrocinador e patrocinado constituir-se-á no instrumento necessário e suficiente para formalização do patrocínio.

§ 1º É vedada a intermediação de terceiro que não seja titular ou detentor dos direitos reais de realização e/ou comercialização do projeto na contratação do patrocínio.

Art. 23. O patrocínio caracteriza-se como serviço não contínuo ou contratado por escopo, que deverá ser realizado pelo patrocinado em período determinado, podendo ser prorrogado, desde que justificadamente, pelo prazo necessário à conclusão do objeto.

Art. 24. O contrato deverá expressar o acordo, os termos e as condições estabelecidas entre patrocinador e patrocinado, bem como os direitos e as obrigações entre as partes, decorrentes do patrocínio.

Art. 25. A aplicação das marcas deverá observar obrigatoriamente as orientações constantes do manual de uso da marca do Crea-PR e ser submetida à apreciação do Crea-PR previamente à produção.

Art. 26. Para contratação, deverá ser exigida do patrocinado a apresentação dos documentos de habilitação jurídica e de regularidade fiscal atualizados, bem como declaração formal de que está adimplente com exigências contratuais de eventuais patrocínios anteriores firmados com o Crea-PR.

Seção II

Do Acompanhamento e da Fiscalização do Contrato de Patrocínio

Art. 27. O patrocinador e o patrocinado responderão pela execução do contrato de patrocínio, de acordo com as respectivas responsabilidades firmadas nas cláusulas contratuais.

Art. 28. O contrato de patrocínio será fiscalizado com objetivo de verificar a execução das contrapartidas contratadas, a aplicação da cota de patrocínio no projeto e o cumprimento integral pelo proponente das cláusulas contratuais.

Art. 29. O Crea-PR nomeará um fiscal para acompanhar e fiscalizar o adequado cumprimento das cláusulas do contrato de patrocínio.

§ 1º As ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas, porventura observadas, deverão ser registradas, cabendo ao fiscal a adoção de providências para o fiel cumprimento das cláusulas contratuais.

§ 2º As situações de inexecução parcial ou total do contrato serão objeto de medidas saneadoras ou de sanções, conforme previsto nas cláusulas contratuais.

Art. 30. Compete ao fiscal do contrato:

I - orientar o patrocinado sobre as disposições deste regulamento, do edital e do contrato de patrocínio;

II - orientar o patrocinado sobre a execução das contrapartidas de comunicação e a utilização da marca Crea-PR;

III - orientar o patrocinado sobre a execução do projeto e elaboração de relatório final;

IV - instruir processo em face de solicitação de alteração do projeto quanto a data e local do evento;

V - instruir processo em face da desistência do patrocínio e da execução ou não execução, total ou parcial, do projeto contratado e adotar providências para encaminhamento adequado do processo;

VI - atestar a execução das contrapartidas contratadas em conformidade com o projeto, a aplicação da cota de patrocínio na execução do objeto e o atendimento integral pelo proponente das exigências contratuais; e

VII – acompanhar a execução do projeto e em casos de dúvidas deverá consultar o Comitê Gestor de Patrocínio.

Art. 31. Compete ao Comitê Gestor de Patrocínio a divulgação da marca do Crea-PR por meio da Política de Patrocínio:

I - coordenar a formulação e propor políticas, diretrizes, normativos e procedimentos que disciplinem e orientem o patrocínio no Crea-PR;

II - estimular o intercâmbio de informações e a difusão de boas práticas de patrocínio do Crea-PR;

III - propor adequações e melhorias no processo de patrocínio do Crea-PR;

IV - realizar a gestão do processo de patrocínio do Crea-PR:

a) avaliar o alinhamento dos objetivos e dos resultados das ações de patrocínio de cada edital ao objetivo estratégico do Crea-PR;

b) elaborar o edital de seleção pública de projetos de patrocínio;

c) propor cronograma, monitorar a execução e avaliar os resultados dos processos de seleção de projetos de patrocínio; e

d) planejar e gerir a execução orçamentária-financeira do processo de patrocínio; e

e) analisar os projetos de patrocínio recebidos;

V - registrar e apresentar a Diretoria e ao Plenário do Crea-PR a avaliação dos resultados dos projetos patrocinados e de atuação global do órgão em patrocínio;

VI - monitorar a fiscalização dos contratos de patrocínio;

VII - padronizar os critérios e os instrumentos de verificação de contrapartidas de comunicação;

VIII - orientar as unidades organizacionais e os fiscais visando à padronização dos instrumentos de verificação das contrapartidas de comunicação;

IX - orientar o uso da marca do Crea-PR pelos patrocinados;

X - promover ações de racionalização e uniformização dos procedimentos de divulgação, proposição, seleção e avaliação de projetos, visando a ampliação da eficiência do processo de concessão de patrocínios pelo Crea-PR;

XI - acompanhar e prestar orientações ao fiscal de contrato quando demandado; e

XII - propor ações para avaliação da efetividade dos patrocínios realizados.

Seção III

Da Comprovação da Execução e do Pagamento da Cota de Patrocínio

Art. 32. Para prestação de contas do direito de associação de marca, o Crea-PR exigirá do patrocinado, exclusivamente, a realização da ação patrocinada e das contrapartidas previstas no contrato mediante, apresentação de relatório de execução do projeto, instruído com a documentação comprobatória correspondente.

Art. 33. A documentação comprobatória deverá ser atestada pelo fiscal, que se manifestará:

I - pelo encaminhamento para pagamento no caso de cumprimento das cláusulas contratuais; ou

II - pela complementação ou adequação no caso de desacordo ou descumprimento das cláusulas contratuais; ou

III – pelo encaminhamento para rejeição no caso de não atendimento no cumprimento das cláusulas contratuais, conforme procedimento vigente.

Parágrafo único. Qualquer solicitação, manifestação ou informação de aprovação ou rejeição parcial ou total da prestação de contas ou quanto ao relatório final, o fiscal deverá comunicar formalmente o solicitante, via ofício.

Art. 34. O pagamento da cota de patrocínio será efetuado, mediante crédito em conta bancária, após a documentação comprobatória ser atestada pelo fiscal do contrato, obedecendo ao estabelecido no edital.

Parágrafo único. Não será permitido pagamento antecipado, parcial ou total, relativo a parcelas contratuais vinculadas ao fornecimento de bens, à execução de obras ou à prestação de serviços.

Art. 35. Caso seja verificado o descumprimento total ou parcial do projeto, a análise do fiscal deverá indicar a glosa que será aplicada à cota de patrocínio contratada.

Seção IV

Da Avaliação de Resultados do Patrocínio

Art. 36. Na avaliação de resultados do planejamento das ações de patrocínio, o Crea-PR deverá verificar o resultado do conjunto dos contratos de patrocínio a partir de indicadores:

I - de desempenho: contratos por modalidade de atuação, grupo profissional, tipos de projeto, temas de interesse, cotas de patrocínio, entre outros; e

II - de resultado: execução de contrapartidas, visibilidade da marca, atingimento do público de interesse, investimento realizado, entre outros.

Art. 37. O Crea-PR deverá analisar os resultados do planejamento das ações de patrocínio com objetivo de:

I - avaliar a contribuição do patrocínio para o alcance dos objetivos estratégicos do Crea-PR;

II - avaliar o valor do investimento efetuado considerando os resultados alcançados;

III – rever ou prospectar novos tipos de projetos para alcance dos objetivos estratégicos do Crea-PR;

IV – propor adequações e melhorias dos procedimentos relacionados à atuação em patrocínio;

V – propor adequações e melhorias dos critérios técnicos e da precificação a ser aplicada aos projetos de patrocínio; e

VI – alinhar a atuação em patrocínio ao objetivo estratégico do Crea-PR e divulgação da marca.

Art. 38. Para subsidiar a avaliação de resultados, o Crea-PR poderá se valer, no que couber, de:

I - pesquisas de imagem: para verificar a percepção da imagem de marcas e os atributos percebidos, por público participante ou conhecedor da atuação do Crea-PR em patrocínios;

II - pesquisas de opinião: para verificar o entendimento dos públicos estratégicos relativo à atuação do Crea-PR em patrocínios e às temáticas, programas, produtos e serviços correlatos;

III - enquetes: para levantamento rápido de informações junto a participantes da ação de patrocínio ou públicos vinculados à temática patrocinada;

IV - monitoramento institucional: para verificar a efetiva participação de públicos de interesse e a quantidade de contatos, ações de relacionamento ou atendimentos prestados na ação de patrocínio, bem como o cumprimento de condições vinculadas a regulamentos próprios; e

V - outras ações de avaliação aderentes às estratégias e aos objetivos estratégicos do Crea-PR estabelecidos.

CAPÍTULO III

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E FINAIS

Art. 39. O processo de patrocínio compreende o planejamento das estratégias de divulgação da marca, da seleção e o acompanhamento dos projetos e a avaliação dos resultados dos patrocínios contratados, observados os objetivos estratégicos do Crea-PR e demais diretrizes estratégicas.

Art. 40. Compete a Diretoria aprovar o edital de patrocínio e o seu respectivo resultado e após homologar em Plenário do Crea-PR.

Art. 41. O disposto neste Regulamento não dispensa a obediência e observância da legislação aplicável à matéria e dos demais atos normativos pertinentes.

Art. 42. Os casos omissos deste regulamento serão resolvidos pelo Comitê Gestor de Patrocínio e em última instância pela Diretoria do Crea-PR.

Curitiba/PR, outubro de 2024.

Eng. Agr. Clodomir Luiz Ascari
Presidente do Crea-PR
PR-22133/D

Regulamento da Política de Patrocínio aprovado em Sessão Plenária n.º 1.021 em 24/09/2024. conforme
Decisão de Plenário n.º 580/2024.



Documento assinado eletronicamente por **Clodomir Luiz Ascari, Presidente do Crea-PR**, em 08/10/2024, às 18:51, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site www.crea-pr.org.br/sei-autentica, informando o código verificador **1863253** e o código CRC **26DE402E**.