

PORTARIA Nº 16, DE 8 DE JANEIRO DE 2020.

Documento nº 02500.000632/2020-10

A **DIRETORA-PRESIDENTE DA AGÊNCIA NACIONAL DE ÁGUAS - ANA**, no uso das atribuições que lhe confere o art. 115, incisos III e XIII, do Anexo I da Resolução nº 76, de 25 de setembro de 2019, publicada no DOU de 14 de outubro de 2019, que aprovou o Regimento Interno da ANA, e tendo em vista o disposto na Instrução Normativa SECOM/SG-PR nº 2, de 23 de dezembro de 2019, e ainda com base nos elementos constantes no Processo nº 02501.008184/2019-59, torna público que a DIRETORIA COLEGIADA, em sua 772ª Reunião Ordinária, realizada em 23 de dezembro de 2019, resolveu:

Art. 1º Instituir a Política de Patrocínio e Apoio Institucional da Agência Nacional de Águas (ANA).

#### **OBJETIVOS**

Art. 2º A presente política tem como objetivo nortear as ações relativas à concessão de patrocínio e de apoio institucional pela ANA, de forma a garantir a efetividade da ação de comunicação e dar transparência ao processo de relacionamento institucional.

#### **CONCEITOS**

Art. 3º Define-se como patrocínio a ação estratégica de comunicação e interlocução com a sociedade realizada por meio de apoio financeiro a projetos e eventos de iniciativa de terceiros, de natureza singular, que estejam alinhados aos princípios e diretrizes estabelecidos nesta portaria.

Art. 4º Define-se como apoio institucional o aval e recomendação da ANA a iniciativa de terceiro, com o fim de conceder gabarito a projeto ou evento, sem investimento de recursos financeiros.

Art. 5º É objetivo comum das ações de patrocínio e de apoio institucional contribuir para o fortalecimento da imagem institucional da Agência, ampliando relacionamento com públicos de interesse, divulgando produtos, serviços, posicionamentos, programas e políticas de atuação da ANA.

**Parágrafo único.** Para cada ação de patrocínio, devem ser estabelecidos objetivos específicos de comunicação, que precisam ser mensuráveis e concretos, para que seja possível verificar o seu alcance e avaliar a pertinência de se renovar a ação de patrocínio ou ajustar seus termos para que se adequem à realidade verificada ao final da ação de patrocínio.



## PRINCÍPIOS

Art. 6º A Política de Patrocínios e de Apoio Institucional da ANA tem como princípios:

- I - Fortalecer a marca ANA;
- II - Ampliar o relacionamento da ANA com públicos de interesse;
- III - Prezar pela ética, impessoalidade, eficiência, transparência e integridade institucional;
- IV – Adotar as recomendações da Secretaria Especial de Comunicação Social (SECOM/PR) e de órgãos de controle para a concessão de patrocínios.

## DIRETRIZES

### Foco de atuação

Art. 7º A ANA concederá patrocínio e apoio institucional a eventos e projetos que estejam alinhados ao planejamento estratégico institucional e ao plano de comunicação.

Art. 8º Serão priorizadas as propostas de patrocínio de eventos e projetos de tema técnico-científico, socioambiental, cultural ou educativo.

Art. 9º Os projetos e eventos patrocinados pela ANA terão, preferencialmente, abrangência nacional ou regional.

### Restrições

Art. 10 É vedada a concessão de patrocínio ou apoio institucional a projetos e eventos:

- I - De cunho político-eleitoral-partidário ou que tenha como finalidade direta ou indireta o apoio a campanhas ou qualquer outra atividade vinculada a partidos políticos, candidatos ou suas coligações, bem como promoção pessoal de servidores públicos;
- II - Promovido por entidade religiosa;
- III - Que não tenha como proponente pessoa jurídica;
- IV - Propostos por associações de servidores, da ativa ou aposentados, e que necessitem de transferência de recursos financeiros;
- V - Cujas pessoas jurídicas detenham, entre seus sócios, administradores, associados ou congêneres com poder de direção, cônjuge, companheiro ou parente, em linha reta ou colateral, por consanguinidade ou afinidade, até o terceiro grau, de servidor de Unidade Organizacional da ANA envolvida no processo de concessão de apoio institucional ou patrocínio;
- VI - De caráter meramente comemorativo, festivo ou de confraternização;
- VII - De natureza discriminatória, que estimulem o trabalho infantil ou que provoquem danos ambientais;



## SELEÇÃO DE PROJETOS

### Modalidades

Art. 11 São modalidades de seleção de propostas de patrocínio e de apoio institucional:

I – Seleção Pública

II – Escolha Direta

§1º A ANA poderá lançar anualmente editais, amplamente divulgados em seus canais de comunicação, para a Seleção Pública de projetos ou eventos a serem patrocinados e apoiados pela instituição. Estas seleções serão disciplinadas em normativos específicos, que conterão, entre outros, os critérios e as condições para participação, a disponibilidade orçamentária, bem como os aspectos relativos à avaliação e à escolha dos projetos.

§2º Os eventos e projetos a serem selecionados por meio de Escolha Direta poderão ser definidos a qualquer momento, quando identificados como ações de oportunidade ou como um patrocínio ou apoio institucional recorrente, desde que não tenham sido inscritos e recusados na modalidade de Seleção Pública naquele ano.

### Crítérios de avaliação

Art. 12 A ANA realizará, antes da contratação de projeto, análise da relação entre o custo e o benefício dos patrocínios a serem concedidos. Será exigido, a título de contrapartida do investimento financeiro, a concessão de benefícios de imagem, negociais e socioambientais, em conformidade com as recomendações da SECOM/PR e dos órgãos de controle.

Art. 13 As contrapartidas contratadas deverão agregar valor à marca ANA e contribuir diretamente para a estratégia de comunicação desta instituição.

§1º É vedada a utilização do contrato de patrocínio para a execução de atividades que possam ser realizadas por meio de outros instrumentos e que sirvam a iniciativas institucionais que não sejam as de comunicação, como a celebração de convênios, o fomento à outras instituições e a contratação de capacitação ou outras ações de desenvolvimento de pessoas para servidores da Agência.

§2º É vedada a contrapartida que possa ser contratada diretamente pela Administração Pública de forma mais vantajosa, como passagens aéreas.

Art. 14 Os instrumentos e metodologias de avaliação de projetos nas modalidades Seleção Pública e Escolha Direta, assim como a motivação da seleção de projetos contratados, deverão ser publicadas em página específica do Portal ANA na internet sobre o tema patrocínio.

Art. 15 Os projetos de patrocínio serão avaliados com apoio de ferramentas que diminuam a subjetividade do processo de escolha e de precificação do patrocínio.

§1º A Matriz de Análise de Projetos de Patrocínio é a principal ferramenta de precificação de projetos e deverá gerar como resultado a classificação do projeto nas seguintes categorias:



- I) Não patrocinar;
- II) Pequeno porte - investimento de até R\$ 150 mil;
- III) Médio porte - investimento de até R\$ 250 mil;
- IV) Grande porte - investimento de até R\$ 350 mil; e
- V) Projeto especial - investimentos superiores aos de projetos de grande porte.

§2º A classificação de projetos proposta após análise que utilize a Matriz de Análise de Projetos de Patrocínio é apenas uma recomendação que objetiva a racionalização do processo de concessão de patrocínio, devendo o valor final a ser aportado no projeto ser definido pela Diretoria Colegiada da ANA.

### **RESPONSABILIDADES**

Art. 16 O fluxo de tramitação dos processos administrativos referentes a pedidos de patrocínio e de apoio institucional e as responsabilidades de cada Unidade Organizacional da ANA (UORG) nesses processos deverão seguir as orientações da resolução da ANA que trata do trâmite dos assuntos submetidos à deliberação da Diretoria Colegiada.

Art. 17 A UORG que inicia o processo de patrocínio na ANA e emite Nota Técnica que analisa a proposta de patrocínio é denominada UORG proponente.

Parágrafo único. Mais de uma UORG poderá ter o papel de proponente em uma mesma ação de patrocínio.

### **ASPECTOS LEGAIS**

Art. 18 As ações de patrocínio e apoio institucional da ANA obedecem a legislação em vigor, em especial o Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008, e a Instrução Normativa SECOM/PR nº 2, de 23 de dezembro de 2019, assim como as recomendações de órgão de controle, como o Acórdão nº 2770/2018 – TCU – Plenário.

### **DISPOSIÇÕES GERAIS**

Art. 19 A aprovação das propostas de patrocínio estará condicionada a existência de disponibilidade financeira necessária à realização da despesa.

Art. 20 Os documentos e informações a respeito da concessão de patrocínios e de apoio institucional pela ANA, em especial a motivação para a seleção de instituição patrocinada, serão públicos e deverão ser disponibilizados no Portal ANA na internet.

Art. 21 As situações não previstas neste documento serão avaliadas e deliberadas pela Diretoria Colegiada da ANA.

Art. 22 Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

(assinado eletronicamente)  
CHRISTIANNE DIAS FERREIRA

