



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA

PORTARIA Nº 209/2024

Regulamenta a política de
patrocínio do Confea.

O PRESIDENTE DO CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA (CONFEA), no uso das atribuições que lhe são conferidas pelo Regimento do Confea, aprovado pela Resolução nº 1.015, de 30 de junho de 2006,

Considerando o [Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008](#), que dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal e dá outras providências;

Considerando a [Instrução Normativa da Presidência da República/Secretaria-Geral nº 1, de 27 de julho de 2017](#), que dispõe sobre a conceituação das ações de comunicação do Poder Executivo Federal e dá outras providências;

Considerando a [Instrução Normativa da Presidência da República/Secretaria de Governo nº 2, de 23 de dezembro de 2019](#), que disciplina o patrocínio dos órgãos e entidades do Poder Executivo federal e dá orientações complementares;

Considerando a [Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021](#) - Lei de Licitações e Contratos Administrativos;

Considerando a Portaria nº 78/2024 (SEI 0895676), que trata da estrutura organizacional do Confea; e

Considerando o constante dos autos do Processo nº 00.001389/2024-96,

RESOLVE:

Art. 1º Regulamentar a política de patrocínio do Confea.

Art. 2º Publique-se no Boletim de Serviço Eletrônico.

Art. 3º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.





A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.confea.org.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0954516** e o código CRC **8F983DEA**.

ANEXO I REGULAMENTO DA POLÍTICA DE PATROCÍNIO DO CONFEA

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 Sistema Confea/Crea.

Art. 2º Para efeito desta Portaria, considera-se:

I - patrocínio: ação de comunicação que busca agregar valor à marca, aos produtos e/ou serviços do Sistema Confea/Crea, 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 Confea, 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 Confea, se torna patrocinado;

IV - projeto de patrocínio: o documento de iniciativa de um proponente utilizado para apresentar proposta 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;

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 território nacional, observada a seguinte classificação:

I - pessoa jurídica de direito público interno: a União, os Estados e o Distrito Federal; os Municípios; os Creas; as Autarquias, inclusive as Associações Públicas; as Empresas Públicas; e as

demais entidades de caráter público criadas por lei; e

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

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 Confea;

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

VIII - ação promocional idealizada e/ou de iniciativa do Confea; e

IX - convênio, contratos de repasse e termos de parceria, formalizados com outros órgãos públicos ou organizações não-governamentais, para transferência de recursos financeiros a serem utilizados na execução de objetivos comuns.

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 Confea para contratação de projetos de patrocínio nos quais tem interesse em divulgar sua marca, atuando como patrocinador.

Art. 5º O Confea deverá elaborar planejamento das ações de patrocínio a partir do planejamento das ações de comunicação, 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 plano de comunicação, 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 Confea 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 de comunicação;

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 de comunicação estabelecidos.

Art. 8º O Confea poderá adotar processos de seleção de projetos de patrocínio nas modalidades de seleção pública ou de escolha direta.

Parágrafo único. A escolha direta deverá ser fundamentada considerando o alinhamento estratégico de projetos, a aderência com políticas e diretrizes do patrocinador, critérios de economicidade ou de vantajosidade na renovação de projetos e nas ações de oportunidade, dentre outros.

Art. 9º Os tipos de projeto deverão ser definidos de acordo com o resultado pretendido pela ação a ser desenvolvida, observados os seguintes parâmetros:

I - vinculação com a finalidade institucional do Sistema Confea/Crea;

II - vinculação com os direcionadores estratégicos e a estratégia do Confea; 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 Confea 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 negocial: iniciativas de distribuição de material, cessão de convites ou inscrições, cessão de estande, participação na programação e/ou atuação do Confea 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 Confea deverá prever a disponibilização ou o acesso facilitado aos produtos e/ou serviços oriundos do patrocínio ao público em geral.

§ 2º Entre as contrapartidas, o Confea deverá prever a divulgação da marca do Sistema Confea/Crea.

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

§ 1º A avaliação da vantajosidade deverá considerar a adequação do binômio custo-benefício, ou seja, a equivalência entre as oportunidades institucionais com o valor do investimento no patrocínio.

§ 2º Para subsidiar a avaliação da adequação do binômio custo-benefício, o Confea deverá considerar o potencial de retorno das contrapartidas, inclusive dos resultados de longo prazo, intangíveis e não mensuráveis relativos à imagem e ao seu impacto no desempenho institucional.

Seção II

Da Seleção Pública de Projetos de Patrocínio

Art. 12. O processo de seleção pública de projetos de patrocínio do Confea 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 órgão na Internet.

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

§ 2º O Confea 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 Confea não prevê a interposição de recurso por parte do proponente em qualquer de suas etapas.

Art. 15. A inscrição do projeto de patrocínio deverá ser realizada dentro do prazo fixado no edital e ser instruída pelo proponente com os seguintes documentos:

I - plano de trabalho de patrocínio;

II - documentos que comprovam a habilitação jurídica do proponente;

III - certidões que comprovam a regularidade fiscal e trabalhista do proponente;

IV - declarações de atendimento pelo proponente dos princípios e das exigências legais para contratação com a Administração Pública; e

V - declaração de que constitui entidade sem fins lucrativos nos termos do art. 15 da [Lei nº 9.532, de 10 de dezembro de 1997](#), conforme modelo constante do Anexo II.

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 Confea de acordo com os critérios técnicos fixados no edital.

§ 1º Os projetos analisados serão classificados em ordem decrescente de pontuação.

§ 2º A pontuação alcançada pelo projeto determina a cota de patrocínio a ser concedida, conforme valores fixados no edital.

§ 3º Será desclassificado o projeto que não atender às condições fixadas 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 Confea na Internet, contemplando, no mínimo, o nome do projeto, a identificação do patrocinado e o valor do investimento.

Seção III

Dos Critérios de Escolha de Projetos de Patrocínio

Art. 20. No estabelecimento de critérios de escolha de projetos de patrocínio, o Confea 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 Confea deverá considerar o conjunto de oportunidades institucionais, como:

I - aderência do projeto com sua áreas 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 de comunicação 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 Confea ou de seus programas, produtos e serviços;

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

X - outras oportunidades institucionais de interesse do Confea.

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, na modalidade Empreitada por Preço Unitário.

§ 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.

§ 2º É vedada a contratação de patrocínio com proponente que mantenha contrato de

prestação de serviços de comunicação com o patrocinador, tais como serviços de publicidade, de promoção, de comunicação digital, de assessoria de imprensa ou de relações públicas.

Art. 23. A redefinição de prazos, os acréscimos ou supressões no valor do contrato de patrocínio, que se fizerem necessários no decorrer da execução contratual, serão pactuados entre patrocinador e patrocinado, por meio de termo aditivo, resguardados os interesses da Administração Pública.

Parágrafo único. O patrocínio caracteriza-se como serviço não contínuo ou contratado por escopo, que deverá ser realizado pelo patrocinado em período predeterminado, 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.

§ 1º O contrato deverá estipular obrigação de respeito aos direitos sociais previstos nos artigos 6º a 11 da Constituição Federal.

§ 2º O contrato deverá estipular vedação para a utilização, em qualquer atividade relacionada à execução do projeto, de mão de obra infantil, escrava ou em condição de trabalho degradante, em observância à legislação vigente.

§ 3º O contrato deverá prever sanções administrativas a serem aplicadas nos casos de inexecução parcial ou total de seu objeto.

Art. 25. A aplicação da marca do patrocinador em materiais promocionais ou em peças de divulgação da ação patrocinada deverá configurar dever mínimo do patrocinado e direito básico do patrocinador.

Parágrafo único. A aplicação das marcas deverá observar as orientações constantes do manual de uso da marca do Sistema Confea/Crea e ser submetida à apreciação do Confea 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 Confea.

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 Confea 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 Confea;

III - orientar o patrocinado sobre a execução do projeto;

IV - instruir processo em face de solicitação de alteração do projeto para formalização de termo aditivo;

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;

VII - apoiar o monitoramento e a avaliação de resultados do projeto contratado.

Seção III

Da Comprovação da Execução e do Pagamento da Cota de Patrocínio

Art. 31. Para prestação de contas do direito de associação de marca, o Confea 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. 32. 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.

Para pagamento, deverá ser exigida do patrocinado a apresentação dos documentos de habilitação jurídica e de regularidade fiscal atualizados.

Art. 33. O pagamento da cota de patrocínio será efetuado, mediante crédito em conta bancária, após a documentação comprobatória ser atestada pelo fiscal do contrato, de acordo com as seguintes alternativas:

I - pagamento integral após comprovação da aplicação da cota de patrocínio na realização da ação patrocinada e a execução total das contrapartidas previstas no contrato; ou

II - pagamento em duas parcelas após comprovação e/ou de sua execução

parcial, observados os seguintes critérios:

a) até 40% da cota aprovada após comprovação da execução parcial ou da contratação de parte da contrapartidas previstas no contrato;

b) a cota remanescente aprovada após apresentação de relatório de execução do projeto instruído com a comprovação da aplicação da cota de patrocínio na realização do objeto e a execução total das contrapartidas contratadas.

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. 34. 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. 35. Na avaliação de resultados da ação de patrocínio, o Confea verificará, no que couber:

I - o alinhamento das ações realizadas com as estratégias de atuação preestabelecidas;

II - a efetividade das ações realizadas, conforme sua natureza e suas especificidades;

III - o grau de atingimento dos objetivos de comunicação institucionais;

IV - o comportamento ou resposta dos públicos envolvidos nas ações, dados os diferentes perfis;

V - a adequação do valor do investimento efetuado aos resultados obtidos por meio das ações institucionais; e

VI - outras questões aderentes aos objetivos de comunicação estabelecidos para cada projeto.

Parágrafo único. Para avaliação dos resultados, o patrocinador buscará estabelecer critérios claros, objetivos e mensuráveis, de modo a demonstrar racionalidade na utilização dos recursos.

Art. 36. Na avaliação de resultados do planejamento das ações de patrocínio, o Confea 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.

Parágrafo único. O Confea deverá registrar a avaliação dos resultados dos projetos patrocinados por edital de seleção pública e de sua atuação global em patrocínio em face do planejamento das ações de comunicação.

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

I - avaliar a contribuição do patrocínio para o alcance dos objetivos do plano de comunicação institucional;

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

III - rever ou prospectar novos tipos de projetos para alcance dos objetivos da comunicação institucional;

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 a novos objetivos do plano de comunicação ou da estratégia organizacional.

Art. 38. Para subsidiar a avaliação de resultados, o Confea 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 Confea em patrocínios;

II - pesquisas de opinião: para verificar o entendimento dos públicos estratégicos relativo à atuação do Confea 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 de comunicação estabelecidos.

CAPÍTULO III DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E FINAIS

Art. 39. O processo de patrocínio compreende o planejamento das ações de comunicação, a seleção e o acompanhamento dos projetos e a avaliação dos resultados dos patrocínios contratados, observados os objetivos do Plano de Comunicação do Confea e demais diretrizes estratégicas.

Art. 40. Compete à unidade responsável pela divulgação da marca do Confea por meio de patrocínio:

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

II - estimular o intercâmbio de informações e a difusão de boas práticas de patrocínio no Sistema Confea/Crea;

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

IV - realizar a gestão do processo de patrocínio do Confea:

a) avaliar o alinhamento dos objetivos e dos resultados das ações de patrocínio de cada edital ao Plano de Comunicação do Confea;

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;

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

V - registrar e apresentar à alta administração 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; e

IX - orientar o uso da marca do Confea pelos patrocinados.

Art. 41. Compete ao Conselho Diretor aprovar o edital de seleção pública e/ou projetos de patrocínio na modalidade escolha direta.

Art. 42. O disposto nesta Portaria não dispensa a obediência e observância da legislação aplicável à matéria e dos demais atos normativos pertinentes.

Art. 43. Os casos omissos desta política serão resolvidos pelo Conselho Diretor.

ANEXO II

MODELO DE DECLARAÇÃO PARA ENTIDADE SEM FINS LUCRATIVOS

Ilmo. Sr.

Presidente do Conselho Federal de Engenharia e Agronomia – CONFEA

(Nome da entidade), com sede (endereço completo), inscrita no CNPJ sob o nº _____, DECLARA ao Conselho Federal de Engenharia e Agronomia - CONFEA, para fins de não incidência na fonte do IR, da CSLL, da Cofins, e da Contribuição para o PIS/Pasep, a que se refere o art. 64 da Lei nº 9.430, de 27 de dezembro de 1996, que é entidade sem fins lucrativos de caráter associativo, a que se refere o art. 15 da Lei nº 9.532, de 10 de dezembro de 1997.

Para esse efeito, a declarante informa que:

I - preenche os seguintes requisitos, cumulativamente:

a) é entidade sem fins lucrativos;

b) presta serviços para os quais foi instituída e os coloca à disposição do grupo de pessoas a que se destinam;

c) não remunera, por qualquer forma, seus dirigentes por serviços prestados;

d) aplica integralmente seus recursos na manutenção e desenvolvimento de seus objetivos sociais;

e) mantém escrituração completa de suas receitas e despesas em livros revestidos das formalidades que assegurem a respectiva exatidão;

f) conserva em boa ordem, pelo prazo de 5 (cinco) anos, contado da data da emissão, os documentos que comprovam a origem de suas receitas e a efetivação de suas despesas, bem como a realização de quaisquer outros atos ou operações que venham a modificar sua situação patrimonial;

g) apresenta anualmente a Escrituração Contábil Fiscal (ECF), quando se encontra na condição de obrigado e em conformidade com o disposto em ato da Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB); e

h) os valores recebidos referem-se a receitas relacionadas com as finalidades para as quais foram instituídas.

II - o signatário é representante legal desta entidade, assumindo o compromisso de informar à RFB e à unidade pagadora, imediatamente, eventual desenquadramento da presente situação e está ciente de que a falsidade na prestação dessas informações, sem prejuízo do disposto no art. 32 da Lei nº 9.430, de 1996, o sujeitará, com as demais pessoas que para ela concorrem, às penalidades previstas na legislação criminal e tributária, relativas à falsidade ideológica (art. 299 do Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 - Código Penal) e ao crime contra a ordem tributária (art. 1º da Lei nº 8.137, de 27 de dezembro de 1990).

Local e data.

Assinatura do responsável