



GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL
COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E INTERAÇÃO SOCIAL
SUBCHEFIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA
COMITÊ DE PATROCÍNIOS

ATA DE REUNIÃO DO COMITÊ DE PATROCÍNIOS Nº: 01

Ata da reunião ordinária para avaliação de solicitação de Concessão de Patrocínio pelo Comitê de Patrocínios realizada em 29 de setembro de dois mil e quinze, na sala de reuniões do Gabinete da Comunicação Institucional e Interação Social, sala T 31, Palácio do Buriti, térreo. A reunião foi presidida pela Coordenadora do Comitê, Vera Canfran, designada pela portaria nº 01/2015 – CIIS de 26 de agosto de 2015, secretariada por Alane Maria da Silva Nogueira Fernandes e contou com a presença dos membros efetivos do Comitê: pela TERRACAP, Marcia Capanema; pelo BRB, Eurismar Francisco Lessa de Aguiar; pela CEASA, Vanescka Freire. Como convidado, pelo BRB, compareceu João Eduardo G.de C. Silveira, gerente da área de patrocínio do BRB. Nesta primeira reunião, a pauta apresentada foi: 1. **Processo Seletivo para escolha de projetos de patrocínio (edital de credenciamento)**; 2. **Critérios para prestação de contas de patrocínios conjuntos (com base na Decisão 2255/2013 – TCDF)**; 3. **Avaliação dos projetos apresentados pela TERRACAP e BRB.**

1. Processo Seletivo (edital de credenciamento)

Análise: trata-se de seleção pública de projetos para patrocínios culturais. Esse procedimento será adotado, já em 2016, pelo BRB e pela TERRACAP. O processo de seleção do BRB encontra-se em fase de elaboração; o da TERRACAP, já aprovado pela área jurídica da empresa, aguarda aprovação da diretoria colegiada. O comitê receberá informações do andamento dos processos.

2. Critérios para prestação de contas:

Análise: faz-se necessária a definição de critérios para prestação de contas conjunta de patrocínios quando mais de um órgão ou entidade figurar como patrocinador do mesmo evento. Para o cumprimento dessa determinação do TCDF, ficou decidido na reunião que as empresas que terão seus projetos patrocinados por mais de uma entidade do governo deverão apresentar, no ato da assinatura do contrato, a relação de despesas que cada cotista pagará. Além da definição prévia de despesas, as entidades patrocinadoras farão uma conferência conjunta das prestações de contas apresentadas pelo patrocinado, antes do pagamento das faturas. O comitê acompanhará as prestações de contas.

3. Dos projetos:

CAPITAL FASHION WEEK : Valor do projeto: R\$ 61.280,00, cota BRB R\$ 30.000,00. Trata-se de iniciativa destinada a incrementar a moda no Distrito Federal e no Centro-Oeste, promovendo um evento comercial sustentável com o objetivo de criar cultura de produção de moda de alta qualidade, com viabilidade comercial, e assim possibilitar a interferência maior de empresas, cooperativas e associações no cotidiano de suas comunidades, abrir oportunidades de negócios para as micro e pequenas empresas e

1
4



GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL
COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E INTERAÇÃO SOCIAL
SUBCHEFIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA
COMITÊ DE PATROCÍNIOS

empreendimentos sociais, além de possibilitar a essas empresas ferramentas necessárias para a inserção no comércio nacional e internacional. A instituição terá como estratégia a realização de ações de relacionamento com clientes Millenium BRB, clientes universitários, reforçando seu apoio ao desenvolvimento do mercado de moda em Brasília. Voto: Estando em conformidade com as políticas de patrocínio da empresa e não ferindo os princípios legais para aplicação do recurso, todos os membros votaram pela aprovação do projeto, ficando apto para encaminhamento aos setores responsáveis pela conclusão da demanda.

36º CONGRESSO BRASILEIRO DOS FUNDOS DE PENSÃO: Valor do projeto R\$ 6.615.000,00 - cota BRB: R\$ 80.000,00. Considerado o principal evento realizado na América Latina na área de Previdência Complementar, ocupando uma posição destacada neste cenário. A instituição identifica uma oportunidade de participação, uma vez que necessita ampliar a penetração nesse setor para buscar novos investidores e parceiros de negócios. Projeto com cunho eminentemente negocial, sendo uma importante ação de relacionamento para captação de instituições investidoras. Voto: Estando em conformidade com as políticas de patrocínio da empresa e não ferindo os princípios legais para aplicação do recurso, todos os membros votaram pela aprovação do projeto, ficando apto para encaminhamento aos setores responsáveis pela conclusão da demanda.

BRASÍLIA CAPITAL FITNESS 2015 – EDIÇÃO 20 ANOS: Valor do projeto R\$ 1.949.100,00, cota BRB R\$ 80.000,00. Considerada a maior feira de esportes do Centro-Oeste e a segunda maior do país. Em 2015, a previsão é reunir, direta e indiretamente, cerca de 80 mil pessoas, 40 academias, além de profissionais de educação física, nutrição e diversas outras áreas vinculadas à prática de exercícios físicos. O “Brasília Capital Fitness” contará com a participação de diversos proprietários de academias e empresas fornecedoras de materiais esportivos, possibilitando a realização de diversos negócios no local. Segundo avaliação do banco, o elevado custo dos equipamentos de ginástica e a necessidade de contínua modernização das academias, impulsiona a participação de instituições bancárias com a disponibilização de crédito, principalmente para troca de equipamentos e reforma das academias. Outra oportunidade de negócio defendida pela instituição é a oferta de produtos e serviços como: o adiantamento de crédito, cobrança bancária, cartão e seguros. Segundo o BRB, o patrocínio desse evento também permitirá a realização de ações de relacionamento com o Sindicato das Academias de Brasília, potencial cliente do Banco. Como patrocinador, o BRB terá exclusividade no seguimento bancário.

Projeto de cunho negocial, tendo o BRB, como principal objetivo de participação, a prospecção de novos clientes no segmento fitness.

O BRB participará do “Business Conference”, evento realizado dentro do Capital Fitness, destinado exclusivamente a donos de academias, com boa possibilidade de relacionamento junto a esse público. Voto: Estando em conformidade com as políticas de patrocínio da empresa e não ferindo os princípios legais para aplicação do recurso, todos

2
A



GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL
COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E INTERAÇÃO SOCIAL
SUBCHEFIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA
COMITÊ DE PATROCÍNIOS

os membros votaram pela aprovação do projeto, ficando apto para encaminhamento aos setores responsáveis pela conclusão da demanda.

ESPETÁCULO NELSON FREITAS E VOCÊS – Valor do projeto R\$ 52.230,00, cota BRB R\$ 25.000,00. Primeiramente foi apresentado o projeto "CulturArte BRB". Criado em 2015, com o objetivo de estimular a realização de ações culturais em Brasília, o projeto possibilita o acesso da população a eventos com reconhecida qualidade, a promoção de ações de relacionamento junto a clientes e potenciais clientes da instituição, e a associação da marca do Banco a conceitos vinculados à cultura. Como parte desse projeto, o banco apresentou ao comitê o espetáculo "Nelson Freitas e Você", um *stand up comedy* do comediante de reconhecimento nacional, premiado internacionalmente, com participação em programas humorísticos de grande audiência na televisão. Foi questionado pela secretária Vera Canfran a relevância do evento, se o investimento daria retorno satisfatório. O representante da área de marketing defendeu o sucesso do projeto CulturArte, a sua colaboração no desenvolvimento da arte na cidade e exemplificou com o sucesso do espetáculo "Hiperativo", com o humorista Paulo Gustavo. O projeto teve uma ótima repercussão na mídia, com grande participação de público, estimulando o banco a realizar nova ação no segmento. Voto: Estando em conformidade com as políticas de patrocínio da empresa e não ferindo os princípios legais para aplicação do recurso, todos os membros votaram pela aprovação do projeto, ficando apto para encaminhamento aos setores responsáveis pela conclusão da demanda.

XII CONGRESSO NACIONAL DOS PROCURADORES DOS ESTADO E DO DISTRITO FEDERAL - Valor do projeto R\$ 980.000,00, cota BRB R\$ 50.000,00. Evento anual que reúne procuradores de todo o país, com objetivo de capacitação. São esperadas cerca 1.000 pessoas, entre procuradores de Estado, estudantes de direito, advogados e outros integrantes do meio jurídico e sociedade em geral. Público segmentado e potencial consumidor dos produtos e serviços do BRB. Objetivo principal da ação de patrocínio: a realização de ação de relacionamento junto a importante segmento e potenciais clientes. Voto: Estando em conformidade com as políticas de patrocínio da empresa e não ferindo os princípios legais para aplicação do recurso, todos os membros votaram pela aprovação do projeto, ficando apto para encaminhamento aos setores responsáveis pela conclusão da demanda.

2º EXPO HIP HOP BRASIL 2015 – Valor do projeto R\$ 296.350,00, cota BRB R\$ 100.000,00 e cota TERRACAP R\$ 50.000,00. Projeto apresentado pelas duas empresas. Destaque como um dos principais festivais de cultura urbana da América Latina, o "2º Expo Hip Hop Brasil" terá novamente três dias de evento (09 a 11 de outubro), com batalhas de MC's, workshop de grafite, campeonato de *break*, de *street dance* e de DJ's, competições de skate e basquete de rua, além de contar com nomes importantes da cidade e de outros estados na cena do RAP, que se apresentarão nos dois palcos do evento. Reconhecendo a relevância do movimento, o BRB vê a oportunidade de associar sua marca ao evento tendo, assim, a oportunidade de possibilitar o acesso da população à cultura, promover ações de relacionamento junto a potenciais clientes e associar a sua marca a conceitos vinculados à cultura. Para a TERRACAP, as atividades culturais



GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL
COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E INTERAÇÃO SOCIAL
SUBCHEFIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA
COMITÊ DE PATROCÍNIOS

populares e tradicionais, reunindo grupos locais, é uma importante ferramenta na transformação social à qual a marca da empresa deve estar associada. Na apresentação do projeto, o membro da TERRACAP destacou a ausência de incentivo fiscal no projeto, não podendo a empresa abater o patrocínio de seu Imposto de Renda. As duas empresas registraram que farão o controle conjunto da prestação de contas, de acordo com o que foi decidido nesta reunião. Voto: a membro da TERRACAP manifestou-se contrária à aprovação do projeto, apesar da vantajosidade apresentada na defesa; considerou as medidas anunciadas para conter o déficit do governo e a diretriz de contenção de gastos razões para seu voto. Considerando a observação da representante da Terracap, os demais membros decidiram por aprovar o projeto considerando os apontamentos apresentados na defesa como: compromisso social, adequação às políticas de patrocínio da empresa e reforço da marca. No entanto caberá à Diretoria Colegiada da empresa avaliar as considerações apontadas pela sua representante e decidir pela viabilidade do patrocínio. Visto que não cabe a esse Comitê a avaliação de viabilidade financeira.

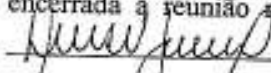
FERROCK FESTIVAL 30ª EDIÇÃO- Valor do projeto R\$ 1.800.000,00, cota TERRACAP R\$ 100.000,00. Evento sociocultural e ambiental que, ao longo de seus 30 anos de existência, vem reunindo grupos de rock locais, nacionais e internacionais, bem como grupos de cultura popular e tradicional de várias regiões do país, fazendo das manifestações culturais um importante veículo de transformação social, onde o atual dá espaço aos ritmos ancestrais, ao respeito às diferenças, trabalhando paralelamente o sentimento de pertencimento a uma terra tão rica em ritmos e sons variados e únicos de nossa brasilidade. O projeto não possui lei de incentivo, impossibilitando o abatimento no Imposto de Renda da empresa. Em defesa do projeto, a TERRACAP considerou as atividades culturais populares e tradicionais, reunindo grupos de rock local, importante ferramenta na transformação social e a associação da **marca com o compromisso social** e com a política pública de ampliar a participação da sociedade de acordo com objetivos de fortalecer os espaços de participação popular. Voto: a membro da TERRACAP manifestou-se contrária à aprovação do projeto, apesar da vantajosidade apresentada na defesa; considerou as medidas anunciadas para conter o déficit do governo e a diretriz de contenção de gastos razões para seu voto. Considerando a observação da representante da Terracap, os demais membros decidiram por aprovar o projeto considerando os apontamentos apresentados na defesa como: compromisso social, adequação às políticas de patrocínio da empresa e reforço da marca. No entanto caberá à Diretoria Colegiada da empresa avaliar as considerações apontadas pela sua representante e decidir pela viabilidade do patrocínio. Visto que não cabe a esse Comitê a avaliação de viabilidade financeira.

BASQUETE PROFISSIONAL MASCULINO DE BRASÍLIA – Valor do projeto R\$ 5.100.000,00; cota TERRACAP: R\$ 500.000,00. Equipe de basquete profissional masculino de Brasília participa da principal competição nacional de basquete, o Novo Basquete Brasil (NBB), além de competições internacionais como a Liga Sul-Americana (LSA) e a Liga das Américas (LDA). Com atletas e uma comissão técnica de alto padrão competitivo, o histórico de conquistas fez de Brasília a Capital do Basquete e se constitui



GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL
COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E INTERAÇÃO SOCIAL
SUBCHEFIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA
COMITÊ DE PATROCÍNIOS

na principal referência esportiva da cidade. A instituição ressaltou que o projeto não possui inscrição na Lei de Incentivo ao Esporte, logo não permite desconto no Imposto de Renda. Ao defender o projeto, destacou o benefício da associação de sua marca ao BASQUETE PROFISSIONAL MASCULINO DE BRASÍLIA, em virtude da divulgação espontânea da marca na mídia, além dos benefícios de estar apoiando uma iniciativa que já é reconhecida como bem sucedida pelo Governo do Distrito Federal. Voto: a membro da TERRACAP manifestou-se contrária à aprovação do projeto, no que diz respeito à participação da TERRACAP, apesar da vantajosidade apresentada na defesa; considerou as medidas anunciadas para conter o déficit do governo e a diretriz de contenção de gastos razões para seu voto. Os demais membros, no entanto, entenderam que a TERRACAP pode se beneficiar com a associação de sua marca ao BASQUETE PROFISSIONAL MASCULINO DE BRASÍLIA, em virtude do reconhecido alcance junto à mídia gerada espontaneamente, sem mencionar os benefícios de estar apoiando uma iniciativa reconhecida como bem sucedida pela opinião pública e pelo próprio governo. Recomendaram que a TERRACAP aproveitasse essa oportunidade, não só para estreitar relações com a comunidade brasiliense, mas também para reafirmar, mediante o estímulo ao esporte, seu comprometimento com a melhoria da qualidade de vida dos moradores do Distrito Federal. No entanto caberá à Diretoria Colegiada da empresa avaliar as considerações apontadas pela sua representante e decidir pela viabilidade do patrocínio. Visto que não cabe a esse Comitê a avaliação de viabilidade financeira. Ficando, portanto, o projeto aprovado pelos demais membros.

Nada mais havendo para ser tratado, às 16h35, a coordenadora do Comitê deu por encerrada a reunião relatada nesta ata, lavrada por mim, Alane M.S.N. Fernandes, , aprovada e assinada pelos presentes.

MEMBRO	MATRÍCULA	ORGÃO	ASSINATURA
Eurismar Francisco Lessa de Aguiar	6294-3	BRB	
Vaneska Freire	1054-5	CEASA	
Marcia Capanema	2540-2	TERRACAP	


Vera Canfran

Coordenadora do Comitê de Patrocínios