

Edital de Seleção Pública de Patrocínios - 2023

da Agência Nacional de Águas e Saneamento Básico

1. INTRODUÇÃO

1.1. A Agência Nacional de Águas e Saneamento Básico – ANA é responsável, na esfera federal, por implementar a Política Nacional de Recursos Hídricos – PNRH, regular e fiscalizar situações que envolvam corpos d’água de domínio da União, o uso de recursos hídricos, regular a prestação dos serviços públicos de irrigação e adução de água bruta e a segurança de barragens, com vistas a assegurar a segurança hídrica no país. A partir de 2020, com a promulgação da Lei nº 14.026/2020, passou a ser responsável pela uniformização da regulação do setor e divulgação de melhores práticas dos serviços públicos de saneamento básico. É uma autarquia sob regime especial com autonomia administrativa e financeira, vinculada ao Ministério do Desenvolvimento Regional - MDR.

1.2. O presente edital tem por objeto a seleção pública de eventos e projetos executados de forma presencial e/ou virtual que serão avaliados para a concessão de patrocínio pela ANA.

1.3. As ações de patrocínio realizadas por esta Agência seguem as determinações da [Política de Patrocínio e Apoio Institucional da ANA](#) (Portaria ANA n. 16, de 8 de janeiro de 2020) e da Instrução Normativa SECOM/SG/PR n. 02, de 23 de dezembro de 2019.

1.4. De acordo com a política mencionada, as ações de patrocínio da ANA devem contribuir para o fortalecimento da imagem da instituição, ampliando relacionamento com públicos de interesse, divulgando produtos, serviços, posicionamentos, programas e políticas de atuação da Agência.

1.5. Em conformidade com a IN SECOM/SG/PR n. 02/2019, adota-se neste processo seletivo os seguintes conceitos:

1.5.1 Patrocínio: ação de comunicação que se realiza por meio da aquisição do direito de associação da marca e/ou de produtos e serviços do patrocinador a projeto de iniciativa de terceiro, mediante a celebração de contrato de patrocínio.

1.5.2 Objetivos do patrocínio: gerar identificação e reconhecimento do patrocinador por meio da iniciativa patrocinada; ampliar relacionamento com públicos de interesse; divulgar marcas, produtos, serviços, posicionamentos, programas e políticas de atuação; ampliar vendas e agregar valor à marca do patrocinador.

1.5.3 Patrocinador: órgão ou entidade da administração pública federal que, no exercício de suas atividades, constata a conveniência e/ou oportunidade de patrocinar.

1.5.4 Patrocinado: pessoa jurídica que oferece ao patrocinador a oportunidade de patrocinar projeto.

1.5.5 Projeto de patrocínio: iniciativa do patrocinado, descrita em documento em que apresenta as características, as justificativas e a metodologia de sua execução, estabelece

cotas de participação, contrapartidas e condições financeiras e informa outras singularidades da ação proposta ao patrocinador.

1.5.6 Contrapartida: obrigação contratual do patrocinado que expressa o direito de associação da marca do patrocinador ao projeto patrocinado.

1.5.7 Contrato de patrocínio: instrumento jurídico para a formalização do patrocínio, em que patrocinador e patrocinado estabelecem seus direitos e obrigações.

1.6 Para fins deste edital, **não** é considerado patrocínio:

1.6.1 A cessão gratuita de recursos humanos, materiais, bens, produtos e serviços;

1.6.2 Qualquer tipo de doação;

1.6.3 Projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículo de divulgação, com entrega em espaços publicitários;

1.6.4 A permuta de materiais, produtos ou serviços pela divulgação de conceito de posicionamento e/ou exposição de marca;

1.6.5 O aporte financeiro a projeto cuja contrapartida seja o recebimento de tempo e/ou espaço de mídia em veículo de divulgação para uso exclusivo do patrocinador, sem associação com o projeto patrocinado;

1.6.6 O aporte financeiro a projeto de transmissão de evento executado por veículos de divulgação;

1.6.7 A ação compensatória decorrente de obrigação legal do patrocinador;

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

1.6.9 A ação promocional executada pelo próprio patrocinador com o objetivo de divulgar ou promover sua marca, produtos, serviços, conceitos ou políticas públicas junto a públicos de interesse.

1.7 Os projetos deverão ter todas as atividades e contrapartidas pactuadas integralmente executadas no período de 02/01/2023 a 31/12/2023, ficando a critério da ANA, mediante justificativa apresentada, a extensão deste prazo.

1.8 Os projetos habilitados, avaliados, classificados e homologados pela Diretoria Colegiada da ANA comporão o Banco de Projetos de Patrocínio da ANA e poderão ser disponibilizados para os demais órgãos integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal (SICOM), em conformidade com a Instrução Normativa SEGOV/PR n. 02, de 23 de dezembro de 2019.

1.9 O montante de recursos a ser aportado em cada ação de patrocínio inscrita no Banco de Projetos será definido em função das cotas a serem negociadas com os proponentes dos projetos selecionados e considerará a disponibilidade orçamentária da ANA destinada a patrocínios no exercício do início de realização do projeto.

1.9.1 A inscrição de projeto em Banco de Projetos não obriga a contratação do projeto pela ANA.

1.9.2 A eventual contratação de projeto que conste de Banco de Projetos dependerá da disponibilidade orçamentária no exercício e do interesse institucional da ANA em celebrar contratação.

1.10 A soma do total dos projetos contratados por meio desta seleção pública não poderá superar o teto de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).

1.11 Em consonância com a Política de Patrocínio e Apoio Institucional da ANA (Portaria ANA n. 16/2020), as iniciativas classificadas pela Matriz de Análise de Projetos de Patrocínio como “pequeno porte” poderão receber investimento de, no máximo, R\$ 150 mil. As classificadas como “médio porte” possuem limitação de até R\$ 250 mil e as de “grande porte” têm teto de investimento de R\$350 mil. Já as iniciativas classificadas como “projetos especiais” não possuem restrição de investimento, salvo os limites estabelecidos para o conjunto das ações deste edital.

1.12 Terão prioridade neste processo seletivo as propostas de patrocínio de eventos e projetos de tema técnico-científico e educativo.

1.13 Não será fornecida cópia dos projetos inscritos.

1.14 A ANA poderá avaliar e selecionar outros projetos de patrocínio, que não estejam inscritos neste edital, desde que respeitados os termos previstos no §2º do artigo 11 da Política de Patrocínio e Apoio Institucional da ANA.

1.15 A Comissão de Avaliação, após análise de projeto integrante de Banco de Projetos, avaliará o valor solicitado, reservando-se ao direito de não celebrar contrato de patrocínio com o proponente ou aportar recursos menores do que os propostos nos projetos inscritos.

1.16 A proposta da Comissão de Avaliação de valor referente a cada projeto, bem como das contrapartidas a serem contratadas, será informada ao proponente que for classificado no edital, em **comunicado de homologação** encaminhado por e-mail, dentre outras informações pertinentes ao processo de contratação.

2. CRONOGRAMA

2.1 As ações previstas neste edital seguirão o seguinte cronograma de atividades:

Inscrição	31/10 a 28/11/2022 – 28 dias corridos
Divulgação dos projetos com inscrição habilitada	Até 30/11/2022 – dois dias úteis
Avaliação e classificação	01/12 a 08/12/2022 – 6 dias úteis
Homologação pela Diretoria Colegiada da ANA	Até dia 20/12/2022 – 9 dias úteis
Divulgação do Banco de Projetos de Patrocínio da ANA	Até 23/12/2022 – 2 dias úteis
Contratação de projetos	02/01/2023 a 30/11/2023 – 332 dias corridos
Conclusão da execução de todos os projetos patrocinados	Até 31/12/2023

3. QUEM PODE INSCREVER PROJETOS

3.1. A participação neste processo seletivo é aberta somente a proponentes pessoas jurídicas com ou sem fins lucrativos – sociedades, fundações, associações ou empresas individuais de responsabilidade limitada – constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no país, com seu objeto social compatível com a atividade a ser efetuada no projeto inscrito, conforme inciso III, artigo 10 da Política de Patrocínio e Apoio Institucional da ANA.

3.1.1. O projeto deve guardar conformidade com os objetos da pessoa jurídica, indicados no seu Estatuto Social, que devidamente registrado em cartório.

3.2. Os projetos selecionados deverão ser executados dentro do território nacional, sendo que, em consonância com o artigo 9º da Política de Patrocínio e Apoio Institucional da ANA, serão priorizados projetos e eventos de abrangência nacional ou regional.

4. VEDAÇÕES

4.1. É vedada a inscrição, seleção e a contratação de projetos que se enquadrem em qualquer um dos itens abaixo:

4.1.1. 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;

4.1.2. Promovido por entidade religiosa;

4.1.3. Que não tenha como proponente pessoa jurídica;

4.1.4. Propostos por associações de servidores, da ativa ou aposentados, e que necessitem de transferência de recursos financeiros;

4.1.5. Cuja pessoa jurídica detenha, 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 da ANA;

4.1.6. De caráter meramente comemorativo, festivo ou de confraternização;

4.1.7. Que estimulem maus tratos a animais;

4.1.8. De natureza discriminatória, que estimulem o trabalho infantil ou que provoquem danos ambientais;

4.1.9. Carnavalescos, concursos de beleza (misses, moda etc.) e outros de natureza similar;

4.1.10. Restaurações de prédios, obras, restauração e manutenção de acervos;

4.1.11. Que causem danos à imagem e à integridade da ANA;

4.1.12. Que não estejam alinhados com as diretrizes e princípios institucionais da ANA, a critério da Diretoria Colegiada da ANA;

4.1.13. Que sejam voltados exclusivamente a pagamento de diárias, hospedagem, passagem, alimentação, transporte, compra de equipamentos e locação de espaços;

4.1.14. Que apresentem pendências referentes a projetos anteriormente patrocinados (contrapartidas, prestações de contas etc.) na ANA ou em qualquer instituição integrante do Sistema de Comunicação do Governo Federal – SICOM;

4.1.15. Que remunerem por prestação de serviços servidores da ANA da ativa e/ou seu cônjuge, companheiro ou parente, em linha reta ou colateral, por consanguinidade ou afinidade, até o terceiro grau;

4.1.16. Propostos por qualquer entidade da administração pública direta e indireta, federal, estadual, municipal e distrital;

4.1.17. Propostos por entidades que mantenham 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;

4.1.18. De instituições representadas por pessoas com má reputação, ou ainda que atentem contra a ordem pública;

4.1.19. Que façam apologia ao uso de drogas ilícitas e ligados a jogos de azar ou especulativos;

4.1.20. Que infrinjam qualquer lei ou norma jurídica vigente.

4.2. 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 a outras instituições e a contratação de capacitação ou outras ações de desenvolvimento de pessoas para servidores da Agência.

4.3. É vedada a contrapartida que possa ser contratada diretamente pela Administração Pública de forma mais vantajosa.

4.4. Não serão objeto de patrocínio: elaboração/agenciamento do projeto, taxa de administração, impostos, aquisição de imóveis, eletroeletrônicos, pró-labore, despesa de

energia elétrica e de telefone.

4.5. Não serão aceitas modificações ou substituições de dados e de anexos ao projeto depois de finalizada a inscrição da instituição, salvo retificação de ordem material, a juízo da Comissão de Avaliação.

4.6. Aos patrocinados é proibido: oferecer, prometer, autorizar ou efetuar pagamento em dinheiro ou qualquer outro benefício, com a finalidade de obter vantagem à ANA.

5. SEGUIMENTOS DE PATROCÍNIO

5.1. Poderão se candidatar projetos que agreguem valor à marca ANA, preferencialmente nos seguintes seguimentos de patrocínio:

5.1.1. Seminários, Congressos e Outros Eventos - Projetos destinados à realização de seminários, congressos e outros eventos com foco técnico-científico de interesse do setor de águas e saneamento básico.

5.1.2. Educação – Projetos educativos, que abranjam temas de interesse do setor de águas e saneamento básico. Iniciativas educacionais alinhadas ao Objetivo do Desenvolvimento Sustentável - ODS 6 (Água Potável e Saneamento), que integra a Agenda 2030 da ONU. Atividades que mostram a importância da água como elemento fundamental para a vida, que deve ser disponibilizada a todos em qualidade e quantidade adequadas; Ações que aumentam a percepção de que a água e o saneamento básico estabelecem relações com outras temáticas e fazem parte de sistemas globais complexos; Projetos que motivem a percepção das causas, dos efeitos e das consequências da escassez de água e da deficiência dos serviços de abastecimento e saneamento básico no Brasil e no mundo e que estimulem nos estudantes a responsabilidade pelo uso sustentável da água; Ações que ajudem a identificar as questões relativas à água e ao saneamento básico que afetam a escola e a comunidade, fomentando a participação em atividades para a melhoria da gestão desses serviços.

a) São ações elegíveis para seleção neste seguimento:

- Atendimento direto para crianças e adolescentes, de 6 a 17 anos de idade, de forma complementar à escola, em atividades voltadas para a melhoria da aprendizagem e desenvolvimento integral, através da oferta de atividades pedagógicas, incluindo educação ambiental, práticas de esporte educacional e atividades socioculturais e ambientais;
- Ações realizadas por instituições de ensino superior;
- Promoção de capacitação continuada para educadores, gestores públicos e organizações da sociedade civil que atuem na educação pública, profissionais da rede socioassistencial e gestores públicos e organizações da sociedade civil que atuem no fortalecimento do sistema de garantia dos direitos da criança e do adolescente.

b) São ações **não elegíveis** para seleção neste seguimento:

- Projetos com ações similares e substitutivas às políticas setoriais de governo referentes à educação formal (por exemplo, atividades regulares na oferta de creche, pré-escola e ensino fundamental, médio ou superior);
- Projetos que promovam o esporte de rendimento, isto é, aqueles que possuam a finalidade de formar e integrar atletas em campeonatos e grandes competições nacionais e internacionais;
- Projetos exclusivos de eventos pontuais ligados ao esporte.

5.2 Caso a Comissão de Avaliação entenda que eventual projeto não se enquadra nos seguimentos priorizados no item 5.1 deste edital, mas tenha potencial de agregar valor à marca ANA, poderá prosseguir no processo seletivo, observados os critérios de avaliação e classificação previstos no item 8 deste edital.

5.2.1 A Comissão de Avaliação poderá recusar a inscrição de projeto que não pertença aos seguimentos exemplificados no item 5.1 deste edital, desde que considere que a ação não tem potencial para agregar valor à marca ANA.

6. CONTRAPARTIDAS

6.1. As contrapartidas deverão ser informadas no escopo do projeto para análise preliminar. Os proponentes encontram exemplos de contrapartidas no banco de dados de contrapartidas elaborado pela SECOM.

6.2. Serão exigidas contrapartidas mínimas de imagem, negociais, sociais e ambientais, de acordo com o foco e singularidade de cada projeto, e que possibilite ampla divulgação da marca ANA, podendo o proponente propor outras contrapartidas para avaliação da Comissão de Avaliação, além das mínimas exigidas neste edital.

6.2.1. Contrapartidas mínimas de imagem

- a) Inserção do logotipo da ANA e do Governo Federal, conforme definido no Manual da Marca ANA e do Governo Federal (exemplos: em materiais de divulgação, no site do projeto etc.);
- b) Citação ou menção à ANA e ao Governo Federal (ex: pelo mestre de cerimônia, no material de divulgação, em releases, exibição de vídeo institucional, cessão de espaço para inserção de texto institucional/anúncio etc.);
- c) Cessão de direitos para a utilização de imagens do projeto;
- d) Divulgação em redes sociais.

6.2.2. Contrapartidas mínimas negociais

- a) Distribuição/instalação de materiais de divulgação da ANA;
- b) Possibilidade de participação da Diretoria Colegiada da ANA ou de representante indicado por esta na programação de eventos associados ao projeto, se for o caso;
- c) Possibilidade de atividade que inclua alta administração da ANA, se for o caso;
- d) Apresentação do projeto em eventos institucionais da ANA, se for o caso;

- e) Disparo de e-mail marketing com conteúdo criado pela ANA para mailing do projeto;
- f) Cessão de convites e ingressos para participação institucional da ANA, se for o caso;
- g) Cessão à ANA de peças, materiais ou produtos relacionados ao projeto, se for o caso.

6.2.3. **Contrapartidas mínimas sociais**

- a) Acesso gratuito ou com desconto para público do evento/projeto;
- b) Envolvimento da comunidade local no projeto.

6.2.4. **Contrapartidas mínimas ambientais**

- a) Ações para diminuição/compensação de danos ambientais associados ao projeto;
- b) Inserção de mensagem de educação ambiental no projeto e/ou uso de material reciclado nas peças de divulgação.

6.3. As contrapartidas acima especificadas independem do valor proposto e/ou cotas de patrocínio relacionadas no projeto e deverão ser cumpridas integralmente conforme as características e singularidade de cada projeto.

6.4. Durante a execução do projeto, poderá ser exigida a exibição de filmes de utilidade pública de interesse da sociedade brasileira, elaborados pelo Governo Federal, atendendo a orientação da Secretaria Especial de Comunicação Social – SECOM/MCom, e em acordo com o contratante.

7. INSCRIÇÃO

7.1. As inscrições são gratuitas e dar-se-ão por via eletrônica, **EXCLUSIVAMENTE** para o seguinte e-mail: patrocinio@ana.gov.br

7.2. O período de inscrições é de 31/10 a 28/11/2022. Serão aceitas as inscrições realizadas por via eletrônica **até às 23h59 do dia 28/11/2022**.

7.3. A ANA não se responsabiliza por eventuais erros ocasionados no envio eletrônico dos projetos. Para efeitos deste Edital, não serão aceitos projetos enviados para outros correios eletrônicos da ANA nem qualquer outro endereço que não o definido no item 7.1 deste Edital.

7.4. O projeto **obrigatoriamente** deverá ser encaminhado por e-mail em **um único envio**. Nele serão encaminhados **os arquivos**, conforme abaixo, **anexados** ao e-mail, em **formato PDF, não editável**, de acordo com os modelos fornecidos nos anexos deste Edital, contendo os seguintes documentos do projeto:

- a) **Projeto** - com o seu conteúdo obedecendo ao roteiro obrigatório de apresentação (Anexo I).
- b) **Declarações** – conforme modelos do Anexo II

7.5. As imagens, fotos, croquis, ilustrações e demais elementos visuais que ilustram e facilitam a compreensão do projeto devem ser anexados ao e-mail único mencionado no item 7.4 deste edital.

7.6. Todos os documentos eletrônicos deverão, ao todo, somar um tamanho máximo de 20MB (vinte megabytes).

7.7. Os anexos contendo o modelo da documentação exigida neste edital também estão disponíveis no site <https://www.gov.br/ana/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/patrocinio>.

7.8. Ao enviar o e-mail com os arquivos anexados, o proponente deverá encaminhar o “**Assunto**” referente ao e-mail com a seguinte formatação: EDITAL 2023 - (identificar o nome do Projeto)

7.9. Os proponentes que **não** apresentarem os documentos, conforme estabelecido nos itens anteriores, serão automaticamente desclassificados pela Comissão de Avaliação.

7.10. Serão **desclassificados** os projetos que apresentarem, ainda, as seguintes irregularidades:

7.10.1. Inscrição do projeto fora do prazo estabelecido no edital;

7.10.2. Se aprovado, quando da contratação, houver restrição cadastral ou documental do proponente, conforme documentação exigida neste edital;

7.10.3. Inadimplência com as instituições do SICOM, conforme estabelece a IN SECOM/SG/PR n. 02/2019 quanto ao não cumprimento de cláusulas contratuais;

7.10.4. Não apresentar, no prazo estabelecido pela ANA, toda a documentação obrigatória para a contratação do patrocínio;

7.10.5. Projetos que não atendam aos itens estabelecidos neste edital.

7.11. **Obrigatoriamente** deverá ser informado pelo proponente o endereço de correio eletrônico (e-mail) de contato, pois será através deles que a ANA fará os comunicados pertinentes aos proponentes. É de responsabilidade do proponente manter os endereços atualizados. A ANA não se responsabiliza por quaisquer problemas que porventura venham a ocorrer no recebimento e/ou envio de e-mails, decorrentes de problemas técnicos dos equipamentos que são utilizados pelo proponente.

7.12. Os projetos recepcionados serão protocolados no Sistema Próton Digital conforme data de recebimento na caixa de e-mail patrocincio@ana.gov.br.

7.13. Após a data final de recebimento de projetos, será publicado no site da ANA a relação dos projetos que atenderam as exigências para a inscrição neste processo de seleção pública e que estão habilitados para a fase de avaliação e classificação.

8. AVALIAÇÃO E CLASSIFICAÇÃO

8.1. A ANA formará uma Comissão de Avaliação composta por avaliadores que são do corpo técnico desta instituição, qualificados e, preferencialmente, com experiência na análise e condução de projetos de patrocínio ou técnicos de áreas afins, podendo, a seu critério, convidar técnicos externos para a análise dos projetos.

8.1.1. A Comissão de Avaliação estabelecerá suas rotinas de trabalho, dinâmica de avaliação e divisão de tarefas conforme a necessidade do processo seletivo, desde que respeitados os termos deste edital.

8.1.2. A Comissão de Avaliação tem a prerrogativa de reenquadrar os seguimentos de projetos, se considerar necessário, observadas as disposições deste edital.

8.1.3. A Comissão de Avaliação poderá solicitar o apoio do corpo técnico da ANA, sempre que necessário.

8.2. A avaliação dos projetos habilitados se dará da seguinte forma: serão atribuídas notas de 0 a 10 em cada um dos 5 critérios de avaliação, por cada avaliador, com uma casa decimal, totalizando nota máxima de 50 pontos.

8.3. Cada critério de avaliação será formado por subcritérios, que orientarão a avaliação de cada projeto, conforme pontuação indicada no subitem 8.4.1 deste edital.

8.4. A **nota final** do projeto será igual à soma da média das notas dos avaliadores para cada critério de avaliação, considerando até a segunda casa decimal.

8.4.1. Serão critérios de avaliação dos projetos:

a) **Relevância** da iniciativa para a ANA (máximo de 10 pontos);

Subcritério de avaliação	Nota máxima (pontos)
Alinhamento dos resultados previstos para o projeto com os objetivos estratégicos da ANA	5
Associação a públicos e a áreas geográficas e regiões de interesse estratégico para a Agência	5

b) Potencial de **retorno institucional** (máximo de 10 pontos);

Subcritério de avaliação	Nota máxima (pontos)
Possibilidade de associação de valores positivos para a marca ANA	5
Potencial de ganho de imagem para a marca ANA;	5

c) **Capacidade de execução** (máximo de 10 pontos);

Subcritério de avaliação	Nota máxima (pontos)
Adequação das ações previstas aos resultados esperados	4

Viabilidade e exequibilidade técnica e financeira do projeto	4
Avaliação do histórico de relacionamento do proponente com a ANA	2

d) **Responsabilidade Socioambiental** (máximo de 10 pontos);

Subcritério de avaliação	Nota máxima (pontos)
Modificações positivas de longo prazo produzidas no meio social e natural sobre o qual incide o projeto	6
Impactos social e ambiental do projeto	4

e) **Inovação e engajamento** (máximo de 10 pontos);

Subcritério de avaliação	Nota máxima (pontos)
Potencial de mobilização/conscientização/mudança de comportamento do público	5
Caráter inovador do projeto	4
Presença de ações que favoreçam a igualdade de gênero	1

8.5 Os projetos com nota final igual ou inferior a 15 (quinze) serão desclassificados do processo seletivo e não comporão o Banco de Projetos.

8.6 Os projetos que somarem nota 0 (zero) em algum dos critérios de avaliação serão desclassificados do processo seletivo e não comporão o Banco de Projetos.

8.7 Os projetos avaliados serão classificados por ordem decrescente, conforme nota final concedida pela Comissão de Avaliação e submetidos à homologação da Diretoria Colegiada da ANA.

8.7.1 Para o caso de projetos com a mesma pontuação final, será considerado como parâmetro de desempate a maior nota obtida no critério “potencial de retorno institucional”. No caso de persistir o empate, o desempate se dará pelo critério “inovação e engajamento”.

8.8 Não será publicada lista dos projetos que não foram habilitados e/ou não classificados. Serão publicadas somente as listas de projetos inscritos habilitados, quando do recebimento dos projetos, e a lista de projetos avaliados, classificados e

homologados pela Diretoria da ANA (Banco de Projetos).

8.9 Após divulgação do Banco de Projeto classificados e homologados, a ANA enviará **comunicado de homologação** do projeto, por mensagem eletrônica, ao proponente selecionado, constando o valor proposto pela ANA e contrapartidas finais para execução da ação de patrocínio e a relação da documentação obrigatória para a celebração do contrato, dentre outras informações.

8.9.1 Caso o proponente não aceite a proposta da ANA que consta do comunicado de homologação, a instituição fará contraposta. Se a ANA não aceitar a contraproposta, o projeto será desclassificado do processo seletivo.

8.9.2 A concordância do proponente com os termos do comunicado de homologação ou o aceite de contraproposta pela ANA não geram expectativa ou obrigação de contratação do projeto pela Agência.

8.9.3 A não apresentação de documentos no prazo estabelecido no comunicado de homologação implicará na desclassificação automática do projeto selecionado.

8.10 Podem ser exigidos do proponente, a qualquer momento, outros documentos além dos mínimos solicitados neste Edital, a critério da ANA e observado o princípio da legalidade. A apresentação destes documentos, caso necessário, será obrigatória dentro dos prazos estabelecidos através de mensagens de correio eletrônico e a sua não apresentação ocasionará a desclassificação do projeto.

8.11 A ANA não se responsabiliza pelo preenchimento incorreto da documentação e e-mails desatualizados que poderão incorrer em perda de prazo no envio da documentação e consequente desabilitação do projeto

9. CONTRATAÇÃO

9.1 A contratação de ações que compõe o Banco de Projetos será realizada, ou não, a critério da ANA, de acordo com o interesse da instituição e a disponibilidade orçamentária, desde que em conformidade com a legislação aplicável e mediante a formalização de contrato de patrocínio.

9.2 A regularidade fiscal, trabalhista e cadastral do patrocinado será verificada na fase de contratação.

9.3 Os seguintes documentos serão exigidos dos proponentes, entre outros a serem definidos pela ANA, quando pertinentes:

9.3.1 Instrumento jurídico de constituição da instituição a ser beneficiada pela concessão do patrocínio (Estatuto ou Regimento Interno);

9.3.2 Documento que ateste a qualificação do representante para assinar o contrato em nome da contratada;

9.3.3 Cópia da carteira de identidade, do CPF do representante legal da instituição que assinará o contrato de patrocínio, bem como o comprovante do endereço do mesmo, a informação da nacionalidade, estado civil e profissão;

9.3.4 Documento de regularidade fiscal da instituição junto à Receita Federal, Estadual

e Municipal, ao INSS, ao FGTS, ao TST e ao Cadin. As certidões da Receita Federal, Estadual e Municipal, do INSS, do FGTS e da Justiça do Trabalho podem ser substituídas por extrato de consulta no SICAF.

9.4 Anteriormente à celebração do contrato de patrocínio poderão ser solicitadas informações adicionais e realizados ajustes no escopo do projeto, no valor a ser patrocinado, nas contrapartidas e em outros direitos e obrigações das partes envolvidas, inclusive no plano de comunicação e na planilha orçamentária, sem prejuízo a outras diligências, conforme acordo entre ANA e o proponente de cada projeto.

9.5 Não será admitida a substituição do proponente em qualquer fase do processo, salvo por motivo de força maior a ser analisado pela Comissão de Avaliação.

9.6 O número de parcelas de pagamento, o momento do pagamento e seus respectivos valores serão informados no momento da contratação, acordados entre a empresa patrocinadora e o proponente, de acordo com a natureza de cada projeto. Em todos os casos, o responsável deverá encaminhar, ao término do projeto, a respectiva prestação de contas por meio de um relatório final que ateste a plena execução do projeto e a realização das contrapartidas.

9.7 Atendendo as recomendações da Secretaria Especial de Comunicação Social – SECOM/MCom, no que tange à democratização dos conteúdos oriundos dos projetos patrocinados, os contratados desde já autorizam a utilização, em campanhas de utilidade pública e sites de interesse do Governo Federal, de imagens e sons dos envolvidos nos projetos, resguardados os direitos autorais e sem ônus para a ANA ou para o Governo Federal.

9.8 A alteração unilateral pelo proponente, de quaisquer itens do projeto original homologado, ainda que por motivo de força maior, sem prévia anuência da ANA, levará à desclassificação e à devolução dos recursos já repassados pelo patrocinador.

9.9 O não cumprimento das obrigações assumidas no contrato, celebrado entre o patrocinado e a ANA, acarretará a aplicação das sanções nele previstas.

9.10 O valor do patrocínio ofertado pela ANA a cada projeto será determinado por análise do orçamento e em face de normas, procedimentos e da política de patrocínio adotados pela Agência.

9.11 O patrocinado deve comunicar à ANA, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias, a data de estreia/início do projeto patrocinado.

9.12 Os projetos contratados não podem utilizar mão-de-obra infantil, nos termos do inciso XXXIII do artigo 7º da Constituição da República Federativa do Brasil, se estendendo tal restrição a seus fornecedores e prestadores de serviços, sob pena de rescisão contratual.

9.13 No caso de descumprimento de qualquer das cláusulas contratuais, a ANA poderá rescindir de imediato o contrato e solicitar a devolução do recurso que porventura tiver sido liberado.

10. DIVULGAÇÃO DO PROJETO

9.14 A chancela da ANA será exigida no material de comunicação dos projetos selecionados. A chancela poderá ser dividida com outros patrocinadores, se o seu aporte no projeto for igual ou superior ao da ANA.

9.14.1 Se a ANA não for a única patrocinadora do projeto, deverá ser informado, antes da assinatura do contrato, quem são os outros patrocinadores e respectivos valores de patrocínios.

9.14.2 A ANA poderá não celebrar contrato, assim como suspender ou cancelar, a qualquer momento, ação de patrocínio em andamento que tenha entre seus apoiadores e patrocinadores instituição que não compartilhe dos mesmos valores institucionais que a Agência.

9.15 A divulgação do projeto em mídia paga não acarretará custos adicionais ao patrocinador (veiculação paga do projeto em plataformas de comunicação, como impulsionamento em redes sociais, anúncios em websites, publiposts etc.).

9.16 Deverá estar prevista no escopo do projeto a medição da visibilidade alcançada em mídia espontânea tradicional e nos meios digitais (site, redes sociais etc.). A medição deve ser separada em “com citação à ANA” e “sem citação à ANA”, devendo constar valoração de resultados baseada em seu equivalente publicitário.

9.17 Os proponentes devem ter ciência de que, uma vez contratados, autorizam citação e uso de imagens dos projetos em ações de comunicação da ANA, independentemente de consulta prévia.

9.18 Os projetos não poderão contar com patrocínio e marcas de outras pessoas jurídicas que produzam e/ou comercializem produtos do setor de tabaco, bebidas alcoólicas e que promovam danos ao meio ambiente ou o consumo de drogas ilícitas.

11. PRESTAÇÃO DE CONTAS

11.1 Prestação de Contas é a comprovação da realização da iniciativa patrocinada e das contrapartidas previstas no contrato de patrocínio.

11.2 Todos os patrocinados deverão apresentar relatório de Prestação de Contas na periodicidade acordada no Contrato, com, no mínimo, as seguintes informações:

11.2.1 Clipping de todas as matérias que veicularam o projeto e o logotipo da ANA e do Governo Federal (jornais, revistas, internet, rádio ou ainda TV);

11.2.2 Especificar e quantificar o público beneficiado pelo projeto;

11.2.3 Especificar e quantificar a faixa etária do público atingido pelo projeto;

11.2.4 Especificar e estimar a quantidade de público impactado pelas ações de divulgação do projeto nas quais a ANA teve visibilidade;

11.2.5 Fotos e/ou filmagens do projeto que comprovem a realização das atividades, a execução das contrapartidas e divulgação da marca ANA e Governo Federal no material de divulgação, como camisas, banners, placas, faixas e outros;

11.2.6 Número de postos de trabalhos criados pelo projeto (empregos diretos e indiretos).

11.3 Será obrigatória, ainda, a apresentação do relatório final acompanhado de planilha de avaliação final do projeto.

12. DISPOSIÇÕES FINAIS

12.1 A inscrição do projeto implica a aceitação do disposto neste Edital.

12.2 É obrigatória a adoção nos projetos patrocinados de condições de acessibilidade das pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida (exemplos: apoios humanos às pessoas com deficiência auditiva e visual, tais como tradutores e intérpretes de LIBRAS, ledores, guias-intérpretes ou tecnologias de informação e comunicação, tais como a transcrição eletrônica simultânea), respeitando a legislação vigente. Os direitos autorais relativos a estudos, relatórios, vídeos e outros produtos intelectuais afins aos projetos e neles utilizados serão considerados propriedade dos autores.

12.3 Os projetos devem promover a igualdade étnica, de gênero e de oportunidades e combater a quaisquer formas de discriminação ou violência.

12.4 A ANA está automaticamente autorizada pelos proponentes dos projetos inscritos e aprovados neste Edital a divulgar (caso assim decida) os patrocínios e de utilizar, quando julgar oportuno, imagens e produtos que constam dos projetos de iniciativas contratadas, em suas ações e peças de comunicação, bem como em seu portal na Internet e mídias sociais, sem qualquer ônus, respeitadas as disposições referentes aos direitos de autor.

12.5 O proponente patrocinado é responsável e deve, obrigatoriamente, verificar e tomar providências quanto aos direitos autorais das imagens veiculadas no projeto de acordo com a legislação vigente.

12.6 Os casos não previstos neste Edital serão avaliados pela Assessoria Especial de Comunicação Social – ASCOM, com anuência da Diretoria Colegiada da ANA, sempre que necessário.

12.7 Toda comunicação oficial com os projetos contratados será realizada através do e-mail informado no formulário do projeto. A ANA não se responsabiliza por quaisquer problemas técnicos decorrentes do e-mail informado. Assim, é essencial que o e-mail seja mantido ativo e atualizado.

12.8 O uso do logotipo ANA deverá ser aplicado de acordo com o Manual de Identidade Visual da ANA, disponível em <https://www.gov.br/ana/pt-br/centrais-de-conteudos/imagens/logomarcas>

12.9 As marcas da ANA e do Governo Federal deverão estar de acordo com os padrões de identidade visual fornecidos pela ASCOM.

12.10 Toda e qualquer arte produzida com a marca da ANA deve ser submetida à análise e aprovação da ASCOM/ANA, por meio do e-mail digital@ana.gov.br.

12.11 A utilização da marca da ANA e do Governo Federal deverá observar os princípios que regem a Administração pública e zelar pela imagem destas entidades.

12.12 A utilização da marca ANA e do Governo Federal, sem prévia autorização, sujeitará o autor às penalidades previstas na legislação vigente.

12.13 Todas as dúvidas quanto a este Edital poderão ser dirimidas no período que estiverem abertas as inscrições através do e-mail de inscrição: patrocinio@ana.gov.br

12.14 A inscrição e a eventual classificação do projeto não garante ao proponente a seleção do projeto, não gera obrigação de celebração de contrato de patrocínio ao projeto pela ANA, assim como também não gera obrigação de patrocínio pelo valor total solicitado na inscrição.

12.15 O descumprimento de qualquer regra contida neste regulamento pode implicar na desclassificação imediata do projeto, além das responsabilizações cabíveis.

12.16 O resultado dessa seleção não está sujeito a qualquer tipo de recurso. Caso o projeto seja selecionado, o instrumento jurídico a ser firmado entre as partes somente será efetivado se o proponente enviar todos os documentos solicitados bem como realizar os ajustes na proposta dentro dos prazos estabelecidos.

12.17 A ANA reserva-se o direito de não justificar individualmente para os proponentes o motivo da seleção ou reprovação dos projetos inscritos.

12.18 A ANA reserva-se o direito de não celebrar contratos com os proponentes, por motivos de risco, conveniência e oportunidade, a seu critério exclusivo, não ensejando qualquer indenização aos inscritos.

12.19 Aos patrocinados é obrigatório:

12.19.1 permitir a realização de verificações prévias (due diligence) e de medidas visando à supervisão das patrocinadas pela ANA;

12.19.2 fornecer informações verídicas e exatas, sendo de total responsabilidade do pleiteante ao patrocínio a declaração de informações falsas ou inexatas, que possam, de alguma forma, prejudicar a integridade e transparência do processo

12.20 Todo e qualquer ato, contrato ou compromisso firmado pelo proponente, para fins de participação neste processo de seleção ou de execução do contrato, é de sua única e exclusiva responsabilidade.

13. ANEXOS

Anexo I – Formulário de Projeto

Anexo II – Modelo de Declaração