POLÍTICA DE PATROCÍNIO

2026



SANEPAR

SUMÁRIO

1. DISPOSIÇÕES GERAIS 4

2. OBJETIVO 4

3. ABRANGÊNCIA 5

4. REFERÊNCIAS 6

5. TERMOS E CONDIÇÕES 7

6. PRINCÍPIOS, VALORES E COMPROMISSOS 8

7. DIRETRIZES E CRITÉRIOS 9

7.1 Para solicitação de patrocínios as ações apresentadas devem revestir-se de: 9

7.2 Serão priorizados projetos alinhados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que tenham aderência com um ou mais dos eixos abaixo: 10

7.3 Estão fora do escopo desta Política de Patrocínio os projetos e ações que: 11

8. CATEGORIAS DE PATROCÍNIO 12

8.1 Patrocínio direto 12

8.2 Patrocínio incentivado 13

8.3 Impedimentos 13

9. SOLICITAÇÃO DE PATROCÍNIO 15

11. RESPONSABILIDADES 16

11.1 Diretoria Adjunta de Comunicação e Marketing 16

11.2 Diretoria Financeira e Relações com Investidores 17

11.3 Diretoria Executiva 17

11.4 Conselho de Administração 17

12. DISPOSIÇÕES FINAIS 18

13. HISTÓRICO 19

1. DISPOSIÇÕES GERAIS

Revisão aprovada na 10ª Reunião Ordinária do Conselho de Administração - CA, realizada no dia 22 de outubro de 2026 (Versão 5).

Esta política deverá ser revisada no mínimo a cada 2 (dois) anos ou a qualquer tempo, devendo ser definido pela área gestora.

Esta Política estabelece os pilares de governança para a concessão de investimentos em patrocínios pela Sanepar. O foco central é conectar a marca corporativa a iniciativas que gerem valor tangível em sustentabilidade, ASG (Governança Ambiental, Social e Corporativa) e fortalecimento institucional junto à sociedade paranaense.

2. OBJETIVO

O objetivo desta política é estabelecer diretrizes para as solicitações de patrocínio e apoios institucionais para fortalecimento da marca da Sanepar por meio de requisitos, procedimentos e conformidade com a legislação e documentos internos.

São objetivos orientadores da Política de Patrocínio:

a) Conciliar as práticas de patrocínio aos objetivos institucionais e estratégicos da Sanepar;

b) Exercer responsabilidade social e ambiental perante as comunidades atendidas pela Sanepar;

c) Promover e consolidar os princípios e valores que norteiam a marca Sanepar;

d) Aumentar a visibilidade e o reconhecimento público da marca no setor de atuação da Sanepar, em nível municipal, estadual e federal;

e) Consolidar a função social da Sanepar, apoiando iniciativas locais e contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico do Estado do Paraná.

3. ABRANGÊNCIA

Esta Política de Patrocínio aplica-se a empregados, agentes de governança, organizadores de eventos, proponentes de projetos ou demais pessoas jurídicas que busquem uma relação com a Companhia por meio da concessão de patrocínios.

> **Nota**
>
> A política encontra-se disponível no endereço eletrônico: **http://www.ri.sanepar.com.br** e, uma vez aprovada pelo Conselho de Administração, deverá ser divulgada e cumprida em todos os seus termos.

4. REFERÊNCIAS

A Política de Patrocínio da Sanepar se alinha e/ou tem como referências os seguintes documentos:

- Políticas de Patrocínio de diversas empresas do porte da Sanepar, como por exemplo, Light, Copel, Corsan, Eletrobras, Itaipu, Caixa Econômica, Petrobras e BRDE;
- Lei Federal de Incentivo à Cultura nº 8.313/91 (Lei Rouanet);
- Lei de Incentivo ao Esporte nº 11.438/06 (LIE);
- Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica (Pronon);
- Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência (Pronas/PCD);
- Lei de Incentivo à Reciclagem nº 14.260/2021 (LIR);
- Lei Estadual nº 22.135/2024, que regulamenta o patrocínio no âmbito da Administração Pública Estadual como parte integrante da administração indireta do Estado do Paraná;
- Lei nº 13.303/2016 – Lei das Estatais, que dispõe sobre o estatuto jurídico da empresa pública, da sociedade de economia mista e de suas subsidiárias, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios;
- Lei nº 12.846/2013, de 1º de agosto de 2013 (Lei Anticorrupção Brasileira) – Dispõe sobre a responsabilização administrativa e civil de pessoas jurídicas pela prática de atos contra a administração pública, nacional ou estrangeira, e dá outras providências;

- RILC - Regulamento Interno de Licitações, Contratos e Convênios da Sanepar;
- Política de Partes Relacionadas e Conflito de Interesses da Sanepar;
- Programa de Integridade da Sanepar;
- Programa de Integridade para Terceiros da Sanepar;
- Demais Políticas, Regulamentos e Regimentos da Sanepar;
- BRASIL. [Constituição (1988)]. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF: Presidente da República, [2016].

5. TERMOS E CONDIÇÕES

Os principais termos citados nesta política corporativa incluem:

- **Patrocínio:** Ação de comunicação que se realiza por meio de repasse de recursos financeiros para associação da marca da Sanepar e/ou de seus produtos e serviços a projeto de iniciativa de terceiro, de cunho social e ambiental, educacional, técnico-científico, cultural e esportivo, ou cujos temas sejam convergentes com os interesses da Companhia, com objetivo de ampliar o relacionamento com seu público de interesse e fortalecer a imagem da Companhia. Também se entende por Patrocínio o apoio a projetos vinculados a incentivos fiscais, conforme item 8.2. desta Política;
- **Proponente:** Aquele que submete à apreciação da Sanepar solicitações de Patrocínio;
- **Organizador:** Aquele que organiza os eventos patrocinados;

- **Agentes de Governança:** São todos os diretores, conselheiros e membros de comitês estatutários da Companhia;
- **Apoio institucional:** Qualquer tipo de apoio que não envolva recurso financeiro, não se configurando como patrocínio;
- **Contrapartidas:** A obrigação contratual do patrocinado, em decorrência do patrocínio recebido, que expressa os direitos adquiridos pelo patrocinador do projeto;
- **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS):** Conjunto de 17 objetivos estabelecidos pela ONU (Organização das Nações Unidas) para promover o desenvolvimento global de maneira sustentável até 2030.

6. PRINCÍPIOS, VALORES E COMPROMISSOS

Os patrocínios concedidos pela Companhia devem estar inequivocamente alinhados com os Princípios e Valores que norteiam a Missão, Visão e Propósito da Sanepar. Isso implica um compromisso com a responsabilidade social e ambiental, buscando iniciativas que promovam o desenvolvimento sustentável e o bem-estar das comunidades atendidas, em linha com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU. A Sanepar reafirma, por meio desta política, seu papel como agente de transformação social, priorizando projetos que fortaleçam sua imagem de empresa pública ética, inovadora e voltada para a preservação do meio ambiente, em especial dos recursos hídricos e do saneamento básico.

Adicionalmente, esta Política de Patrocínio e todas as ações dela decorrentes estão estritamente vinculadas a um rigoroso conjunto de Compromissos com a integridade, transparência e conformidade legal. A Companhia exige o cumprimento incondicional de leis como a Lei Anticorrupção Brasileira e as diretrizes do seu Programa de Integridade e Política de Partes Relacionadas. Dessa forma, todos os patrocínios devem ser conduzidos com a máxima lisura, evitando qualquer conflito de interesses, prática discriminatória ou natureza político-partidária/religiosa, assegurando que o uso dos recursos contribua efetivamente para a função social da Sanepar e para a proteção da reputação da empresa.

7. DIRETRIZES E CRITÉRIOS

7.1 Para solicitação de patrocínios, as ações apresentadas devem revestir-se de:

a. Relevância para o fomento e a valorização da Marca Sanepar;

b. Aderência ao Propósito, Missão, Visão, Valores e aos demais instrumentos de integridade da Sanepar;

c. Abrangência geográfica do projeto, em relação à área de atuação ou região de interesse estratégico da Companhia;

d. Relevância ambiental, cultural, social e econômica da iniciativa para a localidade/comunidade em que está inserida;

e. Público-alvo, considerando a quantidade e/ou qualificação dos participantes;

f. Alcance da divulgação para o fortalecimento da marca;

g. Segmento/setor de atuação, com prioridade para saneamento e preservação do meio ambiente, em especial dos recursos hídricos.

7.2 Serão priorizados projetos alinhados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que tenham aderência com um ou mais dos eixos abaixo:

a. **Social e ambiental:** Projetos sociais e ambientais que estejam em consonância com o propósito, missão e visão da Sanepar;

b. **Educacional:** Projetos de natureza social e educativa que contribuam para o exercício da cidadania e o fortalecimento das comunidades;

c. **Técnico-científico:** Projetos que fomentem pesquisa, inovação e desenvolvimento tecnológico, em especial, no setor de saneamento básico e ambiental;

d. **Cultural:** Projetos de natureza cultural que atendam, prioritariamente, aos critérios definidos em leis de incentivo à Cultura;

e. **Esportivo:** Projetos de natureza esportiva que atendam, prioritariamente, aos critérios definidos em leis de incentivo. Incluem-se aqui patrocínio para empregados/as da Sanepar que sejam atletas de alto rendimento, vinculados a uma federação ou confederação esportiva, aptos a representar a Companhia em competições de nível nacional e internacional;

f. **Projetos especiais:** Projetos de outros segmentos não listados acima que se enquadrem nas áreas de interesse e atuação da Sanepar;

g. **Incentivo Fiscal:** Projetos que atendam aos critérios definidos na Lei Federal de Incentivo à Cultura nº 8.313/91 (Lei Rouanet); na Lei de

Incentivo ao Esporte nº 11.438/06 (LIE); Lei de Incentivo à Reciclagem nº 14.260/2021 (LIR); no Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica (Pronon); e no Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência (Pronas/PCD). Os recursos destinados aos Fundos da Criança e do Adolescente (FIA) e Fundo da Pessoa Idosa (Fipar), são repassados diretamente à Secretaria responsável do Estado do Paraná.

7.3 Estão fora do escopo desta Política de Patrocínio os projetos e ações que:

a. Sejam realizados integralmente fora do Estado do Paraná ou em localidades não atendidas pela empresa — excetuando-se casos de interesse estratégico para o negócio da Sanepar;

b. Tendo recebido patrocínio anteriormente, não tenham cumprido integralmente as metas estabelecidas, as contrapartidas assumidas, ou não tenham apresentado a prestação de contas de forma adequada, concluída e aprovada;

c. Apresentem natureza político-partidária ou religiosa (exceto festas tradicionais, atos ecumênicos ou iniciativas humanitárias);

d. Divulguem ou promovam, de forma direta ou indireta, agentes públicos ou autoridades governamentais, em desacordo com o Art. 37, §1º da Constituição Federal;

e. Estimulem qualquer forma de violência, o consumo de bebidas alcoólicas, drogas ilícitas, jogos de azar ou atividades de caráter especulativo;

f. Sejam de natureza discriminatória e sectária;

g. Gerem ou possam vir a gerar impactos socioambientais negativos ou envolvam maus-tratos aos animais.

8. CATEGORIAS DE PATROCÍNIO

8.1 Patrocínio direto

O patrocínio direto é uma forma de investimento em que a Sanepar destina parte de seu orçamento de marketing ou comunicação para apoiar uma entidade, equipe, evento ou projeto.

> **Objetivos principais:**
>
> a) Manifestação da responsabilidade social corporativa da empresa; e
>
> b) Estratégia de comunicação da empresa, com o objetivo de obter um retorno de imagem e divulgação, a partir de contrapartidas acordadas entre as partes.

O patrocínio visa um retorno tangível e intangível para a Sanepar, a partir de ações de relacionamento, reconhecimento e de posicionamento de marca. Após análise e aprovação da solicitação, para operacionalizar este tipo de patrocínio, é firmado um contrato formal que estabelece os direitos e deveres das partes. Nesta categoria, o

repasse do valor do patrocínio é feito após a realização do evento, a partir do envio da prestação de contas financeira e comprovação de realização das contrapartidas acordadas.

8.2 Patrocínio incentivado

O patrocínio incentivado é realizado a partir de renúncia fiscal oferecida pelas leis públicas de incentivo, que permitem o direcionamento de uma parcela do Imposto de Renda devido para projetos aprovados. A Sanepar patrocina projetos aprovados a partir das seguintes leis e programas:

- Lei Federal de Incentivo à Cultura nº 8.313/91 (Lei Rouanet);
- Lei de Incentivo ao Esporte nº 11.438/06 (LIE);
- Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica (Pronon);
- Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência (Pronas/PCD);
- Fundo da Criança e do Adolescente (FIA);
- Fundo dos Direitos da Pessoa Idosa;
- Lei de Incentivo à Reciclagem (LIR).

8.3 Impedimentos

a. Organizadores ou proponentes que não comprovem idoneidade fiscal e previdenciária;

b. Organizadores ou proponentes que estejam inadimplentes junto à SANEPAR ou à Administração Pública;

c. Projetos propostos ou organizados por agentes de governança, empregados efetivos, contratados e/ou terceirizados da Sanepar, enquanto estiverem prestando serviços nessas empresas, durante a vigência de seu contrato, além de seus familiares com grau de parentesco até o terceiro grau, exceto nos casos já citados nas Diretrizes e Critérios desta Política;

d. Projetos propostos ou organizados por associações de empregados ativos ou inativos da empresa;

e. Projetos propostos ou organizados por pessoas jurídicas em que agentes de governança e empregados efetivos, contratados e/ou terceirizados da Sanepar, sejam proprietários, sócios ou que exerçam função de direção, exceto entidades sem fins lucrativos;

f. Projetos propostos ou organizados por pessoas jurídicas com relação contratual de prestação de serviços ou fornecimento de bens com a Sanepar advindos de processo licitatório ou de aquisição direta;

g. Projetos propostos ou organizados por entidades que possuam empregados em regime de escravidão; ou que empreguem menores de 18 anos em trabalho noturno ou insalubre; ou menores de 16 anos, ressalvados os casos de adolescentes entre 14 e 16 anos na condição de aprendiz.

9. SOLICITAÇÃO DE PATROCÍNIO

A solicitação de patrocínios deve ser realizada conforme Manual disponível no Site da Companhia, na seção Patrocínios, no link https://www.sanepar.com.br/incentivo-cultura-esporte-e-lazer-patrocinio. A submissão da proposta para análise não garante a aprovação do patrocínio.

10. SELEÇÃO DE PROJETOS DE PATROCÍNIO

A aprovação do patrocínio será definida pela SANEPAR, em conformidade com sua disponibilidade orçamentária para o exercício corrente e interesse estratégico de comunicação:

a. **Na categoria Patrocínio INCENTIVADO:** os valores destinados ao Patrocínio Incentivado não poderão ultrapassar os limites previstos na legislação de incentivo fiscal aplicável. Caberá à Diretoria Financeira e Relações com Investidores (DFRI) indicar os limites anuais de valores destinados para cada um dos programas, assim como atualizar os limites e projeções a cada trimestre. Cabe à Diretoria Adjunta de Comunicação e Marketing (DACMK) observar e fazer a gestão dos patrocínios dentro dos limites anuais indicados, bem como observar a proporcionalidade dos valores destinados durante o ano.

b. **Na categoria Patrocínio DIRETO:** os valores destinados ao Patrocínio Direto não poderão ultrapassar o limite de 0,06% (seis centésimos por cento) da Receita Líquida da Companhia. Caberá à Diretoria Financeira e Relações com Investidores (DFRI) indicar os limites anuais de valores

destinados a esta despesa, assim como atualizar os limites e projeções a cada trimestre. Cabe à Diretoria Adjunta de Comunicação e Marketing (DACMK) observar e fazer a gestão dos patrocínios dentro dos limites anuais indicados, bem como observar a proporcionalidade dos valores destinados durante o ano.

11. RESPONSABILIDADES

11.1 Diretoria Adjunta de Comunicação e Marketing

- Aprovação do uso e aplicação da marca da Sanepar, bem como a fiscalização da mesma, nos casos de apoio institucional;
- Gerenciamento estratégico, a organização dos processos administrativos e a formalização das contratações de todos os patrocínios da instituição;
- Encaminhamento da aprovação final das propostas a serem patrocinadas pela Sanepar para análise e deliberação da Diretoria Colegiada, respeitando a Tabela de Limites de Competência da Companhia;
- A revisão desta Política de Patrocínio;
- Os casos omissos ou a serem excepcionalizados serão submetidos à apreciação da Diretoria Adjunta de Comunicação e Marketing (DACMK) e posterior decisão em Reunião de Diretoria (REDIR).

11.2 Diretoria Financeira e Relações com Investidores

- Indicação dos limites anuais de valores disponíveis para cada uma das categorias de Patrocínio (Direto e Incentivado), assim como a atualização dos limites e projeções a cada trimestre;
- Emissão de Parecer Técnico Contábil, para validação do enquadramento na legislação de incentivo fiscal aplicável, para todos os projetos de Patrocínios Incentivados (programas de incentivo fiscal). Cabe à área atestar a viabilidade do benefício tributário, a regularidade da documentação e a aptidão do projeto antes da formalização do patrocínio.

11.3 Diretoria Executiva

- Submeter a Política de Patrocínio à aprovação do Conselho de Administração;
- Deliberar sobre os pedidos de patrocínio pautados em REDIR, de acordo com a Tabela de Limites de Competência;
- Deliberar ou reportar os casos de desenquadramentos, quando necessário, ao Conselho de Administração.

11.4 Conselho de Administração

- Aprovar a Política de Patrocínio;

- Deliberar, quando necessário, sobre casos de desenquadramento, conforme Tabela de Limites de Competência.

12. DISPOSIÇÕES FINAIS

Dúvidas relacionadas à interpretação desta política podem ser encaminhadas para a Diretoria Adjunta de Comunicação e Marketing (DACMK) e Gerência de Governança (GGOV). Esta política entra em vigor na data de sua aprovação pelo Conselho de Administração.

13. HISTÓRICO

POLÍTICA DE PATROCÍNIO			Versão	5
			Área Gestora	DACMK
			Classificação	Informação Pública
Versão	**Data**	**Responsáveis**	**Aprovador**	**Descrição da alteração**
1	19/10/2018	Governança, Riscos e Compliance	Conselho de Administração	Emissão Inicial
2	18/12/2018	Governança, Riscos e Compliance	Conselho de Administração	Revisão
3	18/12/2018	Gerência de Comunicação e Marketing	Conselho de Administração	Inclusão do item 5 – orientações para projetos autorizados a captar recursos por meio de renúncia fiscal.
4	12/03/2019	Diretoria Adjunta de Comunicação e Marketing	Conselho de Administração	Revisão e adaptação ao padrão de Compliance, em especial no item 4.1 – Lei Rouanet, item 5.2 =redução de prazo de 90 para 45 dias, item 7 – redução de prazo de 30 para 20 dias, item 8 – anexo II e item9.
5	22/10/2026	Diretoria Adjunta de Comunicação e Marketing	Conselho de Administração	Revisão e adaptação desta política, para atendimento da nova norma IA/GOV/0010-001 e IT/GOV/0024-001, para elaboração de políticas corporativas

SANEPAR