

GUIA DE RECEBIMENTO E OFERECIMENTO DE PRESENTES, BRINDES, HOSPITALIDADE E CONTRAPARTIDAS DE PATROCÍNIO

(Síntese adaptada do normativo interno PG-0V1-00034-0 Guia de Recebimento e Oferecimento de Presentes, Brindes e Hospitalidade e Contrapartidas de Patrocínio)

✓ **OBJETIVO**

Orientar e auxiliar a conduta dos empregados da Petrobras quanto a receber ou oferecer presentes, brindes, hospitalidade e contrapartidas de patrocínio.

✓ **APLICAÇÃO E ABRANGÊNCIA**

As orientações contidas neste guia aplicam-se à Petróleo Brasileiro S.A. Petrobras. Recomenda-se que sejam seguidas também pelas subsidiárias integrais e sociedades controladas do Sistema Petrobras, de acordo com o Artigo 16 do Estatuto Social da Petrobras.

No caso das sociedades coligadas e das controladas em conjunto, as orientações contidas neste guia têm o caráter indicativo e contribuem para o alinhamento da gestão sobre questões éticas nas empresas vinculadas ao Sistema Petrobras.

✓ **DEFINIÇÕES**

Agente Público: compreende aquele que por força de lei, contrato ou qualquer ato jurídico, preste serviços de natureza permanente, temporária, excepcional ou eventual, ainda que sem retribuição financeira, a órgão ou entidade da Administração Pública, direta e indireta.

Brinde: compreende objeto que, concomitantemente:

I – não tenha valor comercial ou seja distribuído por entidade de qualquer natureza a título de cortesia, propaganda, divulgação habitual ou por ocasião de eventos ou datas comemorativas de caráter histórico ou cultural;

II – sua periodicidade de distribuição não seja inferior a 12 (doze) meses; e

III – que seja de caráter geral e, portanto, não se destine a agradecer exclusivamente uma determinada pessoa.

Nota: Brindes oferecidos a agentes públicos não podem ultrapassar o valor estabelecido pela Comissão de Ética Pública (CEP) ou pelo Código de Conduta de Alta Administração Federal (CCAFAF). Atualmente o valor é de R\$100,00 (cem reais).

Contrapartida de patrocínio: compreende produtos, convites ou benefícios recebidos como contrapartida de contratos de patrocínios, isto é, oriundos de ações de patrocínios corporativos. Possuem natureza específica e vinculação intrínseca aos projetos patrocinados, sendo de conhecimento público. Seu oferecimento, por meio de ações de relacionamento, compõe estratégia de comunicação das empresas.

Evento de natureza institucional: compreende aquele que tem por objetivo principal a geração ou reforço da imagem de uma organização ou marca.

Hospitalidade: compreende deslocamentos (aéreos, marítimos e/ou terrestres), hospedagens, alimentação e receptivos, relacionados ou não a eventos de entretenimento. A hospitalidade de caráter exclusivo de turismo ou lazer é considerada **presente**.

Patrocínio: compreende apoio financeiro concedido a projetos de iniciativa de terceiros, com objetivo de divulgar atuação, fortalecer conceito, agregar valor à marca, incrementar vendas, gerar reconhecimento ou ampliar relacionamento do patrocinador com seus públicos de interesse.

Poder Público: compreende Instituições e órgãos que exercem funções legislativa, executiva ou judiciária, nas esferas federal, estadual e municipal, nos países e regiões em que a Petrobras atua, bem como entidades que trabalham no âmbito da governança global.

Presente: compreende objeto ou serviço de uso ou consumo pessoal com valor comercial. Não é considerado presente para fins deste guia:

- Prêmio em dinheiro ou bens concedidos por entidade acadêmica, científica ou cultural, em reconhecimento por contribuição de caráter intelectual;
- Prêmio concedido em razão de concurso de acesso público a trabalho de natureza acadêmica, científica, tecnológica ou cultural;
- Bolsa de estudos vinculada ao aperfeiçoamento profissional ou técnico, desde que o patrocinador não tenha influência em decisão que possa ser tomada pelo empregado, em razão do cargo que ocupa;
- Prêmio concedido pela Petrobras aos seus públicos de interesse, em razão de concurso;
- Benefícios concedidos a clientes; e
- Convites fornecidos pela Petrobras a ocupantes de cargos do Poder Público para eventos de natureza institucional, sem valor comercial, com caráter personalíssimo, não podendo ser cedidos a terceiros.

Públicos de interesse: compreende grupos de indivíduos e/ou organizações com questões e/ou necessidades comuns de caráter social, político, econômico, ambiental ou cultural, que estabelecem ou podem estabelecer relações com a Petrobras e são capazes de influenciar – ou ser influenciados por – atividades, negócios e/ou a reputação da Companhia.

Público Interno: compreende empregados e aposentados, familiares e pensionistas, conselheiros, aprendizes e estagiários da Petrobras e de suas subsidiárias, bem como empregados das empresas prestadoras de serviços que atuam em instalações da Petrobras.

✓ **DESCRIÇÃO**

Geral

De acordo com o Código de Ética do Sistema Petrobras, os empregados se comprometem a "não exigir, nem insinuar, nem aceitar, nem oferecer qualquer

tipo de favor, vantagem, benefício, doação, gratificação, para si ou para qualquer outra pessoa, como contrapartida a suas atividades profissionais, podendo aceitar ou oferecer brindes apenas promocionais, públicos, não exclusivos, sem valor comercial, nos seus relacionamentos com públicos externos ao Sistema". Do mesmo modo, em consonância com o referido normativo, nas relações com a Sociedade, o Governo e o Estado, o Sistema Petrobras compromete-se a "recusar quaisquer práticas de corrupção e propina, mantendo procedimentos formais de controle e de consequências sobre eventuais transgressões".

Orientações

Os empregados, ao se depararem com uma oportunidade de receber ou de oferecer presentes, brindes, hospitalidade ou contrapartidas de patrocínio, devem observar as orientações a seguir.

✓ **Recebimento de presentes, brindes ou hospitalidade**

É vedado receber presentes, de qualquer espécie e em qualquer situação, de pessoa física ou jurídica, exceto:

- a) de autoridades estrangeiras nos casos protocolares; e
- b) em razão de laços de parentesco ou amizade e desde que o seu custo seja arcado pelo próprio ofertante.

É vedado receber brindes, hospitalidade em troca de qualquer favorecimento ao ofertante ou a terceiros (pessoa física ou jurídica).

É vedado receber brinde ou hospitalidade, se:

- o motivo ou a intenção do oferecimento for influenciar uma decisão;
- houver expectativa de retribuição de alguma forma;
- houver desconforto ou constrangimento pessoal ou impacto na imagem ou reputação da Petrobras ao se divulgar ou justificar o recebimento do brinde ou da hospitalidade;
- a hospitalidade for em dinheiro, cheque ou título representativo;
- o brinde ou a hospitalidade for condicionado a algum negócio realizado, em curso ou em potencial;

- o valor da hospitalidade estiver em desacordo com os padrões locais para as relações comerciais; e
- o brinde ou a hospitalidade for recebido habitualmente da mesma pessoa física ou jurídica, em período de tempo inferior a 12 (doze) meses.

✓ **Recebimento de contrapartidas de patrocínio**

É vedado receber contrapartidas de patrocínio, de qualquer espécie e em qualquer situação, de pessoa física ou jurídica.

✓ **Oferecimento de presentes, brindes ou hospitalidade:**

É vedado oferecer presentes, de qualquer espécie e em qualquer situação, para pessoa física ou jurídica, exceto:

- a) a autoridades estrangeiras nos casos protocolares; e
- b) em razão de laços de parentesco ou amizade e desde que o seu custo seja arcado pelo próprio ofertante.

É vedado oferecer brindes ou hospitalidade em troca de qualquer favorecimento ao ofertante ou a terceiros (pessoa física ou jurídica).

É vedado oferecer brindes ou hospitalidade, se:

- o motivo ou a intenção do oferecimento for influenciar uma decisão;
- houver expectativa de retribuição de alguma forma;
- houver desconforto ou constrangimento pessoal ou impacto na imagem ou reputação da Petrobras ao se divulgar ou justificar o oferecimento do brinde ou da hospitalidade;
- a hospitalidade for em dinheiro, cheque ou título representativo;
- o brinde ou a hospitalidade for condicionado a algum negócio realizado, em curso ou em potencial;
- o valor da hospitalidade estiver em desacordo com os padrões locais para as relações comerciais;
- destinado a agentes públicos e tiver valor comercial ou conotação de lazer, turismo ou entretenimento; e
- o brinde ou a hospitalidade for oferecido habitualmente a mesma pessoa física ou jurídica, em período de tempo inferior a 12 (doze) meses.

✓ **Oferecimento de contrapartidas de patrocínio**

É vedado oferecer contrapartidas de patrocínio, se:

- o motivo ou a intenção do oferecimento for influenciar uma decisão;
- houver expectativa de retribuição de alguma forma;
- houver desconforto ou constrangimento pessoal ou impacto na imagem ou reputação da Petrobras ao se divulgar ou justificar o oferecimento da contrapartida;

- a contrapartida for condicionada a algum negócio realizado, em curso ou em potencial; e
- destinadas a agentes públicos e tiver valor comercial ou conotação de lazer, turismo ou entretenimento.

✓ **Oferecimento de contrapartidas de patrocínio para Clientes, Consumidores, Concorrentes, Fornecedores, Imprensa, Organizações da Sociedade Civil (OSCs), Parceiros, Comunidade Científica e Acadêmica, Comunidades, Investidores e Revendedores:**

Não há impedimento para oferecimento de contrapartidas de patrocínio para esses públicos, cabendo ao gestor da unidade organizacional responsável pelo relacionamento aprovar o oferecimento para o ganho de imagem e reputação da Petrobras.

✓ **Orientações para oferecimento de contrapartidas a integrantes do Poder Público:**

a) É vedado o oferecimento de contrapartidas de patrocínio de valor acima do estipulado no Código de Conduta da Alta Administração Federal - CCAAF ou pela Comissão de Ética Pública – CEP (atualmente o valor é R\$100,00 (cem reais) a integrantes do Poder Público, como ocupantes de cargos e servidores de qualquer esfera da administração pública.

b) Excepcionalmente à vedação acima, poderá ser convidado integrante do Poder Público, na qualidade de representante de órgão que tenha relação direta com a natureza do evento.

Contrapartidas de patrocínio tem caráter institucional e não pessoal, e por isso devem ser destinadas a instituições ou a seus representantes formalmente indicados.

Exemplo:

1 - Para um evento cultural, é adequado convidar um representante do Ministério da Cultura, e não o funcionário x ou y do referido órgão.

Cabe à gerência executiva ou gerência geral da unidade de operações, com base nestas orientações aprovar a participação institucional do órgão público que está sendo convidado.

Exemplos:

1 - Para um evento esportivo é pertinente convidar um representante da Secretaria de Esporte, mas não um representante da Receita Federal.

2 - Para um evento cultural é adequado convidar um representante do Ministério da Cultura, mas não um representante do Poder Judiciário.

c) Em qualquer das situações acima, se a pessoa que receber a contrapartida pertencer ao Poder Público e, simultaneamente, a outro público de interesse, devem ser seguidas as regras aplicáveis a integrantes do Poder Público.

✓ **Orientações para oferecimento de contrapartidas ao público interno da Petrobras:**

A distribuição de contrapartidas para o público interno da Petrobras deve ser efetuada por sorteio ou outro meio de caráter impessoal.

A Comunicação Institucional disponibiliza, para todas as gerências de comunicação da Petrobras, uma ferramenta para cadastro e sorteio de contrapartidas de patrocínio para o público interno. O Sistema de Promoções Corporativas facilita o rastreamento de dados para fins de auditoria, pois armazena, dentre outros registros, forma de seleção, data e horário da inscrição, além de dados dos participantes, como nome, chave e lotação.

Sorteios destinados a toda a força de trabalho da Petrobras são efetuados apenas pela Comunicação Institucional. Sorteios realizados pelas gerências de comunicação das áreas/unidades abrangem somente a força de trabalho local.

✓ **Condições para receber ou oferecer brindes e hospitalidade e oferecer contrapartidas de patrocínio.**

- Os empregados devem fazer a avaliação da pertinência e da conveniência do oferecimento da hospitalidade ou contrapartida de patrocínio a terceiros que mantenham relação comercial ou institucional com a Petrobras e submetê-lo à aprovação prévia formal de seu gerente executivo ou gerente geral de unidade operacional.

- Os empregados devem obter autorização formal prévia do seu superior hierárquico para o recebimento de qualquer hospitalidade de terceiros que mantenham relação comercial ou institucional com a Petrobras.

- Os empregados devem considerar os costumes, as leis locais e as políticas de recebimento ou oferecimento de brindes e hospitalidade; e de recebimento de contrapartidas de patrocínio de empresas e de órgãos públicos e privados.

✓ **Disposições Complementares**

O descumprimento das orientações expressas neste guia implicará na adoção de sanções éticas ou disciplinares, segundo as normas da Petrobras.

O envolvimento de intermediários ou de terceiros no oferecimento e no recebimento de presentes, brindes, hospitalidade ou contrapartidas de patrocínio não afasta a aplicação das orientações deste guia.

Em caso de dúvida a respeito destas orientações, os empregados deverão enviar suas demandas para a Ouvidoria Geral que dará o tratamento adequado.

Caso qualquer membro da força de trabalho tenha ciência do descumprimento das orientações deste guia, deverá denunciar o fato à Ouvidoria Geral, pelo Canal de Denúncia da Petrobras, disponível no site www.petrobras.com.br ou por outros meios divulgados pela companhia.

Eventuais excepcionalidades para oferecimento, pela companhia, de presente, brinde, hospitalidade ou contrapartida de patrocínio, com caráter institucional ou comercial, deverão ser deliberadas pela Diretoria Executiva.