

## INSTRUMENTO NORMATIVO

CÓDIGO	REVISÃO	TÍTULO	VIGÊNCIA
<b>POL-02-05</b> <b>Versão 2026</b>	<b>02</b>	<b>POLÍTICA DE PATROCÍNIOS E PUBLICIDADE DA</b> <b>AGEHAB</b>	<b>A partir de: 03/06/2026</b>

### DESTINATÁRIO

- Todas as Unidades Organizacionais.

### PRINCIPAIS ALTERAÇÕES

1. Formatação do documento.
2. Alteração na Finalidade.

UNIDADE GESTORA DO PROCESSO (Assinatura e Carimbo)

**Assessoria de Comunicação**

DOCUMENTO DE APROVAÇÃO

**DIRE - CA**

CODIGO	REVISAO	TITULO	VIGENCIA
<b>POL-02-05</b> Versão 2026	<b>02</b>	<b>POLÍTICA DE PATROCÍNIOS E PUBLICIDADE DA AGEHAB</b>	<b>A partir de: 03/06/2026</b>

## **SUMÁRIO**

- 1. FINALIDADE**
- 2. ABRANGÊNCIA**
- 3. DEFINIÇÕES**
- 4. PRINCÍPIOS**
- 5. DIRETRIZES**
  - 5.1. Áreas de Atuação**
  - 5.2. Restrições**
  - 5.3. Modalidades de Seleção**
    - 5.3.1 Seleção Pública**
    - 5.3.2 Escolha Direta**
  - 5.4. Gestão da Marca**
  - 5.5. Gestão de Conteúdo**
- 6. RESPONSABILIDADES**
- 7. PUBLICIDADE**
- 8. DISPOSIÇÕES FINAIS**
- 9. APROVAÇÃO**

## **1 FINALIDADE**

Estabelecer diretrizes, critérios e procedimentos para a concessão de patrocínios e execução de ações publicitárias da AGEHAB, assegurando transparência, integridade, alinhamento estratégico e conformidade legal.

## **2 ABRANGÊNCIA**

Esta política se aplica a todos os colaboradores e administradores da Agência.

## **3 DEFINIÇÕES**

- 3.1. Patrocínio: Ação de comunicação que se realiza por meio da aquisição do direito de associação da marca do patrocinador e/ou de seus produtos e serviços a projeto de iniciativa de terceiro, de cunho cultural, socioambiental, esportivo, educacional, técnico-científico ou estratégico, com o objetivo de gerar identificação e reconhecimento da AGEHAB por meio da iniciativa patrocinada, ampliar relacionamento com públicos de interesse, divulgar produtos, serviços, posicionamentos, programas e políticas de atuação, e agregar valor à marca das empresas AGEHAB.
- 3.2. Publicidade: Ferramenta de promoção que pode ser utilizada por empresas, organizações sem fins lucrativos, instituições do Estado e por pessoas individuais, para informar uma determinada mensagem que faz relação aos seus produtos, serviços, ideias ou outras coisas tendo como objetivo um determinado grupo.

## **4 PRINCÍPIOS**

- 4.1 Apoiar ações vinculadas à missão da AGEHAB e seu Plano Estratégico, adotando estratégias de posicionamento de imagem comprometidas com a responsabilidade social, ambiental e a prevenção da ocorrência de fraude e corrupção.
- 4.2 Garantir a transparência do processo de prestação de contas, colocando disponíveis canais de relacionamento, tanto para a divulgação das devidas fases do processo, quanto para o recebimento de sugestões, reclamações de denúncias relativas do processo.
- 4.3 Adotar procedimentos de gestão da integridade para contratação de patrocínios em conjunto com a área de conformidade da empresa e zelar pela prevenção de conflito de interesses e vedação de atos de corrupção e fraude.
- 4.4 Incentivar ações vinculadas às políticas públicas do setor de habitação e do governo estadual.

- 4.5 Incentivar ações técnico-científicas relacionadas ao aprimoramento, direto ou indireto, dos negócios em que a AGEHAB atua.
- 4.6 Valorizar a diversidade étnica e cultural e o respeito às questões raciais, de gênero e de orientação sexual.
- 4.7 Valorizar ações educativo-culturais.
- 4.8 Valorizar ações culturais que apresentem inovação, criatividade e originalidade.
- 4.9 Valorizar a riqueza cultural em Goiás, ampliando, desta forma, a democratização do acesso à cultura.
- 4.10 Valorizar ações que disseminem as boas práticas de gestão, adotando medidas de prevenção e fiscalização da utilização de recursos para os fins lícitos aos quais foram destinados.
- 4.11 Valorizar ações que contribuam para o fortalecimento da sociedade e do setor de atuação da AGEHAB.
- 4.12 Valorizar a promoção da cidadania, a melhoria da qualidade de vida e a inserção social de comunidades em situação de vulnerabilidade.
- 4.13 Valorizar projetos que estimulem o empreendedorismo, a inovação e geração de renda.
- 4.14 Valorizar projetos que incluam em seu escopo a adoção de medidas que promovam o cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

## **5 DIRETRIZES**

### **5.1 ÁREAS DE ATUAÇÃO**

A AGEHAB patrocinará projetos que assegurem divulgação, promoção e retorno institucional e mercadológico, em consonância com suas diretrizes de marketing, Políticas de Comunicação, com foco prioritário nas seguintes áreas de atuação:

- a) Cultural – Projetos de natureza cultural que atendam aos critérios definidos em leis de incentivo, sejam elas de âmbito federal, estadual ou municipal, segundo suas manifestações nos mais diversos segmentos.
- b) Educação – Projetos de natureza educacional, nos mais diversos segmentos da educação.
- c) Inovação Tecnológica – Projetos de relevância técnico-científica que fomentem o desenvolvimento tecnológico das empresas envolvidas e a troca de experiências nas diversas áreas do negócio em que atuam.
- d) Esporte – Projetos de natureza esportiva enquadrados nas leis de incentivo nos âmbitos federal, estadual ou municipal, segundo suas manifestações nas mais diversas modalidades.
- e) Socioambiental – Projetos socioambientais que estejam em consonância com as suas diretrizes e boas práticas da AGEHAB.

- f) Promoção institucional – Projetos esportivos ou culturais, excepcionalmente aprovados pela Diretoria Executiva, que visem a divulgação e promoção de sua marca institucional, desde que estejam em consonância com suas diretrizes de marketing.
- g) Projetos Especiais – Projetos de outros segmentos não listados acima que se enquadrem nas áreas de interesse e atuação da AGEHAB, excepcionalmente aprovados pela Diretoria Executiva, desde que estejam em consonância com seu Plano Estratégico.

## **5.2 RESTRIÇÕES**

### **5.2.1. Não são passíveis de patrocínio projetos ligados a atividades:**

- a) De cunho político-partidário e/ou religioso, à exceção de manifestações populares reconhecidas tradicionalmente e estratégicas para a AGEHAB;
- b) Que envolvam jogos de azar e/ou especulativos;
- c) Que usem nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;
- d) De natureza discriminatória;
- e) Que estimulem o trabalho infantil;
- f) Que provoquem danos ambientais;
- g) Que estimulem maus tratos a animais; e
- h) Que não estejam alinhadas com o Código de Ética e Conduta da AGEHAB.

### **5.2.2. Não são admitidos projetos de patrocínios:**

- a) Cujos organizadores ou proponentes estejam inadimplentes junto à AGEHAB ou à Administração Pública;
- b) Cujos organizadores respondam investigação em curso ou tenham condenação relacionada ao descumprimento da lei anticorrupção brasileira ou da lei anticorrupção norte americana, devendo tal compromisso ser refletido em Termo de Responsabilidade;
- c) Cujos objetos já seja ou vá ser patrocinado por outra da AGEHAB, exceto nos casos em que uma delas seja responsável, diretamente ou indiretamente, pela organização do projeto e nos casos de editais públicos – neste contexto, entende-se por organização o modo pelo qual o projeto é estruturado, ou seja, a definição do tema e agenda, a locação do espaço, o orçamento, o nível de participação e outras variáveis consideradas relevantes para a realização do projeto;
- d) Propostos por organizadores ou proponentes que não desfrutem de idoneidade fiscal e creditícia;
- e) Propostos por empregados efetivos, contratados e/ou terceirizados da AGEHAB, enquanto estiverem prestando serviços nessas empresas, durante a vigência de seu contrato, além de parentes de empregados com grau de parentesco até o terceiro grau, exceto nos casos dos atletas de alto rendimento que tenham condições técnicas de

## **INSTRUMENTO NORMATIVO**

representar o Brasil nas competições de nível internacional, desde que indicados oficialmente pela confederação e/ou federação de sua modalidade esportiva;

- f) Propostos por organizadores e/ou proponentes que tenham como seus representantes legais pessoas com grau de parentesco até o terceiro grau com empregados e/ou dirigentes da AGEHAB, exceto nos casos em que o empregado e/ou dirigente esteja representando, por indicação formal ou por eleição para cargo diretivo, os interesses da AGEHAB;
- g) Propostos por associações de empregados ativos ou inativos da AGEHAB;
- h) Propostos por qualquer entidade da Administração Pública Direta e Indireta, federal, estadual, municipal e distrital;
- i) Propostos por organizações sindicais;
- j) Propostos por qualquer profissional envolvido na gestão dos programas decorrentes dos editais de seleção pública da AGEHAB, bem como aos seus parentes até o terceiro grau;
- k) Propostos por integrantes da comissão de seleção e profissionais envolvidos nos processos de seleção do programa que tenham vínculos pessoais, ou profissionais com projetos inscritos naquela área de seleção pública.

### **5.3. MODALIDADES DE SELEÇÃO**

#### **5.3.1. Seleção Pública**

5.3.1.1. A AGEHAB deve priorizar a implementação anual de editais de seleção pública nas suas diversas áreas de atuação, divulgando-os amplamente em seus sites eletrônicos e em mídias de grande circulação, contendo toda a documentação exigida, bem como os procedimentos específicos para contratação, envio de documentação, liberação de recursos e prestação de contas dos projetos de patrocínio.

#### **5.3.2. Escolha Direta**

5.3.2.1. A AGEHAB pode selecionar projetos, com incentivos fiscais ou não, que sejam de seu interesse estratégico, desde que não se enquadrem nos segmentos contemplados pelos editais de seleção pública, quando houver seleção pública.

### **5.4. GESTÃO DA MARCA**

5.4.1. A marca é o maior patrimônio de uma empresa. É por meio dela que uma organização é reconhecida pelos diversos públicos.

5.4.2. É papel da Comunicação preservar a identidade visual da empresa e garantir a correta utilização da marca, evitando a sua banalização.

5.4.3. A área de Comunicação da AGEHAB desenvolveu o “Manual de Uso de Marca da AGEHAB”, em consonância com a Diretoria Executiva da empresa. O referido manual, disponível na Intranet da Companhia, estabelece padrões de uso da marca, garantindo a

identidade visual da AGEHAB.

5.4.4. Fica estabelecido às áreas técnicas informar demandas de aplicação de marca em placas emateriais informativos e/ou publicitários à Assessoria de Comunicação da AGEHAB, estabelecendo um fluxo formal de solicitação de disponibilização e aplicação de logoss. Mediante as solicitações, a Comunicação fará as adequações e empregos necessários, conformeestipula o “Manual de Uso de Marca da AGEHAB” e repassará esse material para a área demandante, a fim de que esta disponibilize para o uso externo.

5.4.5. Cabe à Assessoria de Comunicação orientar, avaliar e aprovar a aplicação da marca da empresa, em materiais produzidos interna e externamente, por fornecedores ou por organizações parceiras, entre elas construtoras que atuam em canteiros de obras em que são empregados recursos estaduais de habitação. Toda e qualquer orientação a agentes externos quelidam com a marca da AGEHAB necessita da validação da Assessoria de Comunicação, preferencialmente via processo no Sistema Eletrônico de Informações (SEI).

5.4.6. É demandado aos diversos departamentos, incluindo Diretorias, Assessorias, Gerências e Coordenadorias que informem e consultem a Assessoria de Comunicação da empresa quando da necessidade de emprego e uso da marca da empresa, para verificação de adequação e aplicabilidade, que devem ainda estar em consonância com diretrizes estipuladas pelas políticas de comunicação estabelecidas pela Secretaria de Estado de Comunicação (Secom) de Goiás.

## **5.5. GESTÃO DE CONTEÚDO**

5.5.1 – A Assessoria de Comunicação é responsável pela gestão de conteúdo, que prevê a elaboração de textos e materiais a serem divulgados, fazendo uso das diversas ferramentas disponíveis, como por exemplo, site da AGEHAB, transmissão via Whatsapp, mídias sociais, site de notícias do Governo de Goiás e veículos de comunicação em geral. São objeto dos textos e dos materiais de divulgação, obras e serviços oferecidos pela empresa e ações que possam ser de interesse público e ressaltem as questões estratégicas da AGEHAB.

5.5.2 – Além de todo o conteúdo jornalístico, a comunicação com viés mercadológico também se faz presente, com a participação ativa de agentes externos contratados, sejam eles produtores audiovisuais, empresas de marketing e publicitárias ou similares.

5.5.3 – Eventuais comunicados emitidos pelas áreas técnicas da AGEHAB para comunicação com beneficiários e/ou parceiros devem ser padronizados e encaminhados à Comunicação para adequação e aprovação do texto.

## **6. RESPONSABILIDADES**

Conselho de Administração da AGEHAB – aprovar esta Política e garantir a sua implementação.

Áreas de Patrocínio da AGEHAB – operacionalizar as atividades de implementação, divulgação, acompanhamento e avaliação desta política.

## **7. PUBLICIDADE**

As despesas com publicidade e patrocínio da AGEHAB não ultrapassarão, em cada exercício, o limite de 0,5% (cinco décimos por cento) da receita operacional bruta do exercício anterior.

Este limite disposto poderá ser ampliado, até o limite de 2% (dois por cento) da receita bruta do exercício anterior, por proposta da Diretoria Executiva justificada com base em parâmetros de mercado do setor específico de atuação da AGEHAB e aprovada pelo respectivo Conselho de Administração.

É vedado à AGEHAB realizar, em ano de eleição estadual, despesas com publicidade e patrocínio que excedam a média dos gastos nos 3 (três) últimos anos que antecedem o pleito ou no último ano imediatamente anterior à eleição.

## **8. DISPOSIÇÕES FINAIS**

Os casos omissos a essa política serão decididos pelo Conselho de Administração, ouvido o Comitê de Auditoria, conforme o caso.

Esta política está vinculada e é parte integrante do Código de Conduta Ética da Agência Goiana de Habitação S.A - AGEHAB e deve ser interpretada em conjunto com as demais políticas relacionadas ao Código.

## **9. APROVAÇÃO**

Esta política entra em vigor na data de sua aprovação pelo Conselho de Administração da Agência Goiana de Habitação S/A (AGEHAB), ocorrida em 03/06/2026, conforme registrado na Resolução n. 008/2026/CA.

Todas as alterações, revisões ou situações omissas neste documento devem ser submetidas à apreciação do Conselho de Administração da AGEHAB.