

1. Área responsável pelo assunto

Superintendência de Marketing, Promoções e Mobilização

2. Abrangência

- 2.1. Esta política orienta o comportamento da BB Seguros, marca comercial da BB Seguridade Participações S.A. (Companhia) e suas sociedades controladas (BB Corretora de Seguros e Administradora de Bens S.A. e BB Seguros Participações S.A.). Espera-se que as empresas investidas definam seus direcionamentos a partir dessas orientações, considerando as necessidades específicas e os aspectos legais e regulamentares a que estão sujeitas

3. Público-alvo

- 3.1. Esta política alcança todos os funcionários, terceiros e membros de órgãos de governança no exercício de suas atividades profissionais relacionadas à Companhia.

4. Regulamentação

- 4.1. Lei 8.313, de 23 de dezembro de 1991;
- 4.2. Lei 8.685, de 20 de julho de 1993;
- 4.3. Lei 14.133 de 1º de abril de 2021;
- 4.4. Lei 11.438, de 29 de dezembro de 2006;
- 4.5. Lei 12.846, de 1º de agosto de 2013;
- 4.6. Lei 13.303, de 30 de junho de 2016

5. Periodicidade de Revisão

- 5.1. Esta política deve ser revista, no mínimo, a cada 3 (três) anos, ou extraordinariamente, a qualquer tempo, e submetida ao Conselho de Administração para aprovação.

6. Sumário Executivo



- 6.1. Esta Política tem por objetivo estabelecer as diretrizes relacionadas à promoção e patrocínio nos termos da legislação, regulamentação, estratégia e normativos internos aplicáveis.

7. Conceitos

- 7.1. Para fins desta Política são considerados os seguintes conceitos:
- 7.1.1. **Contrapartidas:** ações ou dados em retorno sobre o patrocínio.
 - 7.1.2. **Controlador:** acionista majoritário.
 - 7.1.3. **Promoção:** compreende as atividades que envolvem a divulgação da marca, da empresa ou dos produtos e serviços.
 - 7.1.4. **Patrocínio:** transferência de numerário, com finalidade promocional ou a cobertura, de gastos, ou a utilização de bem móvel ou imóvel do seu patrimônio, sem a transferência de domínio, para a realização, por outra pessoa jurídica de atividade cultural ou esportiva com ou sem finalidade lucrativa.
 - 7.1.5. **Terceiro:** pessoas físicas, que não são funcionários da Companhia, e pessoas jurídicas, que estabeleçam relacionamento com a Companhia por interesse do serviço, previsão contratual ou imposição legal.

8. Diretrizes

- 8.1. Planejamos as ações de promoção e patrocínio para atender aos preceitos éticos dispostos neste documento, à legislação vigente e aos normativos internos da Companhia.
- 8.2. Pautamos nosso posicionamento na eficiência e fortalecimento da imagem da Companhia na relação ao custo-benefício da promoção e/ou patrocínio e às contrapartidas negociadas.
- 8.3. Garantimos a imparcialidade nas avaliações das ações de promoção e/ou de patrocínio – que compreende, mas não se limita a, contrapartidas, capacidade e reputação das produtoras, riscos para a Companhia e alinhamento às diretrizes de promoções e patrocínios - pautada exclusivamente nos interesses da Companhia.
- 8.4. Asseguramos a não permissão de quaisquer tipos de benefícios concedidos e/ou recebidos pelo funcionário em decorrência do seu poder na condução das ações de promoção e/ou de patrocínio.



- 8.5. Analisamos eventuais antecipações de valores aos patrocinados desde que seja justificado e aprovado pelas instâncias competentes visando garantir a realização do projeto nas datas e condições pactuadas.
- 8.6. Disponibilizamos, de acordo com a legislação vigente, cotas de ingressos/convites para ações de promoção em programas de endomarketing que tenham como objetivo alavancar negócios e reconhecer desempenho de acordo com os critérios de distribuição estabelecidos nos referidos programas e campanhas.
- 8.7. Permitimos, na hipótese da impossibilidade de inclusão de credenciais de trabalho entre as contrapartidas do patrocínio, na quantidade necessária para o desenvolvimento das atividades, a destinação de ingresso/convite a funcionário da BB Seguros e/ou de alguma de suas empresas investidas para acompanhamento do evento/ação, com o objetivo de avaliação, conformidade contratual e/ou relacionamento com o público-alvo.
- 8.8. É vedado patrocínio ou qualquer tipo de apoio à:**
- 8.8.1. Proponentes com restrições cadastrais junto a quaisquer das empresas investidas da BB Seguros ou ao Banco do Brasil S/A.
- 8.8.2. Pessoas físicas funcionários da ativa - e/ou seus parentes de 1º grau - do Banco do Brasil, da BB Seguros e/ou de alguma de suas participadas.
- 8.8.3. Proponente pessoa jurídica que detenha, entre os seus sócios e/ou diretores, parentes de integrantes da Diretoria Executiva, de Conselhos e Comitês estatutários do Banco do Brasil, da BB Seguros, e/ou de suas participadas até o segundo grau (em linha reta: pais, filhos, avós e netos; em linha colateral: irmãos).
- 8.8.4. Eventos ou entidades com má reputação, falta de integridade, que atentem contra a ordem pública ou que prejudiquem a imagem da BB Seguros.
- 8.8.5. Eventos que caracterizem promoção pessoal de autoridade ou servidor público ou da imagem de pessoa do governo federal, estadual e municipal ou entidades do legislativo, judiciário e/ou executivo.
- 8.8.6. Construções, restaurações, reformas, manutenções ou qualquer tipo de ação em prédios públicos ligados direta ou indiretamente ao governo federal, estadual e municipal ou entidades do legislativo, judiciário e/ou executivo.
- 8.8.7. Eventos que causem ou possam vir a causar impacto negativo à saúde ou ao meio ambiente.
- 8.8.8. Eventos ou entidades de caráter político-partidário ou religioso.



- 8.8.9. Eventos que violem direitos de terceiros, incluídos os de propriedade intelectual.
- 8.8.10. Eventos que evidenciem discriminação de raça, credo, orientação sexual ou pré-conceito de qualquer natureza.
- 8.8.11. Eventos propostos por instituições ligadas diretas ou indiretamente ao Controlador, tais como AABBs, ANABB, Fenabb, APABB e Fundação Banco do Brasil.
- 8.8.12. Eventos que se enquadrem nos programas da Fundação Banco do Brasil.
- 8.9. Buscamos ações de promoção e patrocínio com proponentes idôneos, considerando a associação e o apoio da marca BB Seguros com terceiros de diversos recortes sociodemográficos.

9. Valores Associados

- 9.1. Confiabilidade, Inovação, Foco no Cliente e Sentimento de Dono

10. Data da última aprovação pelo Conselho de Administração

- 10.1. 21 de junho de 2024

11. Disposições finais

- 11.1. Este documento visa garantir que a prospecção e o patrocínio a projetos, além da realização de ações promocionais, ocorram em consonância com os preceitos éticos da Companhia e do seu Controlador, gerando valor aos acionistas, para os clientes e para a sociedade.
- 11.2. As situações não previstas neste documento devem ser discutidas pelas instâncias competentes.

12. Tabela de Controle de Versionamento:

- 12.1.

Vigência	21.06.2024 a 21.06.2027
Versão	1.3



Histórico de Alterações	Inclusão de diretriz ASG no item 8.9 e ajuste no item 4.3; Renovação periódica conforme Normativo Interno de Políticas Corporativas e ajustes de nomenclatura;
--------------------------------	--

