1 Área responsável pelo assunto

1.1 Gerência de Marketing e Comunicação.

2 Abrangência

2.1 Esta política orienta o comportamento da BB Seguridade Participações S.A. ("BB Seguros" ou "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 coligadas 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 8.666, de 21 de junho de 1993;

4.4 Lei 11.438, de 29 de dezembro de 2006;

4.5 Lei 12.846, de 1° de agosto de 2013;

4.6 Lei 13.303, de 30 de junho de 2016.

5 Periodicidade de Revisão

5.1 Esta Política deverá ser revisada anualmente 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 **Terceiros**: 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 Valores Associados

8.1 Confiabilidade, Inovação, Respeito ao Cliente e Sentimento de Dono.

9 Diretrizes

9.1 Planejamos as ações de promoção e patrocínio para atender aos preceitos éticos dispostos neste documento, à legislação vigente e aos normativos internos da Companhia.

9.2 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.

9.3 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.

9.4 Asseguramos a não permissão de quaisquer tipos de benefícios pelo funcionário em decorrência do seu poder na condução das ações de promoção e/ou de patrocínio.

9.5 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.

9.6 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.

9.7 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 coligadas para acompanhamento do evento/ação, com o objetivo de avaliação, conformidade contratual e/ou relacionamento com o público-alvo.

9.8 **É vedado patrocínio ou qualquer tipo de apoio à:**

9.8.1 Proponentes com restrições cadastrais junto a quaisquer das empresas coligadas da BB Seguros ou ao Banco do Brasil S/A.

9.8.2 Pessoa jurídica que não seja cliente do Banco do Brasil.

9.8.3 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.

9.8.4 Proponente pessoa jurídica que detenha, entre os seus sócios e/ou diretores, parentes de integrantes da Diretoria Executiva 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).

9.8.5 Eventos ou entidades com má reputação, falta de integridade, que atentem contra a ordem pública ou que prejudiquem a imagem da BB Seguros.

9.8.6 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.

9.8.7 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.

9.8.8 Eventos que causem ou possam vir a causar impacto negativo à saúde ou ao meio ambiente.

9.8.9 Eventos ou entidades de caráter político-partidário ou religioso.

9.8.10 Eventos que violem direitos de terceiros, incluídos os de propriedade intelectual.

9.8.11 Eventos que evidenciem discriminação de raça, credo, orientação sexual ou pré-conceito de qualquer natureza.

9.8.12 Eventos propostos por instituições ligadas diretas ou indiretamente ao Controlador, tais como AABBs, ANABB, Fenabb, APABB e Fundação Banco do Brasil.

9.8.13 Eventos que se enquadrem nos programas da Fundação Banco do Brasil.

10 Data da Última aprovação pelo Conselho de Administração

10.1 23 de agosto de 2017

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	01.01.2019 a 31.12.2019
Versão	1.1
Histórico de Alterações	Renovação periódica conforme Normativo Interno de Políticas Corporativas e ajustes de nomenclatura; Alteração dos itens 2.2; 9.8.1; 9.8.3; 9.8.4; e 9.8.5.