

1 - Responsabilidades:

5.1 - Proponente:

- i. Preencher o Formulário disponível no site do Porto do Açu, em "Solicitação de Patrocínio" (portodoacu.com.br/sobre-o-porto/solicitacao-de-patrocinio/);
- ii. Assegurar a veracidade das informações preenchidas no formulário de solicitação do patrocínio;
- iii. Aguardar o retorno por e-mail em até 45 (quarenta e cinco) dias úteis da área responsável, após submissão do formulário devidamente preenchido;
- iv. Em caso de aprovação da proposta de patrocínio, revisar e assinar a minuta de contrato enviada pela patrocinadora, em até 5 (cinco) dias úteis, após o recebimento do documento;
- v. Quando o patrocínio for executado, a patrocinada se compromete em fornecer:
 - a) Relatório do evento com fotos e/ou vídeos, comprovando a execução de todas as contrapartidas executadas até 10 (dez) dias úteis após a realização do evento;
 - b) Relatório financeiro comprovando a alocação da verba disponibilizada pela patrocinadora no evento em questão até 10 (dez) dias úteis após a realização do evento.

2 - Regras:

6.1 – Condições Gerais:

- i. Os processos de avaliação, seleção e aprovação de Patrocínio devem seguir rigorosamente o Código de Conduta e Anticorrupção, a Norma de Compliance e Anticorrupção – **NC.COM.001** e o Procedimento de Background Check (Verificação de Antecedentes) – **PC.COM.001** vigentes.
- ii. É vedado o patrocínio sem que o Formulário de Solicitação de Patrocínio e Minuta de Contrato estejam devidamente preenchidos.

6.2 – Avaliação e seleção de projeto de Patrocínio:

- i. A avaliação e seleção dos projetos de patrocínio devem ser feitas a partir do cruzamento das seguintes informações:
 - Premissas;
 - Tipo de patrocínio e áreas de interesse;
 - Categoria.
- ii. A Porto do Açu só deve patrocinar projetos que agreguem valor à marca ou tragam desenvolvimento socioambiental para as áreas onde a companhia atua.

6.3 – Premissas de Patrocínio:

- i. Investimentos em patrocínio são especificamente realizados para:

- Agregar valor à reputação da marca;
- Associar imagem a ações, instituições ou organizações de significado relevante e de credibilidade para o negócio, em termos setoriais e de valor para a marca;
- Trazer desenvolvimento socioambiental para as áreas onde a companhia atua;
- Contribuir para a construção de imagem da companhia, de acordo com as estratégias pré-estabelecidas pela área de Comunicação;
- Valorizar iniciativas de relevância para a sociedade;
- Fortalecer a imagem da Porto do Açu;
- Valorizar iniciativas regionais que apresentem convergência com as áreas de interesse de investimento em patrocínio da Companhia.

6.4 – Tipos de Patrocínio:

- i. Os Patrocínios são divididos em dois tipos:

a) Patrocínio Formal:

Áreas de interesse direto:

- **Energia** – Eventos empresariais do setor, fontes renováveis, pesquisa e novas tecnologias para o setor elétrico;
- **Óleo e Gás** – Eventos de grande porte do setor, pesquisa e novas tecnologias, diminuição de impactos em ambiente marinho e água;
- **Logística** – Eventos empresariais sobre soluções logísticas para o país, ambiente marinho, impactos viários, questões relacionadas a portos;
- **Sustentabilidade** – Eventos que promovam discussão e pesquisa sobre preservação de meio ambiente (principalmente restinga), desenvolvimento sustentável.

b) Patrocínio Construtivo:

Áreas de interesse direto:

- **Educação** – Ações que promovam a educação, fortalecendo o papel da escola, contribuindo para a ampliação das possibilidades de desenvolvimento das crianças e adolescentes;
- **Fomento a cadeias produtivas** – Ações que promovam a geração de trabalho e renda através do apoio a atividades econômicas tradicionais do território, do empreendedorismo, ou de empreendimentos de economia solidária (associações e cooperativas);
- **Trabalho** – Ações que promovam a qualificação profissional. Dar acesso ao jovem no mundo do trabalho, por meio do apoio à sua formação técnica e profissional;
- **Cultura** - Democratizar e qualificar o acesso de jovens à produção cultural, assim como a espaços e bens culturais. Valorizar as tradições culturais do território.

6.5 – Modalidades de Patrocínio:

- i. Em ambos tipos, o patrocínio deve estar enquadrado em uma das categorias de projeto, de acordo com o tipo de produto por ele gerado:
- **Eventos educativos, institucionais, culturais ou comerciais;** feiras, exposições, rodeios, oficinas, congressos, fóruns, workshops, simpósios, encontros, palestras, concursos, conferências, seminários, rodadas de negócios, showrooms, solenidades e afins;
- **Tecnologias e Pesquisa;** Projetos de relevância técnico-científica que fomentem o desenvolvimento tecnológico desde que atendam aos interesses institucionais da Prumo e/ou das suas controladas;
- **Esporte:** competições, maratonas, campeonatos, torneios e demais eventos esportivos aquáticos.

6.6 – Apresentação de Projetos e Avaliação:

- i. Todos os pedidos de patrocínio devem necessariamente ser apresentados em Formulário de Solicitação de Patrocínio próprio, disponibilizado no site da companhia e encaminhados para a área de Comunicação.
- ii. Os patrocínios formais relacionados a negócios específicos devem ser avaliados e selecionados diretamente pela companhia relacionada à área de interesse do projeto.
- iii. A área de Comunicação deve emitir um parecer de viabilidade do projeto e potencial técnico do solicitante, pré-selecionando os projetos de interesse da companhia, além de submeter à aprovação da área de Compliance.
- iv. No caso de inviabilidade técnica do projeto de patrocínio, a área de Comunicação deve comunicar diretamente ao solicitante.
- v. Em qualquer dos casos acima mencionados, com o objetivo de tornar o processo de seleção de patrocínios transparente, a comunicação da aprovação ou rejeição do pedido, quanto à viabilidade técnica, deve ser feita ao solicitante no prazo máximo de 45 (quarenta e cinco) dias úteis.
- vi. A área de Comunicação, se julgar necessário, deve tornar pública as informações referentes ao resultado dos processos de seleção de patrocínio, utilizando os canais de divulgação que considerar pertinentes, para garantir a transparência do processo estabelecido nesta Norma.

6.7 – Medição e Pagamento:

- i. Qualquer pagamento de patrocínio deve ser realizado conforme os critérios do Contrato e as regras dispostas na Norma de Contas a Pagar – **NC.TES.001**.
- i. Nenhum pagamento deve ser realizado ao proponente se o mesmo não tiver cumprido todos os itens previstos no contrato.