

Prumo Logística S.A.

NORMA DE PATROCÍNIO

NC.COM.001



Esta norma é de propriedade intelectual da Prumo Logística e não pode ser divulgada para terceiros sem o prévio consentimento do responsável pelo documento.

CÓPIA NÃO CONTROLADA

1 - Objetivo:

Estabelecer regras para avaliação, seleção e aprovação de projetos para Patrocínio.

2 - Aplicação:

Esta Norma se aplica à Prumo Logística S.A. ("Prumo ou Companhia"), seus administradores e empregados, bem como a terceiros que estejam envolvidos no processo de solicitação de patrocínio à Companhia.

No caso de sociedades nas quais a Prumo exerça influência significativa, tais como joint ventures e sociedades que a Companhia detenha participação minoritária, o conteúdo desta Norma deverá ser levado ao conhecimento do(s) parceiro(s) de negócios, permitindo a incorporação, sempre que possível, das diretrizes por ela preconizadas.

Todos os Colaboradores que descumprirem as regras definidas nesta Norma poderão sofrer sanções administrativas.

Prestadores de serviços, fornecedores e representantes que atuem em nosso nome devem seguir esta Norma quando estiverem prestando serviços para a Prumo. O não cumprimento da mesma poderá implicar em rescisão contratual ou outras medidas cabíveis.

3 - Referências:

- Código de Conduta e Anticorrupção da Prumo
- Política de Governança Corporativa – **PC.PRU.001**
- Política de Sustentabilidade – **PC.PRU.003**
- Norma de Contas a Pagar – **NC.TES.001**
- Norma de Gestão de Orçamento – **NC. ORÇ.001**
- Norma de *Compliance* e Anticorrupção – **NC.COM.001**
- Procedimento de Background *Check* (Verificação de Antecedentes) – **PC.COM.001**
- Manual de marca Porto do Açu

4 - Definições, Abreviaturas e Exceções:

Colaborador(es): Conselheiros, diretores, membros de comitês de assessoramento ao Conselho de Administração, empregados, estagiários e jovens aprendizes da Companhia.

Conflito de Interesses: Situações em que os interesses pessoais de um Colaborador entram em conflito com os interesses da Companhia, comprometendo seus deveres profissionais e podendo causar algum prejuízo à Companhia.

Estratégia de Patrocínio: plano com objetivos de comunicação e indicação de Patrocínios a serem realizados, com base nas diretrizes de "Como queremos ser percebidos" do manual de marca e posicionamento da Prumo.

Patrocínio: investimento voltado para eventos, organizações e ações com objetivo de capitalizar e associar a imagem da Prumo com a ação em patrocínio. Uma estratégia de patrocínios é baseada na percepção e reconhecimento da(s) marca(s) a(s) qual(is) a Companhia quer se associar.

Patrocínio Construtivo: investimento de recursos próprios em ações que promovam exposição positiva de marca, impacto social e desenvolvam temas de relevância para a sociedade em todos os seus aspectos (social, cultural e ambiental).

Patrocínio Formal: investimento de recursos próprios em eventos empresariais, fóruns, congressos, palestras, convenções de temas relativos ao negócio da companhia.

Não são considerados objetos de patrocínios:

- a) **Transferência de bens (móveis ou imóveis):** serviços ou vantagens patrimoniais de qualquer espécie a pessoas físicas ou jurídicas sem que haja qualquer tipo de contraprestação;
- b) **Permutas ou apoios:** trocas de materiais, produtos ou serviços por divulgação de conceito e/ou exposição da marca;
- c) **Ações compensatórias:** apoios a ações cuja execução seja compulsória e prevista em lei;
- d) **Mídia:** ações de veiculação de mídia ou em instalações que funcionem como veículo de comunicação, com entrega em espaços publicitários;
- e) **Locações:** aluguel de espaço e/ou montagem de stands em eventos sem nenhuma contrapartida de comunicação;

5 - Responsabilidades:

5.1 – Da Patrocinadora:

5.1.1 - Área – MarCom | Comunicação:

- i. Garantir o cumprimento das condições especificadas nesta norma;
- ii. Divulgar diretrizes para os Patrocínios e fazer a seleção de ações de Patrocínio;
- iii. Realizar treinamento, se necessário e/ou solicitado, para os colaboradores da Prumo sobre a norma de patrocínio, eventuais revisões, e suas diretrizes
- iv. Negociar contrapartidas, avaliar retorno de imagem e aprovar a utilização da marca da Prumo nos materiais de divulgação do Patrocínio;
- v. Encaminhar parecer de viabilidade do projeto de Patrocínio para a área de *Compliance* para realização de procedimento de *background check* e verificação de possíveis Conflitos de Interesse;
- vi. Garantir que as aprovações das ações de Patrocínio estejam de acordo com as alçadas previstas no item 7;
- vii. Retornar ao proponente com a resposta da análise do Patrocínio em até 30 (trinta) dias úteis, após a submissão do Formulário para Solicitação de Patrocínio ("Formulário"), Anexo I desta Norma, ou qualquer outro que venha a substituí-lo;
- viii. Enviar minuta de contrato, vida anexo II, à patrocinada no momento da formalização do Patrocínio;
- ix. Divulgar para os Colaboradores e público em geral o evento e/ou ação que a empresa vai patrocinar;
- x. As demais áreas devem encaminhar o planejamento orçamentário de patrocínios para a Comunicação, responsável pelo orçamento desse item.
- xi. Fazer a gestão do orçamento da Companhia destinado a patrocínios;

- xi. Fazer a gestão do Patrocínio a partir do acompanhamento dos relatórios e da prestação de contas enviadas pela patrocinada;
- xii. Identificar eventos, seminários e ações que estejam alinhados com os objetivos da companhia e propor patrocínios.

5.2 - Área de Relações Institucionais:

- i. Auxiliar na avaliação das propostas de patrocínio.

5.3 - Área de *Compliance*:

- i. Analisar as propostas de patrocínio para realização do processo de *background check* e para verificação de possíveis conflitos de interesse, conforme determinado no normativo Procedimento de *Background Check*;
- ii. Acompanhar o envio para o Conselho e/ou Comitê responsável por *Compliance* das propostas de Patrocínio, quando aplicável;

5.4 - Jurídico:

- i. Auxiliar no processo de formalização do Patrocínio, providenciando minuta padrão de contrato e avaliando possíveis ajustes, quando aplicável;
- ii. Auxiliar no processo de aprovação dos Patrocínios perante os órgãos de administração da Companhia;
- iii. Dar suporte jurídico, sempre que necessário.

5.5 – Demais áreas:

- i. Encaminhar para a área de Comunicação qualquer solicitação de Patrocínio;

5.6 – Proponente:

- i. Preencher o Formulário disponível no site da 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;
- iii. Aguardar o retorno por e-mail em até 30 (trinta) 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:
 - 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;
 - Relatório financeiro comprovando a alocação da verba disponibilizada pela patrocinadora no evento em questão até 10 (dez) dias úteis após a realização do evento.

6 - 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 e o Procedimento de *Background Check* (Verificação de Antecedentes) vigentes.
- ii. O dispêndio de capital para um Patrocínio só deve ocorrer caso tenha sido aprovado pela área de Comunicação e esteja previsto no orçamento anual da Companhia.
- iii. É vedado o Patrocínio sem que o Formulário e contrato estejam devidamente preenchidos e assinados.
- iv.. Se necessário, a área de Comunicação vai convocar a área solicitante pelo Patrocínio para aprovação interna e com a Diretoria, além de alinhamento com o requerente.
- iii. Exceções a esta norma devem ser aprovadas pelo responsável por este documento.

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.

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 Prumo ou de suas controladas;
 - 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:

- **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.

• 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, 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 (anexo I próprio) também 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*;

v. No caso de inviabilidade técnica do projeto de patrocínio, a área de Comunicação deve comunicar diretamente ao solicitante até 30 dias (trinta) úteis após recebimento do formulário;

vi. 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 30 (trinta) dias úteis.

vii. 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;
- ii. Os processos para pagamento do patrocínio serão criados pela área solicitante e deverão constar no SAP, junto com o contrato;
Em hipótese alguma é permitida a antecipação de pagamentos sem a devida aprovação, conforme Norma de Delegação de Autoridades, Alçadas de Aprovação e Representação;
- iii. O pagamento dos patrocínios sujeitos a aprovação em Reunião de Diretoria somente poderá ser realizado após a inclusão da ata com o registro da aprovação no SAP;
- iv. Nenhum pagamento deve ser realizado ao proponente se o mesmo não tiver cumprido todos os itens previstos no contrato;

6.8 Alçada de Projetos de Patrocínio:

Limite de aprovação	Aprovador
≤ R\$ 50 K	Diretor de Relações Institucionais, com ciência prévia ao Diretor Presidente
> R\$ 50 k e ≤ R\$ 150 K	RD (Reunião de Diretoria)
> R\$ 150 K	CA (Conselho de Administração)

Responsável: Gerente de Comunicação		Aprovador: Diretor de Relações Institucionais
Emissão	Versão	Descrição da alteração
31/07/2017	01	Criação de Norma de Patrocínio.
30/09/2020	02	Revisão geral da Norma de Patrocínio, em linha com apontamentos da auditoria, contemplando inclusões de responsabilidades do proponente, ações adicionais de Comunicação, ajustes no prazo de avaliação e aprovação da proposta, na alçada e aprovadores, além de revisões textuais gerais.

7- Anexos:

- I: Formulário de patrocínio
- II: Minuta de contrato
- II: Manual de marca da Prumo