

**SELEÇÃO DE PROJETOS PARA PATROCÍNIOS GASMIG - Nº 01/2025**  
**(07/06/2025 a 31/11/2025)**

## **1. INTRODUÇÃO**

1.1. A Companhia de Gás de Minas Gerais - Gasmig é uma sociedade de economia mista, que atua no setor de distribuição de gás, compromissada em implementar as melhores práticas de governança corporativa e assegurar elevados padrões de integridade, transparência, isonomia e assertividade na destinação de seus patrocínios.

## **2. OBJETO**

2.1. O presente Chamamento Público tem por objetivo selecionar projetos culturais, esportivos, sociais e educacionais, aprovados nas respectivas leis de incentivo fiscal, para receberem patrocínio da Companhia de Gás de Minas Gerais – Gasmig, com aporte no exercício de 2025, válido para o período de 07/06/2025 a 30/11/2025.

## **3. OBJETIVOS**

3.1. Consolidar a posição da Gasmig como uma Companhia comprometida com os princípios de sustentabilidade/ESG (Environmental, Social and Governance) e com as demandas do ambiente socio econômico-financeiro dos municípios da sua área de concessão, contribuindo para o desenvolvimento e fortalecimento dos setores cultural, esportivo, educacional e social, em alinhamento com as políticas públicas, nas comunidades onde impacta, atua ou com a previsão de atendimento.

3.2. Contribuir para a reputação e o valor da Companhia, evitando situações de conflitos de interesses reais, potenciais ou percebidos e situações que possam caracterizar lavagem de dinheiro, financiamento de atividades ilícitas, suborno ou qualquer forma de corrupção pública ou privada, bem como reforçar os padrões éticos e de integridade presentes no Código de Conduta da Gasmig.

3.3. Divulgar a marca, produtos, serviços, posicionamentos, programas e políticas de atuação da Gasmig, contribuindo para fortalecer a marca, imagem e reputação da Companhia junto aos clientes, fornecedores, empregados e a sociedade em geral.

3.4. Contribuir para o reconhecimento e expansão do relacionamento social e institucional da Companhia com entidades públicas, privadas, organizações da sociedade civil, consumidores, potenciais clientes e demais públicos impactados pelas atividades da Gasmig.

3.5. Impactar positivamente as pessoas e as comunidades nas quais a Companhia está presente, por meio de ações que fortaleçam os princípios de cidadania, geração de oportunidades e respeito aos recursos naturais e ativos socioculturais de cada comunidade.

3.6. Estimular a atração de novos clientes, a prospecção, a otimização de negócios e a publicidade espontânea nos projetos e/ou eventos patrocinados, a partir da exposição positiva e valoração da marca Gasmig, bem como promover a ampla divulgação dos benefícios do gás natural e dos segmentos de negócio que podem ser atendidos pela Companhia.

## 4. DIRETRIZES

4.1. A Companhia prioriza as iniciativas voltadas:

- (i) para regiões nas quais a Companhia esteja presente ou em processo de expansão, dentro da sua área de concessão;
- (ii) para projetos de investimento aprovados no Plano de Negócios vigente;
- (iii) ao público de interesse para divulgação e/ou fortalecimento da marca.

4.1.1. A Companhia deverá se pautar nos seguintes critérios gerais para definição e seleção de iniciativas:

- a. Alinhamento com políticas públicas.
- b. Iniciativas alinhadas com os objetivos estratégicos dos negócios da Companhia, com o Código de Conduta e com a Política de Compliance.
- c. Ampliação do acesso da população aos bens culturais e esportivos.
- d. Pagamentos exclusivamente por meio do sistema bancário, com documentação suporte que permita a sua completa rastreabilidade.

4.1.2. Os projetos deverão ser classificados e alocados conforme critérios específicos definidos em quatro eixos:

- a. Cultura: Projetos que fortaleçam, preferencialmente, contato com a diversidade cultural de Minas Gerais, os espaços de ensino e memória, além de eventos que propaguem a cultura, o modo de vida e o patrimônio de Minas Gerais.
- b. Esporte: Projetos que promovam o esporte amador e profissional em Minas Gerais, em particular projetos que promovam a visibilidade da marca Gasmig, contribuindo para o reconhecimento da Companhia e de seus produtos.
- c. Infância, Idoso e Saúde: Projetos que busquem a melhoria da qualidade de vida da população.
- d. Eventos técnicos, financeiros, seminários, congresso para promoção e reputação da marca: Projetos para construir relacionamentos com o mercado, e aumentar a visibilidade da marca, e atrair novos clientes.

4.1.3. Excepcionalmente, a Companhia poderá selecionar projetos de outros estados, desde que comprovadamente vinculadas ao fortalecimento da marca da Companhia e aos interesses institucionais, em alinhamento ao planejamento estratégico da Gasmig.

4.2. As áreas de atuação para concessão de Patrocínios são:

- a. Cultural: Lei Federal de Incentivo à Cultura e Lei Federal do Audiovisual e Lei Estadual de Incentivo à Cultura;
- b. Esportiva: Lei Federal de Incentivo ao Esporte e Lei Estadual de Incentivo ao Esporte;
- c. Infância e Adolescência: Fundos para Infância e Adolescência - FIA;
- d. Idosos: Fundos Municipais do Idoso;
- e. Pessoas com Deficiência: Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência – Pronas/PCD;
- f. Saúde: Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica - Pronon.

4.3. É vedada a concessão de Patrocínios para:

- a. Situações previstas na Política de Compliance da Gasmig relativas ao tema;
- b. Pessoas ou entidades que tenham, em suas relações anteriores com a Companhia, incorrido em omissão no dever de prestar contas, no descumprimento injustificado de contratos de Patrocínios ou Incentivos, no desvio de finalidade na aplicação dos recursos recebidos ou na prática de outros atos ilícitos na execução de contratos de Patrocínio;

- c. Projetos que causem ou possam vir a causar impacto socioambiental negativo ou que incentivem qualquer forma de violência, trabalho infantil ou maus-tratos aos animais;
- d. Projetos que possuam caráter político, eleitoral ou partidário;
- e. Projetos que promovam jogos de azar ou tenham fins especulativos;
- f. Projetos que possuam qualquer natureza discriminatória ou preconceito de raça, credo, cor, etnia, identidade de gênero e/ou orientação sexual, religião, dentre outros;
- g. Projetos que estimulem o consumo de drogas ilícitas;
- h. Ações contrárias às disposições legais e constitucionais, ao Código de Conduta da Companhia, ao Regulamento de Licitações e Contratos da Gasmig e à Política de Compliance da Gasmig.

## 5. INSCRIÇÃO E SELEÇÃO DE PROJETOS

5.1. As inscrições se realizarão por meio do formulário disponível no site da Gasmig ([www.gasmig.com.br/patrocinios](http://www.gasmig.com.br/patrocinios)).

5.2. Os projetos deverão ser submetidos acompanhados dos seguintes documentos:

- a. Apresentação com todas as informações do projeto e as contrapartidas propostas;
- b. Formulário de Solicitação de Patrocínio Gasmig;
- c. Documentos de aprovação do projeto na lei de incentivo;
- d. Relatório detalhado do projeto cultural cadastrado na lei de incentivo;
- e. Declaração de ciência e concordância assinada em papel timbrado (a assinatura deve ser da mesma pessoa que assinará o contrato);
- f. Cartão CNPJ ou CPF;
- g. Estatuto ou Contrato Social;
- h. Certidões negativas de débito (federal, estadual e municipal).

5.3. Somente serão aceitos projetos que forem cadastrados dentro do prazo estipulado no chamamento público.

5.4. A inscrição do projeto implica na concordância do solicitante, de forma irrevogável e irretratável, com todas as regras estipuladas.

5.5. Ao inscrever um projeto, o solicitante deve declarar a veracidade e a integridade das informações apresentadas no formulário de inscrição, tendo

plena ciência das consequências relacionadas à omissão e/ou falsidade de dados.

5.6. O solicitante deverá ser o responsável pelo projeto e responderá, inclusive judicialmente, no caso de qualquer questionamento que diga respeito às informações prestadas e ao cumprimento das condições estabelecidas para a execução do projeto.

5.7. A inscrição do projeto pelo solicitante não garante a seleção e a destinação de recursos.

5.8. A seleção do projeto não implica na obrigação de destinar o montante total requerido pelo solicitante, sendo reservado à Gasmig o direito de avaliar e decidir o aporte para cada projeto, conforme as contrapartidas oferecidas e a disponibilidade de recursos.

5.9. As propostas recebidas serão avaliadas pelo Comitê de Patrocínios da Gasmig.

5.10. Os projetos serão avaliados / selecionados com base em critérios técnicos que contemplem a visibilidade, o fortalecimento da marca, o relacionamento, a relevância das contrapartidas, a sustentabilidade, a responsabilidade social, a localização e o alinhamento à estratégia, conforme descrito a seguir:

- a. Visibilidade: percepção da marca Gasmig pelo público, proporcionada pelas ações de comunicação compreendidas no escopo do projeto;
- b. Fortalecimento da marca: colaboração do projeto para potencializar o reconhecimento da marca Gasmig ou posicionar o gás natural junto à sociedade ou segmentos específicos de públicos a curto, médio e longo prazos;
- c. Relacionamento: relacionamento comercial do solicitante com a Gasmig e o potencial de negócios do evento/projeto ou a possibilidade de expansão do relacionamento social e institucional da Companhia com entidades públicas, privadas, organizações da sociedade civil, consumidores, potenciais clientes e demais públicos impactados pelas atividades da Gasmig;
- d. Relevância das contrapartidas: qualidade e efetividade das contrapartidas oferecidas pelo projeto frente à cota de patrocínio solicitada;
- e. Sustentabilidade: aderência do projeto às melhores práticas de sustentabilidade e às diretrizes da Política de ESG;

- f. Responsabilidade Social: colaboração do projeto para a promoção da cidadania e do desenvolvimento humano;
- g. Localização: análise da distribuição dos projetos, preferencialmente, para áreas onde a Companhia esteja presente ou em processo de expansão, tenha projetos aprovados no Plano de Negócios vigente ou tenha públicos de interesse para divulgação e/ou fortalecimento da marca;
- h. Alinhamento à estratégia: aderência à estratégia de atuação mercadológica e institucional da Gasmig.

5.11. Os projetos de cunho social, aprovados nos Fundos da Infância e Adolescência, Fundo do Idoso e programas Pronon e Pronas/PCD, em função de sua natureza filantrópica, não serão avaliados nos critérios: visibilidade, fortalecimento da marca, relacionamento e relevância das contrapartidas.

5.12. Após avaliação, o Comitê de Patrocínios selecionará as propostas mais aderentes às diretrizes da Companhia.

5.13. Após seleção, as propostas seguirão para a Diretoria Jurídica e de Compliance / Gerência de Compliance, Riscos e Ouvidoria – DJC/GR para análise e emissão de certificação prévia de regularidade.

5.14. Na sequência, os Patrocínios Diretos ou Incentivados serão submetidos pela Gerência de Comunicação Social - CS à Diretoria Executiva - DE, por meio de Proposta de Deliberação - PD, acompanhada de todos os elementos necessários para a aprovação.

5.15. A Gasmig se reserva o direito de cancelar, a qualquer tempo, os processos de Patrocínios Diretos ou Incentivados relativos a projetos que estejam envolvidos em questionamentos legais ou que possam impactar a reputação, a realização ou a confiabilidade tanto do projeto quanto da Gasmig, devendo prever essa condição no contrato a ser celebrado entre as partes.

5.16. A Gasmig se reserva o direito de cancelar, a qualquer tempo, os processos de Patrocínios Diretos ou Incentivados, caso haja uma mudança na legislação vigente, restrição orçamentária ou alteração tributária e que venha inviabilizar a liberação de verba para o patrocínio.

## **6. PRAZOS**

6.1. As inscrições estão abertas de 07/06/2025 a 30/11/2025.

6.1.1. Os projetos cadastrados até 30/06/2025 serão avaliados e respondidos até 31/07/2025.

6.1.2. Os projetos cadastrados a partir de 01/07/2025 até 30/09/2025 serão avaliados e respondidos até 31/10/2025.

6.1.3. Os projetos cadastrados a partir de 01/10/2025 até 30/11/2025 serão avaliados e respondidos até 12/12/2025.

6.2. O projeto que não for selecionado será recusado e o solicitante será informado.

6.3. Os valores destinados aos projetos contemplados, independente de sua modalidade, serão divulgados no sítio eletrônico da Companhia: [www.gasmig.com.br](http://www.gasmig.com.br).

## **7. FORMALIZAÇÃO DOS PATROCÍNIOS**

7.1. Todos os Patrocínios serão formalizados em instrumentos jurídicos pertinentes que atribuirão responsabilidade exclusiva à entidade beneficiária perante terceiros e pela utilização do valor recebido.

7.2. As contrapartidas pelo patrocínio deverão ser detalhadamente descritas no instrumento jurídico pertinente.

7.2.1. Deverá ficar exposto que o beneficiário prestará contas à Gasmig, demonstrando que o evento e as contrapartidas foram realizados conforme definido.

7.2.2. As contrapartidas acordadas devem estar claramente relacionadas ao projeto patrocinado, oferecer benefícios relevantes para a Companhia, além de atender as disposições legais e constitucionais, o Código de Conduta, o Regulamento de Licitações e Contratos da Gasmig, a Política de Patrocínios e a Política de Compliance da Companhia, devendo ser razoáveis e proporcionais ao patrocínio concedido.

7.2.3. As contrapartidas que podem ser recebidas são:

a. Inserção do logotipo da empresa nos materiais de divulgação do projeto (cartazes, banners, folders, mídias sociais, websites, dentre outras) assim

como a citação da Companhia em comunicados de imprensa, anúncios, releases, dentre outros;

b. Promoção da marca durante o evento, por meio de estandes ou totens, espaço para banners e menção em cerimônias de abertura, fechamento ou durante a programação;

c. Realização de ações promocionais e programas de relacionamento durante o evento;

d. Recebimento de ingressos ou convites para o evento;

e. Cessão de espaços e apresentações;

f. Fornecimento de produtos ou serviços do incentivador ao projeto.

7.2.4. A pertinência do recebimento de qualquer contrapartida não contemplada no item 7.2.3 será avaliada pela DJC/GR.

7.2.5. Qualquer alteração, adição ou redução das contrapartidas por parte do solicitante que tenham potencial impacto na imagem da Gasmig deve ser autorizada pela Diretoria Executiva.

7.3. Os projetos e os contratos padrões oriundos dos patrocínios serão avaliados pela Gerência de Jurídico – JR e aprovados pela DE.

7.4. Os contratos relativos aos Patrocínios Incentivados deverão observar as formalidades legais.

7.5. Previamente a formalização dos contratos, os projetos deverão ser avaliados pela DJC/GR, que emitirá um parecer sobre a regularidade da documentação apresentada em aderência aos quesitos estabelecidos no chamamento público.

## **8. ACOMPANHAMENTO E FISCALIZAÇÃO**

8.1. A CS, a fim de zelar pela imagem da Companhia e pela correta aplicação dos recursos, acompanhará a execução dos projetos beneficiados, por meio de fiscal designado, que será o responsável pela solicitação de informações, pelo acompanhamento das contrapartidas, pela participação nos eventos patrocinados, pela visita às instituições solicitantes, dentre outras atribuições.

8.2. O patrocinado deverá enviar, em até 30 (trinta) dias corridos após o término do projeto, o Relatório Final de Prestação de Contas, contendo todos os elementos que permitam verificar, sob os aspectos técnicos, a execução integral

do projeto e o alcance dos resultados previstos para a Companhia, demonstrando as contrapartidas definidas no contrato.

8.3. Caso a emissão do Relatório Final de Prestação de Contas, não ocorra dentro do prazo estabelecido, o patrocinado estará sujeito as sanções e penalidades que deverão estar previstas em contrato.