

**SELEÇÃO DE PROJETOS PARA PATROCÍNIOS GASMIG - Nº 01/2026**  
**(02/01/2026 a 30/11/2026)**

## **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 2026, válido para o período de 02/01/2026 a 30/11/2026.

## **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 valorização 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/patrocínios](http://www.gasmig.com.br/patrocínios)).

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

- a. Apresentação detalhada do projeto, incluindo informações completas e contrapartidas propostas;
- b. Documento que comprove a aprovação do projeto na respectiva lei de incentivo;
- c. Publicação do extrato de aprovação no Diário Oficial da União, do Estado ou do Município, quando exigido pela legislação aplicável;
- d. Plano de Trabalho Detalhado do Projeto Cadastrado na Lei de Incentivo;
- e. Declaração de ciência e concordância assinada em papel timbrado, subscrita pelo responsável legal que firmará o contrato;
- f. Cartão do CNPJ ou CPF do proponente;
- g. Estatuto Social, Contrato Social ou documento equivalente vigente;
- h. Certidões negativas de débitos federais, estaduais e municipais.

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 02/01/2026 a 30/11/2026.

6.1.1. Os projetos cadastrados a partir de 02/01/2026 até 31/03/2026 serão avaliados e respondidos até 30/04/2026.

6.1.2. Os projetos cadastrados a partir de 01/04/2026 até 30/06/2026 serão avaliados e respondidos até 31/07/2026.

6.1.3. projetos cadastrados a partir de 01/07/2026 até 30/09/2026 serão avaliados e respondidos até 31/10/2026.

6.1.4. projetos cadastrados a partir de 01/10/2026 até 30/11/2026 serão avaliados e respondidos até 11/12/2026.

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 expresso 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.

## **9. DISPOSIÇÕES GERAIS**

9.1. A GAS MIG se reserva ao direito de negar, recusar ou cancelar qualquer patrocínio, a qualquer tempo, sem necessidade de justificativa prévia, especialmente durante o período de restrição eleitoral, campanhas políticas ou quando identificar conflito com seus valores institucionais, imagem corporativa ou diretrizes de responsabilidade social. Esta negação não gera direito a indenização ou ressarcimento ao proponente.