

Política de Patrocínio da Codemig – 2016

1. APRESENTAÇÃO

Para cumprir seu compromisso com o crescimento econômico sustentável de Minas Gerais, a Companhia de Desenvolvimento Econômico de Minas Gerais – Codemig busca fomentar ações e projetos que gerem negócios, renda e emprego no Estado. Visando a potencializar os resultados de sua atuação, a Empresa apoia e patrocina eventos e programas realizados por terceiros, que ofereçam benefícios à economia e à sociedade mineiras, em seus mais variados espectros. A Empresa compreende os eventos patrocinados como ferramentas estratégicas capazes de disseminar conhecimento e viabilizar resultados efetivos para municípios mineiros e seus cidadãos.

Alinhada às políticas públicas do Governo de Minas Gerais e ao Planejamento Estratégico da Empresa – o qual ressalta o fomento ao desenvolvimento econômico do Estado –, a **Política de Patrocínio da Codemig** é, em sua essência, uma ação de indução do crescimento econômico de Minas Gerais. Ao contribuir para viabilizar projetos relevantes à economia mineira, a Codemig reforça seu posicionamento como Empresa indutora do desenvolvimento, disseminando a cultura da geração de negócios no Estado.

Esta Política de Patrocínio reúne orientações para a concessão de apoio financeiro e para a vinculação da marca Codemig a eventos de responsabilidade de terceiros. O documento descreve as modalidades de concessão de patrocínio e orienta sobre a atuação dos entes envolvidos no processo, tendo como referência as áreas de atuação da Codemig, previstas em Estatuto.

2. CONCEITOS

- a) **PATROCÍNIO:** ação de comunicação, de divulgação de cultura e de negócios, que se realiza por meio da aquisição do direito de associação da marca ou de produtos e serviços da Codemig a projetos ou eventos de iniciativa de terceiro, mediante a celebração de contrato de patrocínio.
- b) **PATROCINADOR:** instituição que, no exercício de suas atividades, constata a conveniência e/ou oportunidade de patrocinar.
- c) **PATROCINADO:** pessoa jurídica que oferece ao patrocinador a oportunidade de patrocinar projeto.
- d) **PROJETO DE PATROCÍNIO:** iniciativa do patrocinado, descrita em documento em que apresenta as características, as justificativas e a metodologia de sua execução, estabelece cotas de participação, contrapartidas e condições financeiras e informa outras singularidades da ação proposta ao patrocinador.
- e) **CONTRAPARTIDA:** obrigação contratual do patrocinado, que expressa o direito de associação da marca ou de realização de ações do patrocinador no projeto.
- f) **CONTRATO DE PATROCÍNIO:** instrumento jurídico para a formalização do patrocínio, em que patrocinador e patrocinado estabelecem seus direitos e obrigações.

3. OBJETIVOS

A Codemig patrocina projetos de terceiros que tenham por objetivo:

- a) Incentivar cadeias produtivas que fortaleçam a economia do Estado de Minas Gerais, principalmente aquelas ligadas à indústria criativa (moda, gastronomia, audiovisual, design, música, etc), à indústria de alta tecnologia (materiais estratégicos, aeroespacial e defesa, biotecnologia, semicondutores e tecnologia da informação) e à mineração, energia e infraestrutura;
- b) Identificar e valorizar iniciativas que promovam o desenvolvimento econômico e social, notadamente com ênfase nos negócios;
- c) Estabelecer parcerias que otimizem esforços e potencializem os resultados de ações em benefício dos segmentos econômicos;
- d) Estimular a realização de projetos de interesse público, que contemplem a cultura brasileira em toda a sua diversidade.

4. DIRETRIZES

Premissas

Como patrocinadora, a Codemig associa sua imagem e credibilidade a projetos de terceiros. A premissa para a concessão de patrocínios deve considerar a importância de:

- a) Descentralizar geograficamente a distribuição dos recursos de patrocínio e apoio, no âmbito de Minas Gerais, tanto no aspecto da localização das entidades proponentes, quanto no do público beneficiário dos projetos e, sempre que possível, evitar concentração em determinadas regiões;
- b) Promover inovações e produções tecnológicas, científicas e culturais;
- c) Incentivar o desenvolvimento econômico sustentável, a diversidade étnica e cultural, a preservação ambiental;
- d) Disseminar informações tecnológicas, científicas e culturais e promover o conhecimento como insumo para o desenvolvimento econômico.

Contrapartidas

Todo patrocínio deverá gerar para a Codemig oportunidades de realização de negócios e/ou de projeção de sua imagem corporativa. Essas oportunidades a serem usufruídas pela Codemig configuram as contrapartidas que o patrocinado oferecerá ao patrocinador. Trata-se de obrigação contratual do patrocinado.

Entre essas possibilidades, podem ser citadas: exposição da logomarca da Codemig no material publicitário criado para divulgar o projeto (peças gráficas e digitais, site específico, anúncios impressos, inserções em rádio e TV); infraestrutura de estande, a ser utilizado pela Codemig para realização de ações promocionais e negócios; cotas de inscrições de participantes no

evento, etc. Outras oportunidades poderão ser criadas pelo patrocinado, em conformidade com o perfil de seu evento, ou sugeridas/requeridas pelo patrocinador, mediante acordo prévio.

A logomarca do patrocinador deverá ser aplicada nas peças de divulgação, em conformidade com o Manual de Aplicação de Marca da Codemig, disponível no *site* da Empresa. A Codemig possui material impresso e *banners* sobre os projetos Águas Minerais, Plantando o Futuro e Portal da Geologia, para distribuição e exposição nos eventos/projetos patrocinados.

5. SELEÇÃO

A Codemig rege a contratação de patrocínios por meio de três modalidades: seleção pública efetuada pelo Governo de Minas Gerais (Secretaria de Governo), chamamento público realizado pela própria Codemig e escolha direta realizada pela Diretoria da Empresa.

Seleção Pública de Eventos (Secretaria de Governo)

Anualmente, de preferência em novembro, a Codemig irá definir e informar a verba a ser destinada para a seleção pública estadual de patrocínio a eventos e projetos, em conformidade com o Edital de Seleção Pública de Patrocínio a Eventos, publicado pela Secretaria de Estado de Governo de Minas Gerais. Por meio desta Seleção Pública, o Governo mineiro democratiza o acesso às verbas de patrocínio da Administração Pública, fomenta a diversidade étnica e regional e apoia projetos de interesse público, oferecendo à comunidade uma oportunidade consistente e abrangente de participação. Os projetos inscritos nesta modalidade de concessão obedecerão aos prazos e demais critérios estabelecidos no Edital, publicado e divulgado pelo Governo.

Conforme o Edital, os eventos a serem patrocinados deverão versar sobre algum destes ramos: cultura, esporte, social, meio ambiente, inovação, gastronomia, educação, agricultura, pecuária, saúde, turismo, ciência e tecnologia, segurança pública, negócio, economia, trabalho e emprego.

A Codemig participa desta modalidade juntamente com outros órgãos da Administração Pública direta ou indireta, sempre que a Secretaria de Governo (Segov) publicar o Edital de Patrocínio. A responsabilidade pela publicação e divulgação do Edital, bem como pela execução da seleção, é da Secretaria de Governo. O pagamento ocorre ao final da realização do evento, mediante envio do Relatório de Contrapartidas e Despesas e seu aceite pela Codemig.

Chamamento Público de Patrocínio a Projetos e Eventos (Codemig)

A Codemig definirá, preferencialmente em novembro, a verba a ser destinada anualmente para sua própria seleção pública de patrocínio a eventos e projetos que estimulem o desenvolvimento econômico e sustentável do Estado, com a geração de trabalho e renda. Esta modalidade se realiza em conformidade com o Chamamento Público de Eventos, que poderá ser publicado até duas vezes por ano, desde que não ultrapasse o orçamento anual estabelecido pela Empresa. Por meio desse chamamento, a Codemig selecionará propostas e oferecerá a cada uma delas um incentivo financeiro.

O chamamento público é mais um instrumento para democratizar o acesso às verbas de patrocínio da Empresa. Os projetos inscritos nesta modalidade obedecerão aos prazos e demais critérios estabelecidos no edital, publicado exclusivamente pela Codemig, única responsável pela execução da seleção.

Projetos de Escolha Direta

Paralelamente à Seleção Pública do Governo e ao Chamamento Público próprio, a Codemig reserva parte de seu orçamento de patrocínio para projetos e ações que induzam e sustentem o crescimento econômico e o fortalecimento de Minas Gerais, mas que não tenham participado dos certames.

A Empresa recebe e avalia projetos, selecionando aqueles de interesse para a geração de negócios no Estado e para o bem-estar do cidadão. Essa escolha está articulada com as políticas e planos voltados ao desenvolvimento econômico de Minas Gerais, em uma união de esforços para o atendimento às demandas da sociedade.

A Codemig pautará sua escolha de projetos de acordo com seus eixos estratégicos e dentro destas linhas, principalmente:

Eventos: feiras, exposições, mostra de produtos, rodadas de negócios, seminários;

Publicações: livros e coletâneas que valorizem turismo, arte, literatura e preservação do patrimônio cultural de Minas Gerais; anuários econômicos; pesquisas diversas.

Os projetos de Escolha Direta são patrocinados em conformidade com a Norma de Procedimento interna NP 017, que estabelece procedimentos e critérios a serem observados pela Codemig e por terceiros na concessão de patrocínios pela Empresa.

A Codemig definirá, por ocasião do orçamento, a verba anual para esta modalidade, mas sua contribuição não poderá ser superior ao valor definido pelo Comitê de Patrocínio do Governo. O controle e a execução dos trâmites necessários para a formalização do patrocínio deverão ser avaliados pela Assessoria de Comunicação.

6. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

6.1- O candidato ao patrocínio deverá ser o autor do projeto inscrito e será responsável, inclusive judicialmente, no caso de qualquer questionamento que diga respeito às informações prestadas à Codemig.

6.2- Cada uma das modalidades apresentará regulamento próprio:

- a) Para participar do Edital de Seleção Pública de Patrocínio a Eventos, os interessados deverão seguir o regulamento publicado pelo Governo de Minas Gerais.
- b) Para participar do Chamamento Público de Patrocínio a Projetos e Eventos da Codemig, os interessados deverão seguir o edital publicado pela Empresa.
- c) Para submeter proposta de patrocínio à Direção da Codemig na modalidade Escolha Direta, o candidato deve encaminhá-la pelo *site* da Codemig ([www.codemig.com.br/Patrocínios/Envio de projeto para avaliação](http://www.codemig.com.br/Patrocínios/Envio_de_projeto_para_avaliação)).

Ainda na modalidade Escolha Direta, o interessado deverá acessar, na Seção Patrocínios/Como elaborar o projeto, a guia com os procedimentos para montar o projeto e a lista de documentos necessários à submissão de sua proposta. O projeto deve conter as informações requeridas pela Codemig, bem como a documentação completa. Propostas incompletas serão desclassificadas.

A proposta deve ser enviada pelo *site* da Codemig em prazo compatível com a realização do evento (60 dias antes de sua ocorrência), para que possa ser analisada de forma completa e, em caso de pré-aprovação, para que sejam viabilizados os procedimentos de formalização de patrocínio.

Como empresa pública, a Codemig precisa dar publicidade a seus atos, com a publicação em jornal oficial, dentro de prazos obrigatórios. O patrocínio segue essa obrigatoriedade.

A pré-aprovação dos projetos será informada ao proponente por meio eletrônico (*e-mail*).

7. ANÁLISE DAS PROPOSTAS

Os projetos encaminhados à Codemig via Chamamento Público (próprio) ou modalidade Escolha Direta serão avaliados por um Comitê Interno, formado por integrantes da Assessoria de Comunicação, Gerência Jurídica e Gerência de Promoção e Comercialização de Ativos da Codemig. Para essa análise, o Comitê adotará os seguintes critérios, quando aplicáveis, entre outros:

Abrangência: propostas de eventos que possuam características regionais, abrangendo mais de um município e com prioridade para uma distribuição regional equilibrada, impacto social, relevância ao interesse público;

Potencial de negócios: oportunidade de fortalecimento da economia do município ou região mineira;

Viabilidade de execução: adequação orçamentária, relação custo/benefício e capacidade técnica da equipe envolvida na realização do projeto dentro do plano de ação proposto, com base no valor solicitado e nas contrapartidas oferecidas;

Diferencial do projeto: adequação do tema do evento e oportunidades geradas ao patrocinador;

Diversidade: originalidade da proposta apresentada.

8. CONTRATAÇÃO

O aporte financeiro será concedido mediante celebração de um contrato de patrocínio, a ser firmado entre o proponente e a Codemig, após os procedimentos formais cabíveis a uma empresa pública, no que tange à publicidade de seus atos.

A seleção do projeto não implica a aprovação do valor solicitado, o qual estará limitado a R\$20.000,00 (vinte mil reais) quando se tratar de Escolha Direta. A avaliação do Comitê Interno poderá ou não ser referendada pela Presidência. A Codemig se reserva ao direito de decidir o

montante do aporte destinado a cada projeto, conforme as contrapartidas oferecidas, o saldo da verba de patrocínio e a negociação entre as partes. Caberá única e exclusivamente ao proponente a responsabilidade pela captação dos demais recursos necessários à concretização do projeto, caso o apoio financeiro que venha a ser oferecido seja inferior ao valor total de seu orçamento.

No caso do Edital da Segov, o pagamento dar-se-á ao final da realização do evento; no Chamamento da Codemig, o pagamento poderá ser antecipado; no caso dos projetos diretamente escolhidos pela Codemig, o pagamento será parcelado – primeira parcela após a assinatura do contrato e segunda parcela mediante envio e aceite dos relatórios/formulários solicitados pela Codemig.

Em todos os casos, o patrocinado deverá emitir uma Solicitação de Pagamento. O conteúdo completo dessa Solicitação será oportunamente informado pela Codemig ao interessado. Os recursos financeiros concedidos serão depositados na conta do responsável legal pelo projeto, conforme prazo contratualmente estabelecido.

Relatórios/formulários – O patrocinado deverá encaminhar à Codemig, no prazo de até 30 dias posteriores à execução do projeto/evento, em versões impressa e digital, os seguintes relatórios, que deverão estar de acordo com a Guia de Prestação de Contas, disponível no *site* da Codemig:

- Relatório de contrapartidas de comunicação, com os comprovantes das peças promocionais e mídia do evento, em que foi aplicada a logomarca da Codemig;
- Relatório de despesas, com discriminação dos desembolsos efetuados na produção do evento/projeto, com a indicação das respectivas notas fiscais, os extratos bancários e demais elementos que comprovem a efetividade de todos os gastos.
- Relatório de avaliação do evento, contendo aspectos relacionados a resultados e benefícios, tais como: informação de volume de público (visitantes, cotas de inscrição), percentual de negócios fechados, etc. A Codemig repassará ao patrocinado formulários de avaliação do evento e pesquisas de satisfação dos participantes, para que ele aplique junto ao público participante. Esses formulários deverão ser devolvidos à Codemig e serão considerados também caso o patrocinado volte a solicitar patrocínio à Empresa. Dados desses formulários poderão ser divulgados no *site* da Codemig.

9. BASE LEGAL

A atuação da Codemig na concessão de patrocínio deve observar as orientações legais cabíveis a uma empresa pública e as recomendações constantes nos seguintes documentos:

- a) Política Anual de Patrocínio;
- b) Norma de Patrocínio e Apoio Institucional NP 017;
- c) Resolução Segov nº 430, de 1º/4/2015;
- d) Guia de Elaboração de Projeto;
- e) Guia de Documentação a ser apresentada pelo candidato a patrocínio;
- f) Guia de Prestação de Contas do Evento;
- g) Modelo de Solicitação de Pagamento;
- h) Formulário de Avaliação do Evento;

- i) Pesquisa de Satisfação de Público;
- j) Manual de Aplicação da Marca da Codemig.

10. AVALIAÇÃO DA EFETIVIDADE DO PATROCÍNIO

Os resultados da participação da Codemig em projetos de terceiros, via patrocínio, serão mensurados pela Assessoria de Comunicação, com base em aspectos tangíveis e intangíveis relacionados aos retornos institucionais, assim compreendidos:

Aspectos tangíveis: referem-se a benefícios e resultados que podem ser materializados por meio de dados sobre volume de público, percentual de negócios fechados, exposição da marca em peças promocionais e mídias, cessão de espaços (estandes, salas, auditórios), cotas de inscrição, descontos para participação de público de interesse da Empresa, entre outros;

Aspectos intangíveis: são resultados não materializáveis que podem ser mensurados por meio de pesquisa, sob a ótica de marketing, tendo como base a valorização de negócios, a difusão do conhecimento, exposição da marca e a projeção da imagem institucional da Codemig perante públicos de interesse.

11. COMITÊ

O Comitê Interno será composto por representantes da Assessoria de Comunicação, Gerência Jurídica e Gerência de Promoção e Comercialização de Ativos. A Presidência poderá ou não validar a sugestão do Comitê.

12. CONTATO

Dúvidas podem ser esclarecidas com a Assessoria de Comunicação da Codemig, pelo *e-mail* comunicacao@codemig.com.br.

13. CONSIDERAÇÕES FINAIS

ANEXOS

ANEXO I - GUIA DE ELABORAÇÃO DE PROJETO

ANEXO II – GUIA D A DOCUMENTAÇÃO A SER APRESENTADA PELO CANDIDATO A PATROCÍNIO

ANEXO III - GUIA DE PRESTAÇÃO DE CONTAS DO EVENTO

ANEXO IV - MODELO DE SOLICITAÇÃO DE PAGAMENTO

ANEXO I - GUIA DE ELABORAÇÃO DE PROJETO

O ponto de partida para se elaborar um projeto que possa vir a ser patrocinado pela Codemig é a identificação de uma demanda ou oportunidade. A partir delas é que se estrutura o plano de ação. Esse processo pode ser facilitado e obter maior sucesso se for dividido em etapas. Cada etapa deve responder a questões específicas.

Abaixo segue um roteiro para auxiliá-lo na elaboração do projeto.

PROPOSTA

A proposta de iniciativa do interessado deve conter:

1. Dados do Proponente

- a) Razão social e CNPJ
- b) Endereço e CEP
- c) *E-mail*
- d) Telefones (fixo, celular)
- e) Número da conta corrente para depósito dos valores vinculados ao patrocínio, caso a proposta seja selecionada. Neste caso, a conta corrente deverá ser aberta em estabelecimento bancário oficial, em nome do próprio Patrocinado, bem como ser específica para movimentação dos recursos percebidos a título de patrocínio
- f) Nome do responsável legal pelo Projeto, seguido de sua completa qualificação pessoal

2. Título

Deve expressar uma ideia concisa e clara da proposta. Um bom título orienta a construção do projeto.

3. Descrição

A descrição deve conter o maior número de dados relevantes para o entendimento claro da proposta. Exemplos: local e data da realização, programação, suas etapas, os participantes (público-alvo, convidados, palestrantes, organizadores), referências às edições anteriores, relato dos resultados alcançados comparativamente aos objetivos planejados, etc.

4. Justificativa

Esse item deve esclarecer que o projeto responde a uma determinada demanda percebida e identificada pela pessoa, comunidade ou entidade que o empreende. A sugestão é apresentar um diagnóstico que reúna elementos capazes de enfatizar a relevância dessa demanda (exemplos: dados sobre a região e a população atendida, suas necessidades, a acessibilidade a atividades propostas no projeto, os antecedentes e outros esforços já implementados) e relacioná-la aos objetivos, valores ou a missão da Codemig.

Geralmente, inicia-se um projeto respondendo à seguinte questão: *Por que o projeto deve ser implementado?* As perguntas abaixo também podem ajudar a elaborar essa etapa:

- *Qual a importância dessa demanda/questão para a comunidade?*
- *Que benefícios serão alcançados pelo público-alvo do projeto?*
- *Qual a relação desse projeto com o escopo da Codemig? Por que a Empresa foi escolhida pelo proponente como uma possível patrocinadora para este projeto?*

5. Objetivos

Deve-se buscar responder as questões: *Para que? Para quem?*

Os objetivos devem ser formulados visando a especificar aquilo que se quer atingir a partir da realização do projeto, apresentando soluções para uma demanda ou respondendo a uma oportunidade. É necessário descrever o objetivo geral e os específicos.

- **Objetivo geral:** Especificar com clareza o que se pretende atingir ao final da realização deste projeto, ou seja, o que se pretende alcançar. A formulação dos objetivos deve

estar orientada para o resultado que se pretende chegar ao final do projeto. Indica-se a utilização de verbos como: realizar, fortalecer, capacitar, viabilizar, promover, investir, valorizar, disponibilizar, contribuir, expandir, etc.

- **Objetivos específicos:** correspondem às ações que se propõe executar e aos resultados esperados até o final do projeto.

6. Metas

As metas detalham os objetivos específicos do projeto. Nesse sentido, devem ser concretas, expressando *quantidades* e *qualidades* que permitam avaliar, posteriormente, a efetividade do projeto. Uma meta dimensionada de maneira coerente ajuda a definir os indicadores que permitirão, ao final do projeto, evidenciar o alcance da atuação.

7. Metodologia

A metodologia de um projeto deve responder basicamente à seguinte questão: *Como o projeto vai alcançar seus objetivos?* Nesse sentido, deve descrever as estratégias e técnicas que serão empregadas. Exemplo: em projetos de realização de eventos, várias estratégias podem ser adotadas, dentre elas:

- Formação e capacitação de profissionais/mediadores: formação e/ou profissionalização do público-alvo.
- Fomento e divulgação de ações voltadas para práticas empresariais.
- Exibição, circulação, difusão e distribuição cultural: oferecer, facilitar e qualificar a fruição artística pelo público beneficiado.
- Práticas culturais e sensibilização/educação artística: vivenciar o fazer artístico, seja por meio de oficinas, cursos ou outras atividades de caráter educativo.

Além disso, a metodologia pode descrever de que maneira será a interação com o público beneficiado e como será a gestão do projeto.

8. Cronograma das atividades

O desenvolvimento do cronograma deve responder à pergunta: *quando?* Todo projeto possui um prazo determinado para ocorrer e apresenta algumas ações que se alternam ou se coordenam nesse período. A elaboração do cronograma visa organizar essas atividades em uma sequência lógica e coerente que permita alcançar os resultados no prazo determinado.

9. Orçamento

A elaboração de um orçamento deve permitir a previsão e o controle dos gastos que o projeto terá. Nessa perspectiva, responde à questão: *quanto?* O orçamento deve servir como um resumo financeiro do projeto no qual se indica quanto será gasto para sua realização e como. É uma ferramenta importante na gestão do projeto para o acompanhamento das despesas previstas e realizadas.

Podem-se agrupar os custos em blocos de despesas: material de consumo; administração; equipe; serviços de terceiros; cachês; aluguel de espaço e equipamentos; alimentação e hospedagem; transporte; divulgação; instalações e infraestrutura, entre outros.

10. Descrição das contrapartidas

O proponente deverá mencionar o retorno institucional ou de negócios que o patrocinador poderá obter com o patrocínio. Como exemplos de contrapartidas, podem ser citados: exposição da logomarca da Codemig no material publicitário, em peças gráficas e digitais, no site do evento e em outros meios de divulgação, além de contrapartidas eventuais, como infraestrutura montada de estande a ser ocupado pela Codemig, cotas de inscrições de participantes no evento, etc.

11. Mensuração de resultados

Um projeto coerente é aquele que estabelece indicadores para medir seus resultados. Os indicadores podem ser:

- **Quantitativos:** consolidam números para avaliar o cumprimento das metas estabelecidas, a exemplo do número de comunidades atendidas, atividades realizadas, ou público dos espetáculos. Podem ser obtidos por meio da contabilização do número de pessoas beneficiadas, por exemplo.
- **Qualitativos:** trazem uma análise em profundidade sobre algum aspecto, como a metodologia empregada, os conteúdos de uma atividade, entre outros. Tais dados podem ser obtidos por meio de pesquisas de opinião, entrevistas, questionários de avaliação, etc.

Os indicadores devem, após a realização do evento, permitir avaliar se a estratégia empregada foi bem sucedida, se as metas foram atingidas, além de sinalizar quais pontos poderão ser aprimorados.

12. Cotas de Patrocínio e Apoio

Se o seu projeto já possui cotas de apoio, discrimine os benefícios oferecidos de forma clara. Deixe claro se os valores são negociáveis.

FORMULÁRIO DE SOLICITAÇÃO DE PATROCÍNIO

1 – Dados do Proponente:

Entidade Solicitante	
CNPJ:	
Razão Social:	
Nome Fantasia:	
Endereço:	
Bairro:	Cep:
Município:	
Telefone (fixo):	Telefone (Cel):

E-mail:	
Representante Legal pela Entidade	
Nome do representante (1):	
Cargo:	
CPF:	RG:
Telefone (fixo):	Telefone (Cel):
Nome do representante (2):	
Cargo:	
CPF:	RG:
Telefone (fixo):	Telefone (Cel):
Representante pelo Projeto	
Nome do representante:	
CPF:	RG:
Endereço:	
Cep:	Município:
Telefone (fixo):	Telefone (Cel):
Profissão:	
Dados da Conta	
Banco:	
Titular da Conta	
Nº CC:	
Nº Ag:	

2 – Título:

Nome/Título do Projeto:

3 – Descrição:

A descrição deve conter o maior número de dados relevantes para o entendimento claro da proposta. Ex.: local e data da realização, programação, suas etapas, os participantes (público-alvo, convidados, palestrantes, organizadores), referências às edições anteriores, relatar os resultados alcançados comparativamente aos objetivos planejados, etc.

4- Justificativa:

Esse item deve esclarecer que o projeto responde a uma determinada demanda percebida e identificada pela pessoa, comunidade ou entidade que o empreende. A sugestão é apresentar um diagnóstico que reúna elementos capazes de enfatizar a relevância dessa demanda (Ex.: dados sobre a região e a população atendida, suas necessidades, a acessibilidade a atividades propostas no projeto, os antecedentes e outros esforços já implementados) e relacioná-la aos objetivos, valores ou a missão da Codemig.

5 - Objetivos

Objetivo Geral:

Objetivos Específicos:

1 –

2 –

3 –

4 –

6 – Metas

Descrição da meta	Indicadores
Exemplo: Capacitar 50 profissionais da área de gastronomia.	Percentual de profissionais capacitados e qualidade da capacitação.

7 - Metodologia

A metodologia de um projeto deve responder basicamente à seguinte questão: Como o projeto vai alcançar seus objetivos? Nesse sentido, deve descrever as estratégias e técnicas que serão empregadas.

8 – Cronograma das atividades

Atividade	Prazo
1 -	D/M/AA
2 -	D/M/AA
3 -	D/M/AA
4 -	D/M/AA

9 - Orçamento

Ordem	Produtos/Serviços	Quantidade	Unidade	Preço Unitário	Preço Total
1					
2					
3					
4					
5					

10 – Descrição de contrapartidas

Abaixo, seguem exemplos do que pode ser oferecido como contrapartida. Cada proponente deverá definir e relacionar aquelas contrapartidas que estejam compatíveis com seu projeto. Não é necessário preencher todo o quadro abaixo. Trata-se apenas de um modelo.

	Mídia oferecida como contrapartida	Quantidade	Período
1.	TV ...		
2.	Rádio ...		
3.	Jornal ...		
4.	Revista ...		
5.	Site		
6.	Newsletter		
7.	Outdoor/busdoor/frontlight		
8.	Mídia alternativa		
9.	Folder		
10.	Cartaz		
11.	Banners		
12.	Pastas		
13.	Crachás		
14.	Certificados		
15.	Placas de sinalização		
16.	Sacolas		
17.	Totem		
	Outras opções de contrapartida		
18.	Cessão de estande (m ²)	<i>(Descritivo detalhado incluindo infraestrutura oferecida e quantidades)</i>	
19.	Cessão de espaço para a Codemig realizar palestras: Forma (palestrantes, painelistas, mediadores, etc.)	<i>Tema da palestra:</i> <i>Data:</i> <i>Tempo de duração:</i>	
20.	Cessão de espaço para a Codemig realizar rodadas de negócios (m ²)	<i>Data:</i> <i>Montagem (descritivo detalhado dos itens de infraestrutura cedidos, incluindo quantidades)</i>	
21.	Participação de representantes do Codemig na mesa de abertura solene	<i>Data:</i> <i>Hora prevista:</i> <i>Tempo de duração:</i>	
22.	Espaço para veiculação de vídeos da Codemig nos intervalos e/ou na abertura de cada sessão	<i>Equipamentos disponíveis (descritivo detalhado dos itens de infraestrutura cedidos)</i> <i>Tempo máximo de exibição do vídeo:</i>	

		<i>Formato do arquivo:</i> <i>Data para entrega:</i> <i>Local para entrega:</i>
23.	Cessão da relação (<i>mailing</i>) dos participantes e expositores com nome, endereço, CNPJ, e-mail e telefones	
24.	Veiculação da marca Codemig em publicações sobre o evento	
25.	Reparte da tiragem da publicação para uso do Codemig	

11 – Mensuração de resultados

Descrição da meta	Indicadores (Quantitativo e Qualitativo)	Resultado
Exemplo: Capacitar 50 pessoas da área de gastronomia.	Percentual de profissionais capacitados e qualidade da capacitação.	Quantitativo: 100% dos profissionais capacitados e Qualitativo: 100% de aprovação do curso

12 – Cotas de Patrocínio e Apoio

Se o seu projeto já possui cotas de apoio, discrimine os benefícios oferecidos de forma clara. Deixe claro se os valores são negociáveis.		
Valor Captado	Empresa	Data da Concessão

ANEXO II – GUIA DA DOCUMENTAÇÃO A SER APRESENTADA PELO CANDIDATO A PATROCÍNIO

Segue lista dos documentos de habilitação jurídica e de regularidade fiscal e trabalhista, a serem encaminhados pelo proponente à Codemig, nos casos de Escolha Direta ou do Chamamento Público da Codemig. É necessário que a documentação seja encaminhada em uma única remessa. O processo interno para a concessão de patrocínio somente será aberto a partir do momento em que todo esse material estiver na Codemig.

- a. Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, acompanhado de cópia da ata de eleição de diretoria;
- b. Cópia do cartão de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);
- c. Cópia da carteira de identidade e do CPF dos dirigentes que irão assinar o contrato de patrocínio;
- d. Prova de regularidade com as fazendas federal e estadual, ou outra equivalente, na forma da lei;
- e. Prova de regularidade (CND) relativa à seguridade social (INSS);
- f. Prova de regularidade (CND) relativa ao Fundo de Garantia de Tempo de Serviço (FGTS);
- g. Cópia do ato de designação do dirigente do órgão ou entidade, com a indicação da data de publicação no Órgão Oficial dos Poderes do Estado;
- h. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação da certidão negativa (CND), nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho;
- i. Declaração formal de que está adimplente com exigências contratuais de eventual patrocínio anterior celebrado com órgão ou entidade da administração pública estadual;
- j. Informação sobre os números de inscrição estadual e municipal, bem como do endereço completo.

ANEXO III - GUIA DE PRESTAÇÃO DE CONTAS DO EVENTO

No prazo de até 30 dias após a realização do projeto/evento, o patrocinado deverá encaminhar ao patrocinador um relatório impresso, evidenciando a realização do evento/projeto e o cumprimento da contrapartida do patrocínio, com o detalhamento de todo o retorno institucional estabelecido no projeto. Para a prestação de contas, é necessário que seja enviado o **relatório financeiro e o relatório de contrapartidas**. Esse material será avaliado e, posteriormente, serão realizados os procedimentos de pagamento. Abaixo, seguem orientações relativas aos relatórios.

1. RELATÓRIO FINANCEIRO

Neste relatório, o patrocinado deve comprovar a aplicação dos recursos. É preciso detalhar os serviços e produtos efetivamente adquiridos/prestados com a indicação das respectivas notas fiscais, os extratos bancários e demais elementos que comprovem a efetividade de todos os gastos. Dessa forma, solicita-se discriminar os itens que foram pagos com o valor concedido pelo patrocínio, conforme modelo de tabela anexa. Junto a ela, devem ser anexadas as cópias dos comprovantes correspondentes (NF ou recibo) a todos os itens informados.

Pede-se que as notas tenham, preferencialmente, no campo “Descrição do Serviço” ou “Discriminação do Serviço”, além do serviço prestado, o nome e a data do projeto que está sendo patrocinado. Exemplo: Serviço de locação de Van para o Projeto/Evento *tal* realizado no período *XX a XX*.

2. RELATÓRIO DAS CONTRAPARTIDAS

Esse relatório deverá incluir:

- Peças gráficas com a logomarca da Codemig;
- Registro fotográfico do evento;
 - Registro de eventuais peças publicitárias/promocionais expostas no local (exemplos: placas de palco, banners, etc), contendo a marca da Codemig;
 - Fotos, vídeos, livros, revistas, áudios (em caso de locução), matérias jornalísticas e quaisquer outros materiais que comprovem a realização do evento e da contrapartida e atestem a presença do público.

RELATÓRIO FINANCEIRO

Nome do Evento:

Data de realização:

Município:

Público:

Custo Geral do Projeto			R\$	
Valor do Patrocínio			R\$	
RUBRICA (Tipo de despesa, exemplo: transporte, alimentação, estrutura, etc)	DESCRIÇÃO (Detalhamento do tipo de despesa, exemplo: serviços de locação de van, locação de palco, etc)	Nº NF – DATA (Número da nota fiscal correspondente à rubrica indicada)	EMPRESA/ FORNECEDOR (Nome da empresa ou pessoa física)	VALOR
Exemplo: Transporte	Locação de van	Nº NF X – xx/xx/xxxx	Empresa X	R\$XXX
Exemplo: Alimentação	Lanche equipe de produção			

Obs: Anexar todas as cópias das NF/Recibos mencionados na tabela.

3. EXECUÇÃO DA CONTRAPARTIDA

Use a tabela de contrapartida apresentada no Projeto de Solicitação de Patrocínio para fazer a prestação de contas. TODOS os itens descritos na tabela do contrato deverão ser comprovados. Não é obrigatório prestar contas de itens que não estejam descritos na tabela de contrapartidas.

Veja abaixo **um exemplo** da tabela de contrapartida com os itens mais comuns a projetos patrocinados pela Codemig. Na coluna COMO COMPROVAR seguem as orientações para comprovação da execução da contrapartida.

Coloque os comprovantes em ordem numérica, de acordo com os itens enumerados na sua tabela de contrapartida. O mesmo deve ocorrer para os itens que devem ser entregues em CD. Identifique o CD/DVD com o nome do Projeto e identifique os comprovantes gravados dentro do CD/DVD, com o número correspondente da tabela.

1. CONTRAPARTIDAS					
	Nome da emissora de TV ou Rádio	Quantidade de inserção	Período de Veiculação	de	COMO COMPROVAR

26. TV ...				Envie o VT gravado em CD e cópia do mapa de veiculação em papel timbrado e assinado pela emissora.
27. Rádio ...				Envie o SPOT gravado em CD e cópia do mapa de irradiação em papel timbrado e assinado pela emissora.
	Nome do Jornal/Revista	Formato do anúncio e Nº de inserções	Período de Veiculação	COMO COMPROVAR
28. Jornal ...				Envie a página inteira do anúncio contendo a exposição da marca Codemig. O Jornal deve ser original (não pode ser xerox) .
29. Revista ...				Envie a revista que veiculou o anúncio e marque a página do anúncio contendo a exposição da marca Codemig. A revista deve ser original (não pode ser xerox) .
	Mídia eletrônica	Quantidade de	Período de	COMO

		inserção	Veiculação	COMPROVAR
30.	WWW.XY.COM.BR			Envie um <i>print screen</i> da página contendo a marca da Codemig. O envio do <i>layout</i> não serve como comprovante.
31.	Newsletter			Envie um <i>print screen</i> de cada <i>newsletter</i> enviada contendo a marca da Codemig. O envio do <i>layout</i> não serve como comprovante.
	Outros - outdoor, busdoor, front-light, mídias alternativas, etc. (especificar)	Quantidade de inserção	Período de Veiculação	COMO COMPROVAR
32.	Outdoor			Envie fotos dos outdoors gravadas em CD e o mapa de exibição em papel timbrado, assinado pela exibidora.
33.	Front-light			Envie fotos dos front-lights gravadas em CD e o mapa de exibição em papel timbrado, assinado pela exibidora.
	Peças gráficas / Folheteria	Quantidade impressa	Observações	COMO COMPROVAR
34.	Folder			Envie 01 exemplar e nota fiscal comprovando a quantidade.
35.	Cartaz			Envie 01

				exemplar e nota fiscal comprovando a quantidade.
36.	Banners			Envie fotos dos banners gravadas em CD e impressas e nota fiscal comprovando a quantidade.
37.	Pastas			Envie 01 exemplar e nota fiscal comprovando a quantidade.
38.	Crachás			Envie 01 exemplar e nota fiscal comprovando a quantidade.
39.	Certificados			Envie 01 exemplar e nota fiscal comprovando a quantidade.
40.	Placas de Sinalização			Envie fotos das placas gravadas em CD e impressas e nota fiscal comprovando a quantidade.
41.	Sacolas			Envie 01 exemplar e nota fiscal comprovando a quantidade.
42.	Totem			Envie fotos das sacolas gravadas em CD e impressas e nota fiscal comprovando a quantidade.
	Outros itens de contrapartida	Detalhamento		COMO COMPROVAR
43.	Cessão de Estande (m²)	Infraestrutura a ser disponibilizada (descritivo detalhado incluindo quantidades)		Envie fotos do estande em vários ângulos diferentes,

			gravadas em CD e impressas.
44.	Cessão de espaço para a Codemig realizar palestras: Forma (palestrantes, painelistas, mediadores, etc.)	Tema da palestra: Data: Tempo de duração:	Envie fotos do palestrante, gravadas em CD e impressas.
45.	Cessão de espaço para a Codemig realizar rodadas de negócios (m²)	Data: Montagem (descritivo detalhado dos itens de infraestrutura cedidos, incluindo quantidades)	Envie fotos do local em que foi realizada a Rodada de negócios, gravadas em CD e impressas, com exibição da marca Codemig.
46.	Participação de representantes do Codemig na mesa de abertura solene	Data: Hora prevista: Tempo de duração:	Envie fotos do participante, gravadas em CD e impressas.
47.	Espaço para veiculação de vídeos do Codemig nos intervalos e/ou na abertura de cada sessão	Equipamentos disponíveis (descritivo detalhado dos itens de infraestrutura cedidos) Tempo máximo de exibição do vídeo: Formato do arquivo: Data para entrega: Local para entrega:	Envie fotos do vídeo da Codemig sendo exibido no telão, gravadas em CD e impressas. A foto deve mostrar a plateia assistindo ao vídeo.
48.	Cessão da relação (<i>mailing</i>) dos participantes e expositores com nome, endereço, CNPJ, e-mail e telefones.		Envie o arquivo com as informações gravado em CD.
49.	Veiculação da marca Codemig na publicação		Envie um exemplar original da publicação.
50.	Reparte da tiragem da publicação para uso do Codemig		Envie protocolo de

			entrega com assinatura do representante da Codemig que recebeu as publicações.
--	--	--	--

LOCAL E DATA

Nome e assinatura do responsável legal do proponente

Nome e assinatura do responsável técnico do projeto

ANEXO IV - MODELO DE SOLICITAÇÃO DE PAGAMENTO

Em até 30 dias após a realização do evento e o envio dos relatórios de prestação de contas preenchidos, as cópias das notas fiscais dos fornecedores e com as contrapartidas, deverá ser entregue uma solicitação de pagamento contendo os dados da Codemig, a importância que será repassada em virtude do patrocínio ao Projeto, o CNPJ do favorecido, os dados bancários, assinatura, nome completo e cargo do responsável legal pela empresa. Segue, abaixo, modelo de Solicitação de Pagamento relativo ao valor do patrocínio autorizado.

MODELO DE SOLICITAÇÃO DE PAGAMENTO

Mediante o envio dos relatórios de contrapartida e prestação de contas do evento tal, solicitamos à Companhia de Desenvolvimento Econômico de Minas Gerais (Codemig), com sede à Rua Manaus, 467, Santa Efigênia, Belo Horizonte, inscrita no CNPJ sob o número 19.791.581/0001-55, o pagamento de R\$*x*,00 (*quantia por extenso*), referente ao patrocínio ao *evento/projeto tal*, com realização no período tal, no local tal.

CNPJ do favorecido:

Dados bancários:

Local tal, data tal

Assinatura

Nome completo

Cargo