

CARTILHA DE PATROCÍNIOS TRANSPETRO

Cartilha informativa dos procedimentos de seleção de projetos e contratação de patrocínios.

Conteúdo

- a) Introdução
- b) Seleção de projetos
- c) O que não consideramos patrocínio
- d) Metodologia de precificação
- e) Encaminhamento de propostas
- f) Vedações
- g) Requisitos
- h) Contratação
- i) Contrapartidas
- j) Pagamento

INTRODUÇÃO

Além de atuar no mercado de logística de petróleo e derivados, a Transpetro também atua para fomentar a cultura, o esporte, o cuidado com o meio ambiente, a inclusão social, as relações com o mercado e a inovação tecnológica.

Por meio de nossos patrocínios procuramos fortalecer a marca Transpetro junto aos seus públicos de interesse, em especial as comunidades do entorno dos nossos ativos, parceiros de negócios, mídia, organizações não governamentais e público interno, promovendo impactos e transformações sociais positivas para o Brasil.

SELEÇÃO DE PROJETOS

A Transpetro adota as modalidades de edital de seleção pública e de escolha direta para apoio a projetos culturais, esportivos e de negócios, inovação e sustentabilidade, pautada sempre pela transparência, economicidade, legalidade, impessoalidade e publicidade das suas ações.

Apoiamos projetos que promovam a valorização da equidade e diversidade, o reforço de práticas que promovam o desenvolvimento econômico, social e humano e o respeito ao meio ambiente.

O QUE NÃO CONSIDERAMOS PATROCÍNIO

- A cessão gratuita de recursos humanos, espaços, materiais, bens, produtos e serviços;
- Qualquer tipo de doação;
- Projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículo de divulgação, com entrega em espaços publicitários;
- A permuta de materiais, produtos ou serviços pela divulgação de conceito de posicionamento e/ou exposição de marca;
- O aporte financeiro a projeto cuja contrapartida seja o recebimento de tempo e/ou espaço de mídia em veículo de divulgação para uso exclusivo do patrocinador, sem associação com o projeto patrocinado;
- O aporte financeiro a projeto de transmissão de evento executado por veículos de divulgação;
- A ação compensatória decorrente de obrigação legal do patrocinador;
- A simples ocupação de espaço e/ou montagem de estande sem direito à divulgação de produtos, serviços, marcas, conceitos e programas do patrocinador ou de políticas públicas associadas ao evento;
- A ação promocional executada pelo próprio patrocinador com o objetivo de divulgar ou promover produtos, serviços, marcas, conceitos ou políticas públicas junto a públicos de interesse.

METODOLOGIA DE PRECIFICAÇÃO

Utilizamos a Metodologia Básica de Precificação disponibilizada pela Secom/PR para análise dos projetos e verificação de adequação do valor proposto aos parâmetros do mercado.

ENCAMINHAMENTO DE PROPOSTAS

Os projetos podem ser selecionados por meio de edital de seleção pública ou por escolha direta.

Todas as orientações para participação pelo edital de seleção pública constam em nosso site, e podem ser acessadas [aqui](#).

Para submissão de propostas para escolha direta, a empresa proponente deverá fazer o download do formulário disponível no site, preencher as informações de seu projeto e encaminhar para o e-mail patrocinio@transpetro.com.br.

Importante: os projetos deverão ser encaminhados com prazo de 120 dias de antecedência da data de realização do projeto.

VEDAÇÕES

A Transpetro NÃO patrocina projetos que:

- Representem risco mercadológico, financeiro ou institucional para a empresa;
- Que agridam o meio ambiente;
- De conteúdo político-partidário ou discriminatório de qualquer natureza (religião, gênero, etnia, cor, orientação sexual, deficiências, classe social e regionalismos; entre outros);
- Incitem maus-tratos a animais;
- Sejam caracterizados como treinamentos, reuniões de trabalho;
- Incentivem qualquer forma de violência;
- Estejam associados a jogos de azar ou especulativos;
- explorem trabalho infantil, degradante ou escravo.

QUAIS OS PRINCIPAIS REQUISITOS DE UM PROJETO PARA RECEBER PATROCÍNIO

- **Alinhamento:** os projetos devem estar alinhados ao posicionamento da marca Transpetro e aos seus públicos de interesse;
- **Exposição de marca:** os projetos devem ter potencial de repercussão na mídia ou bom potencial de relacionamento, embasados por um plano de comunicação robusto e capacidade de suporte a ações promocionais e de relacionamento;
- **Capacidade:** os proponentes devem ter comprovada capacidade técnica de realização dos projetos apresentados;
- **Abrangência:** o projeto deve ter amplitude e alcance nacional e/ou internacional, ainda que a realização seja em um local específico com atendimento das necessidades, potencialidades e características locais.

PROCESSO DE CONTRATAÇÃO

A aprovação de um projeto acontece após a análise técnica realizada por equipes das áreas de patrocínios e de negócios da Transpetro, além da Secretaria Especial de Comunicação Social (Secom). A contratação ocorrerá mediante a apresentação das certidões de regularidade fiscal, da aprovação do relatório de Due Diligence de Integridade (DDI) e do processo de negociação de contrapartidas realizado pela Transpetro junto ao representante legal da empresa.

CONTRAPARTIDAS

Todos os projetos deverão apresentar propostas de contrapartidas que possibilitem um retorno de imagem proporcional ao valor do patrocínio solicitado. A Transpetro estabelece contrapartidas obrigatórias em todos seus patrocínios, a saber:

- Inserção da logomarca Transpetro e Governo Federal em todo material de divulgação do projeto;
- Cota de ingressos;
- Menção ao Patrocínio da Transpetro em toda e qualquer oportunidade de divulgação do projeto em mídia paga ou espontânea e em todos os instrumentos de divulgação, resultados das atividades de assessoria de imprensa;
- Cessão à Transpetro dos direitos de uso de imagens em campanhas de comunicação, sem qualquer ônus para a Companhia, por um período de 3 (três) anos após a assinatura do contrato;
- Inclusão de ações de contrapartidas sociais e ambientais, conforme orientações da Secretaria de Comunicação da Presidência (Secom).
- Implementação de ações de combate à discriminação racial, em conformidade com as orientações do [Plano de Comunicação pela Igualdade Racial \(PCIR\)](#) na administração pública federal.

A inclusão de contrapartidas obrigatórias não exclui a possibilidade de apresentação de outras contrapartidas que colaborem na análise do projeto. Listamos abaixo uma série de contrapartidas de podem servir como referência na elaboração de sua proposta:

CONTRAPARTIDAS DE REFERÊNCIA

1. **MARCAS:** aplicação de marca/menção da Transpetro em chancela de destaque, como “Apresenta”, “Patrocinador Master” ou outra a ser acordada, bem como do Governo Federal, em todo material do projeto, em chancela de destaque, atendendo também aos parâmetros da lei de incentivo utilizada.
2. **PARTICIPAÇÃO EM AÇÕES:** presença de representantes/artistas do projeto em ações ou eventos a convite da Transpetro (custos a cargo da patrocinadora e datas a acordar).
3. **SEGUIR PERFIL:** seguir perfis da Transpetro nas redes sociais.
4. **SOCIAL:** indicar na negociação ação relacionada ao impacto social que o projeto realizará. Exemplo: uma apresentação gratuita para uma comunidade.
5. **SOCIAL-ACESSIBILIDADE:** indicar na negociação ação de acessibilidade que o projeto ou local de realização realizará.

6. **AMBIENTAL:** indicar na negociação ação relacionada a impacto ambiental que o projeto realizará. Exemplo: calculadora para medir a pegada de carbono e ações para minimizar impacto.
7. **MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO:** indicar e quantificar na negociação os materiais de divulgação ao público geral, como cartazes, convites, website e mídia.
8. **MATERIAIS DO EVENTO/PROJETO:** indicar e quantificar na negociação os itens de escopo em serão aplicados a marca da Transpetro, como: sinalização de entrada, uniforme da equipe, fundo de palco, cenografia do evento, catálogo etc.
9. **PLANO DE COMUNICAÇÃO:** apresentação prévia à execução de plano de comunicação por cidade ou evento, incluindo itens como: ambientação, quantitativos, especificações e artes de referência.
10. **RELEASES:** menção do patrocínio em releases, ao menos uma nota à imprensa específica sobre o patrocínio, por cidade de realização.
11. **VINHETA/LOCUÇÃO EM OFF:** exibição de vinheta fornecida pela Transpetro e/ou fala, de acordo com a viabilidade, antes das atividades/sessões do projeto.
12. **ENTREGA DE CONTEÚDOS:** fotos e vídeos com legenda, em boa qualidade, para uso da Transpetro, com carta de cessão gratuita dos direitos por três anos.
13. **REDES SOCIAIS:** indicação do patrocínio no descritivo dos perfis, citação em @s e #s, presença da marca da Transpetro em imagens, postagem com vinheta da Transpetro, inserção de stories fixo de destaque "Transpetro em Movimento" no Instagram, definição de quantidade mínima de postagens e aplicação de marca do Governo Federal junto à da Transpetro.
14. **DIREITO GRATUITO DE CAPTAÇÃO:** registro pela Transpetro do projeto, incluindo depoimento dos artistas participantes.
15. **DIREITO GRATUITO DE ATIVAÇÕES:** disponibilização de espaço para ações promocionais realizadas pela Transpetro.
16. **AÇÕES DE RELACIONAMENTO:** possibilidade de ações de interação do projeto com públicos de interesse da Transpetro, tais como convidados conhecerem artista no camarim, artista ou responsável pelo projeto ir ao stand da Transpetro etc.
17. **NAMING:** nomeação de ação ou espaço do projeto como "Transpetro", com ambientação compatível com a identidade visual da Transpetro.
18. **CESSÃO DE INGRESSOS:** definição de cota de ingressos, inclusive para espaços VIP, se houver.
19. **REPRESENTANTE Transpetro:** participação de representante da Transpetro em cerimônias oficiais, palestras, oficinas etc., quando compatível e solicitado pela Transpetro.
20. **TEXTO/PUBLICIDADE EM PUBLICAÇÃO:** inserção de texto/publicidade da Transpetro, fornecidos pela empresa, em publicações oficiais impressas e digitais que o projeto produzir, como catálogo, revista de programação etc.

21. APRESENTAÇÕES: realização de até duas apresentações do projeto sem cobrança de cachê, quando solicitado pela Transpetro, em quantidades, locais e formatos a serem acordados em negociação, dentro dos parâmetros da lei de incentivo.
22. CESSÃO DE PAUTAS/ESPAÇOS: cessão pelo projeto de X pautas/horários em espaços do projeto como salas especiais, auditório, área aberta etc., para ações/eventos da Transpetro mediante prévio agendamento, em formato e quantidades a serem acordados em negociação, dentro dos parâmetros da lei de incentivo.
23. CARTELA E CRÉDITOS EM PRODUTOS AUDIOVISUAIS: cartelas iniciais exclusivas com a marca Transpetro e chancela "Apresenta" e menção em créditos finais, incluindo também Governo Federal em vídeos ou materiais audiovisuais desenvolvidos pelo projeto.
24. EXIBIÇÃO DE PRODUTOS AUDIOVISUAIS PELA Transpetro: direito à Transpetro de exibição dos produtos audiovisuais gerados pelo patrocínio, por até três anos.