		POLÍTICA		
Assunto: Política Patrocínio				Código documento PI-DPR-001
Emitido por: Presidência	Aprovado por: Conselho de Administração	Vigência:	Data de Emissão:	Versão V.1

1. INTRODUÇÃO

1.1. Trata-se de Política de Patrocínios para assegurar que o apoio financeiro, a ser concedido a eventos e projetos de determinados segmentos de atuação, estejam alinhados com a missão, propósito e objetivos estratégicos da Companhia com a finalidade de promover e desenvolver sua marca e reputação.

1.2. Por meio do patrocínio, buscamos impactar positivamente a sociedade e fomentar iniciativas relevantes nas áreas de negócio, ambiental, cultural, social, educacional, econômica, de inovação e tecnologia. Valorizamos os direitos humanos, a igualdade de gênero e a diversidade, enfrentando todas as formas de discriminação e opressão. Nossa atuação como patrocinador visa contribuir para o fortalecimento de parcerias estratégicas e a promoção de eventos e projetos que estejam alinhados aos nossos princípios e valores.

1.3. Com integridade e transparência, a Política de Patrocínio da NUCLEP busca consolidar nosso papel como empresa socialmente responsável, sempre priorizando a comunicação eficiente com nossos stakeholders e a construção de um futuro mais sustentável para toda a comunidade.

2. ABRANGÊNCIA

2.1. A presente Política se aplica aos administradores (membros do Conselho de Administração e da Diretoria Colegiada), membros do Conselho Fiscal e comitês estatutários, colaboradores, proponentes, organizadores de eventos, patrocinados ou qualquer pessoa física ou jurídica que venha a se relacionar com a NUCLEP por meio de patrocínios.

3. OBJETIVO

3.1. Esta política tem como objetivo estabelecer regras para que, o investimento em eventos/projetos patrocinados esteja alinhado aos princípios da Companhia, direcionando melhor os recursos financeiros e buscando promover a comunicação com nossos públicos de interesse, fortalecer iniciativas regionais e contribuir para o desenvolvimento estratégico dos setores de atuação da NUCLEP.

4. CONCEITOS E DEFINIÇÕES

4.1. **Apoio institucional**: Apoio de natureza não financeira, que não implique despesa, pagamento a terceiros nem transferência de recursos pela NUCLEP, não se configurando como patrocínio. Quando envolver cessão de uso de bens ou espaços da Companhia, observará a Política de Alçadas e os normativos internos aplicáveis.

4.2. Área Técnica Demandante: Área de Comunicação da Companhia, responsável por instruir os pedidos, propor a seleção dos eventos e projetos, submetê-los, por intermédio da Presidência, à deliberação da Diretoria Executiva e tratar do relacionamento com os patrocinados.

4.3. Proponente: Empresa, associação, cooperativa ou entidade do terceiro setor que submete à apreciação da Companhia as solicitações de patrocínios.

4.4. Colaboradores: Empregados, estagiários, terceirizados, aprendizes e aqueles que exercem mandato, cargo, emprego ou função, ainda que transitoriamente e sem remuneração, por eleição, nomeação, convênio, contratação ou qualquer outra forma de investidura ou vínculo.

4.5. Evento: Acontecimento especial, planejado e organizado, que reúne pessoas ligadas a interesses comuns da NUCLEP, possuindo nome, local determinado e espaço de tempo definido e, cujo objetivo é informar, divulgar, capacitar, educar, promover, integrar ou entreter, conforme os segmentos de atuação descritos no item 5.3.

4.6. Hospitalidade: Compreende a oferta de serviço ou despesas com transporte, com alimentação, com hospedagem, com cursos, com seminários, com congressos, com eventos, com feiras ou com atividades de entretenimento, concedidos por agente privado para agente público no interesse institucional do órgão ou da entidade em que atua.

4.7. Organizador: Aquele que somente organiza os eventos patrocinados.

4.8. Patrocinado: Aquele responsável pela organização dos eventos e projetos a serem patrocinados e com o qual a NUCLEP celebrará o ajuste.

4.9. Patrocínio: Caracterizado por uma troca contratual de benefícios entre o Patrocinador e o Patrocinado, no qual a empresa patrocinadora recebe o direito de associar seu nome ou marca distintiva com a atividade da Entidade Patrocinada de forma a promover a exposição do patrocinador, identidade, marca ou produtos/serviços de uma maneira positiva.

5. DIRETRIZES

5.1. Do Relacionamento com os Patrocinados:

5.1.1. Manter um diálogo aberto e transparente com os patrocinados, buscando compreender suas necessidades, expectativas e objetivos. A comunicação sobre os critérios de seleção, as contrapartidas e os processos de prestação de contas devem ser claros, objetivos e de acordo com o edital ou o termo de referência.

5.1.2. Estabelecer parcerias estratégicas com os projetos patrocinados, com o objetivo de criar sinergias e potencializar os resultados pretendidos pela Companhia.

5.1.3. Oferecer suporte sempre que necessário no desenvolvimento dos projetos patrocinados, visando o sucesso e o alcance dos objetivos das partes envolvidas.

5.1.4. Realizar avaliações periódicas para medir o impacto dos projetos patrocinados, verificar o alinhamento aos objetivos estratégicos, identificar oportunidades de melhorias, fortalecendo o relacionamento e promovendo o reconhecimento dos patrocinados.

5.2. Não são consideradas ações de patrocínio:

a) Doações: cessão gratuita de recursos humanos, materiais, bens, produtos e serviços que não seja divulgada e mantenha o doador no anonimato;

b) Permutas ou apoios: troca de materiais, produtos ou serviços por divulgação de conceito e/ou exposição de marca;

c) Projetos de veiculação em mídia ou em instalações que funcionem como veículo de comunicação, com entrega em espaços publicitários;

d) Projetos de transmissão de eventos esportivos, culturais, informativos ou de entretenimento comercializados por veículos de comunicação;

e) Ações compensatórias: apoio a projetos cuja execução seja compulsória e prevista em lei;

f) Locação de espaço e/ou montagem de estandes em eventos sem

nenhuma contrapartida de comunicação;

g) Criação, manutenção e divulgação de sites na internet e de softwares;

5.2.1. O patrocínio consiste exclusivamente no repasse de recursos financeiros ao Patrocinado, mediante convênio ou contrato de patrocínio, permanecendo o Patrocinado integralmente responsável pela organização e execução do evento ou projeto, pela contratação e pagamento dos fornecedores necessários à sua realização e pela prestação de contas dos recursos recebidos. É vedado à NUCLEP contratar ou pagar diretamente, a qualquer título, fornecedores de bens ou serviços destinados à realização de eventos ou projetos promovidos por terceiros, ainda que em contrapartida à exposição de sua marca, hipótese que não caracteriza patrocínio nem apoio institucional.

5.2.2. A aquisição de bens ou serviços pela NUCLEP, ainda que relacionada a eventos de terceiros ou acompanhada de exposição de sua marca, inclusive a contratação de serviços de publicidade, a inscrição em feiras, congressos e eventos e a locação de espaço ou montagem de estandes de que trata a alínea "f", constitui contratação administrativa sujeita ao Regulamento Interno de Licitações e Contratos, ao Manual de Contratações da NUCLEP e à Política de Alçadas, processada pela Gerência Geral de Compras, e não se submete ao rito desta Política. As demais hipóteses deste

item 5.2 observam os normativos e as alçadas que lhes são próprios.

5.3. Dos segmentos de atuação

5.3.1. Os projetos patrocinados pela NUCLEP deverão estar em consonância com os objetivos da Companhia e exclusivamente alinhados aos segmentos de atuação abaixo relacionados:

a) Socioambiental: Projetos que gerem impactos positivos nas comunidades, promovendo a preservação ambiental, a inclusão social e a qualidade de vida. Esses projetos devem estar alinhados com os compromissos e práticas da NUCLEP, em especial aqueles que estejam vinculados aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) estabelecidos na agenda 2030 da ONU.

b) Educacional: Projetos de natureza educacional que contribuam, principalmente, para o exercício da cidadania, uma educação inclusiva e diversa e a disseminação de conhecimentos relacionados à ciência, tecnologia e ao setor nuclear

c) Cultural: Projetos que visam enriquecer a vida cultural da sociedade, promovendo o acesso à cultura, preservando tradições e incentivando a criatividade e a expressão artística.

d) Esportivo: Projetos desportivos, de diferentes modalidades e categorias, e de preferência, que ocorram na região geográfica da Companhia, com a finalidade de fomentar os valores do esporte, da coletividade e da inclusão social.

e) Nuclear/Defesa: Projetos, eventos e iniciativas em linha com o *corebusiness* da Companhia.

f) Óleo e Gás/Energia: Projetos, eventos e iniciativas que estejam alinhadas às prioridades de políticas públicas estabelecidas pelo Ministério de Minas e Energia (MME), dentre outras possíveis ações da área de energia.

g) Pesquisa e Desenvolvimento Técnico-Científico: Projetos que incentivem a pesquisa e o desenvolvimento técnico-científico nos setores de atuação da Companhia e que busquem constantemente o aprimoramento dos processos e promoção da inovação, visando à eficiência e sustentabilidade das operações da NUCLEP.

h) Inovação e Tecnologia: Projetos que invistam em tecnologia e inovação, impulsionando o desenvolvimento econômico e social, promovendo avanços científicos e soluções inovadoras para os desafios contemporâneos e o desenvolvimento destas para os setores de atuação da Companhia.

5.4. Seleção de projetos

5.4.1. A NUCLEP adotará a Escolha Direta para a seleção dos projetos de patrocínio, na forma admitida pelo art. 250, § 2º, e pelo art. 251, inciso II, do RILC, sem prejuízo de a Diretoria Executiva deliberar, quando entender conveniente, pela realização de seleção pública.

5.4.2. A Escolha Direta será motivada por escrito pela Área de Comunicação, em processo administrativo específico, com a demonstração:

a) do enquadramento do projeto nos segmentos de atuação do item 5.3 e do alinhamento às políticas e ao planejamento estratégico da NUCLEP;

b) da vinculação do patrocínio ao fortalecimento da marca da Companhia (art. 27, § 3º, da Lei nº 13.303/2016);

c) das razões pelas quais o projeto atende de forma mais eficaz à necessidade da NUCLEP, inclusive, quando for o caso, em comparação com outras propostas recebidas para o mesmo período, e os critérios de economicidade ou de vantajosidade na renovação de projetos e nas ações de oportunidade;

d) da adequação do valor da cota ao praticado no mercado e da proporcionalidade entre o investimento e as contrapartidas, nos termos do item 5.7.4;

e) da disponibilidade orçamentária e da observância dos limites dos itens 5.7.1 e 5.7.2;

f) da inexistência das vedações do item 5.6.

5.4.3. O pedido de patrocínio deverá ser encaminhado para o email a seguir, com o mínimo de 30 dias de antecedência da data do projeto a ser patrocinado, contendo todas as informações necessárias para apreciação do mesmo pela área de Comunicação: proposta.patrocinio@nuclep.gov.br. Excepcionalmente, pedidos encaminhados em prazo inferior ao estabelecido poderão ser analisados, desde que devidamente justificados e aprovados em RDE, observada a disponibilidade orçamentária e as demais disposições desta Política. Recebido o pedido, a Área de Comunicação providenciará a autuação de processo administrativo próprio, no qual serão reunidos a proposta, as manifestações das áreas, a deliberação da Diretoria Executiva, o instrumento celebrado e a prestação de contas.

5.5. Das Cotas de Patrocínio

5.5.1. O valor do patrocínio será definido pela NUCLEP dentre as cotas oferecidas pelo proponente, de acordo com propósito e valores da Companhia, sua disponibilidade orçamentária para o exercício em questão, levando em consideração critérios fundamentais, tais como:

a) Abrangência do evento (local, regional, estadual, nacional e internacional);

b) Relevância para a sociedade e partes interessadas em termos ambientais, culturais, sociais, educacionais, econômicos ou de inovação e tecnologia;

c) Público-alvo considerando a quantidade e/ou qualificação dos participantes;

d) Alcance da divulgação para o fortalecimento da marca, medida, inclusive, pelas métricas disponíveis pelas redes sociais;

e) Aderência aos setores de atuação bem como alinhamento ao planejamento estratégico da NUCLEP.

5.6. Das Limitações aos Patrocínios

5.6.1. A NUCLEP **não deve patrocinar** projetos ligados a atividades que:

a) Estejam em desacordo com o Código de Ética e Conduta da NUCLEP e aos seus valores corporativos;

b) Violem quaisquer disposições legais, regulatórias e políticas internas aplicáveis no processo de seleção e patrocínio de eventos;

c) A contrapartida for condicionada a algum negócio realizado, em curso ou potencial;

d) O motivo ou a intenção do patrocínio for influenciar uma decisão no âmbito dos negócios da Companhia;

e) Houver desconforto, constrangimento pessoal, impacto negativo na imagem ou reputação da NUCLEP ao se divulgar ou justificar o oferecimento da contrapartida;

f) Sejam de cunho político-partidário e/ou religioso;

g) Usem nomes, símbolos ou imagens que caracterizem autopromoção de autoridades políticas ou servidores públicos;

h) Envolvam jogos de azar e/ou especulativos;

i) Estimulem maus hábitos de saúde, como o uso abusivo de álcool, por exemplo;

j) Estimulem maus tratos a animais, incentivem qualquer forma de violência; ou sejam discriminatórias de qualquer natureza (religião, gênero, etnia, cor, orientação sexual, deficiências, classe social e regionalismos; ou ainda conteúdos que agridam a imagem de concorrentes);

k) Façam uso de mão de obra infantil, degradantes ou em condições análogas às de trabalho escravo;

l) Provoquem danos ao ecossistema como impactos sociais e ambientais negativos;

m) Sejam propostos ou organizados por fornecedores ou prestadores de serviço da NUCLEP, durante a vigência do respectivo contrato, por seus sócios ou administradores, ou por parentes destes, consanguíneos ou afins, até o terceiro grau;

n) Sejam propostos ou organizados por associações de empregados ativos ou inativos da empresa; por organização sindical; ou por entidades patrocinadas pela NUCLEP (ex: Nucleos).

o) Sejam propostos ou organizados por entidade que tenha sócio ou administrador que seja dirigente de partido político, titular de mandato eletivo, empregado ou administrador da NUCLEP, ou com seus parentes consanguíneos ou afins até o terceiro grau, e também, com pessoa jurídica cujo proprietário ou administrador seja uma dessas pessoas;

p) Direcionadas ao público interno do proponente ou organizador (associados, empregados e colaboradores), como treinamentos, reuniões de trabalho, eventos e confraternizações;

q) Em suas relações anteriores com a NUCLEP, tenham incorrido na omissão no dever de prestar contas, no descumprimento injustificado de contratos de patrocínio, no desvio de finalidade na aplicação dos recursos

transferidos, na ocorrência de danos à companhia ou na prática de outros atos ilícitos na execução de contratos de patrocínio, que tenha sofrido sanção e os efeitos da penalidade ainda estejam em vigor ou possua dívida perante esta Companhia.

r) Sejam propostos por órgão ou entidade da Administração Pública direta, autárquica ou fundacional, de qualquer ente federativo, ou tenham por objeto evento por eles promovido, ainda que por intermédio de terceiro. Não se aplica esta vedação quando o evento for organizado, sob sua responsabilidade e em nome próprio, por pessoa jurídica de direito privado que figure como Patrocinado, receba os recursos, contrate os fornecedores e preste contas, observadas as demais disposições desta Política. O relacionamento institucional da NUCLEP com órgãos e entidades públicas poderá dar-se por apoio institucional (item 4.1), por acordo de cooperação sem transferência de recursos (RILC, art. 249) ou pela participação da Companhia no evento (item 5.2.2).

5.7. Da Execução e Prestação de Contas

5.7.1. As despesas com publicidade e patrocínio da NUCLEP, somadas, não ultrapassarão, em cada exercício, o limite de 0,5% (cinco décimos por cento) da receita operacional bruta do exercício anterior, nos termos do art. 93 da Lei nº 13.303/2016. Esse limite poderá ser ampliado até 2% (dois por

cento) da receita bruta do exercício anterior, por proposta da Diretoria Executiva, instruída pela Área de Comunicação, justificada com base em parâmetros de mercado do setor específico de atuação da Companhia e aprovada pelo Conselho de Administração.

5.7.2. Em ano de eleição, os valores com despesas de publicidade e patrocínio, somados, não poderão exceder à média dos gastos dos 3 (três) últimos anos que antecedem o pleito ou do último ano imediatamente anterior à eleição, observadas, ainda, as vedações do art. 73, incisos VI, "b", e VII, da Lei nº 9.504/1997, quanto às despesas com publicidade e à veiculação de publicidade institucional, inclusive a exposição da marca da Companhia decorrente de contrapartidas de patrocínio, nos períodos ali indicados.

5.7.3. Os patrocínios celebrados deverão observar a aplicação das regras gerais de contratação direta e específicas de contratos de patrocínios previstas no Regulamento Interno de Licitações e Contratos - RILC.

5.7.4. Deverão ser considerados e avaliados os critérios de elegibilidade para os projetos propostos: (i) idoneidade; (ii) legalidade; (iii) viabilidade e (iv) possíveis benefícios institucionais obtidos com a divulgação da marca NUCLEP no evento. Deverá ser evidenciada a adequação do preço ao valor de mercado, devendo a justificativa de preço ser instruída com a aferição dos valores das cotas ofertadas a outros

patrocinadores do mesmo evento, ou de eventos similares, ou com outros documentos comprobatórios, nos termos do art. 30, § 3º, inciso III, da Lei nº 13.303/2016 e, no que couber, do art. 37 do RILC, comparando-se, proporcionalmente, o investimento a ser realizado pela Companhia com a contrapartida oferecida pela contratada.

5.7.5. A prestação de contas dos contratos de patrocínio será obrigatória, conforme norma interna vigente, e deverá comprovar a realização dos projetos, o cumprimento das contrapartidas, o uso da marca do patrocinador, a apresentação do relatório de impacto e, quando for o caso, a assinatura de integrantes de outros órgãos, as demais obrigações contratuais e a divulgação dos resultados alcançados. A prestação de contas será apresentada no prazo fixado no instrumento, contado do encerramento do projeto. A sua não apresentação ou rejeição, o descumprimento das contrapartidas ou o desvio de finalidade sujeitarão o Patrocinado à restituição, total ou proporcional, dos valores recebidos, atualizados, às sanções previstas no instrumento e ao impedimento do item 5.6.1, alínea "q", sem prejuízo das medidas de cobrança cabíveis.

5.7.6. As condições e a forma de comprovação de que trata o item anterior constarão do instrumento de patrocínio, não se admitindo a dispensa da prestação de contas.

5.7.7. Poderão ser estabelecidas por proposta da Área de Comunicação e aprovadas pela Diretoria Executiva, limitações geográficas para o patrocínio de eventos, priorizando aqueles que ocorrem nas áreas de atuação da empresa ou que tenham maior relevância para os setores econômicos envolvidos.

5.7.8. A distribuição de hospitalidades e brindes oriundas das contrapartidas previstas nas ações de patrocínio deverá observar as diretrizes contidas nas Políticas e normativos internos da Companhia.

5.7.9. Para cada patrocínio, o ato de aprovação designará gestor e fiscal, responsáveis pelo acompanhamento da execução, pelo atesto do cumprimento das contrapartidas e pela análise da prestação de contas, aplicando-se, no que couber, o Manual NUCLEP de Gestão de Contratos.

6. ATRIBUIÇÕES E RESPONSABILIDADES

6.1. Conselho de Administração

a) Aprovar e apoiar a presente Política e suas respectivas atualizações, quando aplicáveis;

6.2. Diretoria Executiva

a) Deliberar previamente sobre os projetos que serão patrocinados, observando o alinhamento aos objetivos estratégicos, as limitações dispostas no item 5.6, os segmentos de atuação no item 5.3, o limite estabelecido no item 5.7.1, as disposições do RILC – Regulamento Interno de Licitações e Contratos, no que couber, a promoção da marca NUCLEP e a área de atuação correspondente;

b) Acompanhar os resultados obtidos dos patrocínios apresentados pela área de comunicação;

6.3. Consultoria Jurídica

a) Análise prévia da legalidade da contratação e da minuta do instrumento, na forma do art. 49 do RILC e, tratando-se de convênio, do art. 250, § 1º, inciso III, observadas as hipóteses de dispensa de análise jurídica individualizada previstas no art. 49, inciso I e § 1º, e no art. 51, parágrafo único do RILC.

6.4. Área de Comunicação

a) Análise do cumprimento dos requisitos e motivos que justificam a

celebração do contrato, considerando a relevância, o potencial de impacto, o alinhamento estratégico, o custo-benefício e a disponibilidade orçamentária.

b) Realizar avaliações periódicas para medir o impacto dos projetos patrocinados e apresentar os resultados obtidos à Diretoria Executiva os relatórios de patrocínios, contendo os resultados obtidos e ainda, o status de cada projeto;

c) Exigir a prestação de contas do Patrocinado, incluído o Relatório de Impacto para apresentação à Diretoria Executiva, de acordo com a norma interna vigente.

6.5. Área de Integridade:

a) Emitir relatório de conformidade da contratação e integridade do patrocinado, previamente ao contrato.

7. DOCUMENTOS RELACIONADOS

7.1. Código de Ética e Conduta

7.2. Regulamento Interno de Licitações e Contratos

7.3. Lei 13.303/2016

8. DISPOSIÇÕES FINAIS

8.1. O descumprimento desta Política sujeitará o infrator a sanções disciplinares, além de estar sujeito a sanções administrativas, cíveis e penais cabíveis

8.2. Esta política será revisada, no mínimo, a cada 3 (três) anos, contados da sua vigência, ou sempre que for necessário, conforme entendimento da Alta Administração.

8.3. Os procedimentos correspondentes a acolhimento, solicitação, avaliação de critérios, padronização de formulários, prestação de contas e demais ritos, serão disciplinados em normativo interno específico, a ser elaborado pela área de comunicação e aprovado pela Diretoria Executiva no prazo de 90 (noventa) dias contados da vigência desta Política. Até a sua edição, aplicam-se diretamente as disposições desta Política e, no que couber, o RILC e o Manual NUCLEP de Gestão de Contratos.

8.4. A presente Política entrará em vigor, produzindo os seus efeitos, a partir da sua publicação no site da NUCLEP.

9. INFORMAÇÕES DE CONTROLE

9.1. Etapas de Aprovação da Política de Patrocínio

RESPONSÁVEL	ÁREA
Elaboração	Gerência Geral da Presidência
Revisão	Assistência de Apoio Executivo da Presidência
	Consultoria Jurídica
Aprovação	Diretoria Executiva/Conselho de Administração

9.2. Controle de Alterações

N° da Alteração	Data do documento	Descrição da alteração
V. 1	16/09/2026	Primeira versão
V.2		Segunda versão