

---

**DE - Diretrizes Estratégicas**

---

**Título:** POLÍTICA DE DOAÇÕES E PATROCÍNIOS

---

**Número DE-0134 Versão do Documento:** 3

---

**Autor:** Erika Mourett**Fase:** Revisão homologada

---

**SUMÁRIO**

- 1 Objetivo
  - 1.1 Abrangência
  - 1.2 Alterações realizadas
- 2 Definições, terminologia e siglas
- 3 Restrições para recebimento do patrocínio ou doações pela AMAGGI
- 4 Seleção das propostas de patrocínio ou doação
- 5 Aprovação das propostas de patrocínio ou doação
- 6 Concessão de patrocínio com ou sem incentivos
- 7 Concessão de doações de bens ou recursos financeiros
- 8 Responsabilidades, Excepcionalidades e Disposições gerais
- 9 Referências

**1 OBJETIVO**

Formalizar as normas de concessão de patrocínios e doações da AMAGGI, fortalecendo sua atuação junto à comunidade, sua imagem e posicionamento perante a sociedade e seus públicos de interesse.

**1.1 Abrangência**

Este documento aplica-se às unidades de negócio da AMAGGI no Brasil.

**1.2 Alterações realizadas**

Alterações textuais e alteração na redação para melhor entendimento. Inclusão de informações referentes a doações que abrangem ativos imobilizados; exclusão da Câmara do fluxo de aprovação.

**2 DEFINIÇÕES, TERMINOLOGIA E SIGLAS**

Para efeitos deste documento, sobre o assunto na empresa, conceitua-se por:

- 1 **Patrocínio:** Apoio financeiro concedido a eventos institucionais, eventos técnicos ligados às linhas de atuação da AMAGGI ou aos temas transversais tratados pela empresa, projetos culturais, sociais, ambientais ou esportivos de iniciativa de terceiros que agreguem valor à marca ou ao posicionamento da AMAGGI.
- **Doação:** Ato ou efeito de doar um bem, conjunto de bens ou recurso financeiro a projetos culturais, sociais, ambientais ou esportivos de iniciativa de terceiros sem que agreguem necessariamente valor à marca da AMAGGI.
- 2 **Investimento Social Privado:** É o uso voluntário planejado de recursos privados em projetos de interesse público. Na AMAGGI, os investimentos sociais privados são realizados, não somente, mas preferencialmente, pela Fundação André e Lucia Maggi, através de seus programas e projetos.
- 3 **Proposta:** É o documento apresentado pelo interessado à AMAGGI, contendo informações para avaliação da adequação, de concessão de patrocínio ou doação, à política de doações e

patrocínios, avaliação de relevância e impacto da proposta e interesse da AMAGGI à mesma. A proposta deve ser entregue com todos os itens determinados pela AMAGGI, inclusive projeto, quando necessário.

- 4 **Contrapartida:** É o benefício oferecido, na condição de exposição de imagem em suas diversas formas, pelo solicitante à AMAGGI em decorrência do patrocínio concedido.
- 5 **Solicitante:** É a pessoa física ou jurídica que solicita doação ou patrocínio para a AMAGGI formalmente.
- 6 **Patrocinado:** É a pessoa física ou jurídica que obtém a aprovação de sua proposta ou projeto e recebe o patrocínio.
- 7 **Beneficiado:** É a pessoa física ou jurídica que obtém a aprovação de sua proposta ou projeto e recebe a doação.
- 8 **Prestação de contas:** Formas ou meios pelos quais o patrocinado ou beneficiado comprova a correta utilização do patrocínio ou doação concedida por meio das exigências estabelecidas pela AMAGGI.
- 9 **Ativo Imobilizado:** São os bens tangíveis detidos para uso na produção ou fornecimento de mercadorias e/ou serviços ou para fins administrativos e que se espera que sejam usados durante mais de um exercício contábil.

### 3. RESTRIÇÕES PARA RECEBIMENTO DO PATROCÍNIO OU DOAÇÕES PELA AMAGGI:

#### 3.1. Não serão apoiadas propostas de patrocínio e doações que:

- Não estejam alinhados com a missão, visão e valores da AMAGGI;
- Que fira qualquer legislação ou compromisso institucional da AMAGGI;
- Que fira o Código de Ética e Conduta da AMAGGI;
- Não estejam prioritariamente em locais de atuação ou interesse institucional ou comercial da AMAGGI;
- Que causem ou possam vir a causar impactos socioambientais negativos;
- De cunho político-partidário (candidatos a cargos públicos ou campanhas políticas);
- De cunho religioso ou seitas;
- Ligadas a jogos de azar e/ou especulativos;
- De natureza discriminatória;
- Que estimule o consumo de entorpecentes lícitos e ilícitos;
- Que cause danos à dignidade humana;
- Que provoquem maus-tratos a animais.

**Observação:** Propostas de patrocínio ou doações advindas de instituições religiosas podem ser beneficiadas ou patrocinadas, desde que sejam através de projetos estruturados de cunho cultural, social, saúde, educação, ambiental ou esportivo. É vedado o apoio que seja vinculado a festividades religiosas ou de cunho especificamente religioso.

#### 3.2. Não serão admitidas propostas de patrocínios ou doações feitas por:

- Solicitantes que não desfrutem de idoneidade fiscal e creditícia;

- Pessoas físicas (salvo aqueles com projetos aprovados por leis de incentivos que admitem pessoas físicas ou mediante avaliação excepcional do Comitê de Compliance);
- Solicitantes de projetos de patrocínio, concedidos pela AMAGGI, ainda em andamento;
- Solicitantes de patrocínio concedido pela AMAGGI, que estejam inadimplentes, cuja prestação de contas final e o respectivo Relatório Final não tenham sido aprovados ou estejam inconclusos;
- Solicitantes que, pela caracterização do projeto apresentado, possam ser atendidos pelos projetos e programas de investimento social privado promovidos pela Fundação André e Lucia Maggi.

#### 4. SELEÇÃO DAS PROPOSTAS DE PATROCÍNIO OU DOAÇÃO

- As propostas devem ser avaliadas com base em critérios técnicos que contemplem, entre outros aspectos, a credibilidade e capacidade gerencial do solicitante, a adequação, os resultados previstos e o alinhamento ao conceito de doação e patrocínio da AMAGGI.
- A análise dos projetos será realizada pela área de Comunicação Corporativa seguindo o fluxo estabelecido no item 4.1 desta política, e podendo, quando necessário, contar com o apoio na análise das áreas jurídica, sustentabilidade, CSC Contábil e CSC Fiscal da AMAGGI.

##### 4.1 Fluxo para a seleção dos pedidos:

Fluxo de Doação e Patrocínio				
Comunicação	S	S	N	N
Diretoria da Área	S	N	N	S
Comitê de Riscos e Compliance	Ø	Ø	Ø	A

Legenda: S – Sim; N – Não; A - Avaliação

#### 5. APROVAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PATROCÍNIO OU DOAÇÃO

Os requisitos para aprovação das propostas são:

Os solicitantes devem apresentar toda a documentação necessária descrita nos formulários **FA-0444 – Solicitação de patrocínio** e **FA-0888 – Solicitação de doação**, além de atender aos requisitos propostos:

- No caso de propostas de patrocínios com incentivo é necessário ter a disponibilidade de recursos, de acordo com análise técnica e da existência de recursos disponíveis para dedução fiscal após análise da área fiscal da AMAGGI;
- No caso de propostas de patrocínios, doações financeiras ou doação de alimentos, dependerá da alocação do recurso planejado em orçamento ou da aprovação prévia de recurso suplementar da diretoria ou da presidência.

#### 6. CONCESSÃO DE PATROCÍNIO COM OU SEM INCENTIVOS

A área de Comunicação Corporativa deve orientar as áreas internas interessadas em patrocinar projetos de pessoas físicas ou jurídicas, informando tecnicamente sobre os processos e os requisitos para análise do patrocínio, zelando pela aplicação desta Política.

##### 6.1 Proposta de Patrocínio com Incentivos

A AMAGGI poderá patrocinar projetos, desde que atendidos os itens acima desta política, enquadrados em legislações ou fundos federais, estaduais e municipais de incentivo que permitam a dedução fiscal por parte da empresa apoiadora. As propostas deverão ser enviadas até o final de outubro de cada ano, obrigatoriamente, de forma a permitir a análise por parte da empresa até dezembro do mesmo ano, quando há a confirmação da disponibilidade ou não de recursos para projetos incentivados. Quando aberto o período para recebimento das propostas (janeiro a outubro) será disponibilizado o **FA-0444 – Solicitação de patrocínio** com as informações necessárias de envio pelo solicitante para posterior processo de análise.

## 6.2 Proposta de Patrocínio sem Incentivos

A AMAGGI poderá patrocinar projetos, desde que atendidos os itens acima dessa política. As propostas de patrocínio sem incentivos devem ser encaminhadas a área de Comunicação Corporativa com, no mínimo, 30 (trinta) dias de antecedência à data de início do projeto, obrigatoriamente, de forma a permitir a análise da solicitação por parte da AMAGGI. Os solicitantes terão obrigatoriamente que preencher o **FA-0444 – Solicitação de patrocínio** com as informações necessárias de envio pelo solicitante para análise. Alguns exemplos de patrocínio enquadrados na modalidade sem incentivo são: feiras agropecuárias, simpósios, feiras ou congressos que estejam ligadas à área de atuação da AMAGGI.

## 6.3 Prestação de Contas

6.3.1 A prestação de contas deverá ser encaminhada para a área de Comunicação Corporativa de acordo com **FA-0887 Prestação de contas de patrocínio** em até 45 (quarenta e cinco) dias após a conclusão prevista na solicitação. A prestação de contas deve ser entendida como todo registro documental, fotográfico, audiovisual e digital que comprove a contrapartida, ou seja, a correta exposição da marca dentro do escopo do projeto apresentado e aprovado.

6.3.2 Para o patrocínio com incentivo fiscal a comprovação financeira deverá ser feita pelo solicitante junto ao órgão público aprovador do projeto dentro do prazo estabelecido pela legislação. Uma vez realizada a comprovação para o órgão público, o solicitante deverá também realizar a prestação de contas junto à AMAGGI conforme critérios descritos no item 6.3.1.

6.3.3 O não cumprimento da entrega das etapas previstas no processo de prestação de contas será considerado um rompimento do acordo de patrocínio, o que inviabilizará a análise de futuras propostas de patrocínio do solicitante, sem prejuízo de quaisquer outras medidas e providências aplicáveis à situação fática.

6.3.4 A não utilização do investimento feito pela AMAGGI no projeto para o fim pretendido, acarretará à patrocinada as sanções previstas no contrato de patrocínio, bem como sanções específicas dos órgãos públicos ao qual o projeto foi aprovado para captação de recurso.

## 7. CONCESSÃO DE DOAÇÕES DE BENS OU RECURSOS FINANCEIROS

7.1 As doações podem ser caracterizadas como:

**7.1.1 Bens materiais:** Caracteriza-se por móveis, equipamentos, veículos, livros, uso e consumo, ferramentas entre outros, que já não atendam às necessidades da companhia, mas que estejam em bom estado e que possam ser doados para outras organizações. Se dará preferência a organizações do terceiro setor, alinhadas com a Fundação André e Lucia Maggi.

**7.1.2 Doação de alimentos perecíveis e não perecíveis:** Para este tipo de doação, é necessário que a unidade doadora se resguarde pela qualidade dos alimentos doados (prazo de vencimento, estado de conservação, etc) no que tange a normas fiscais, sanitárias e ambientais da ANVISA. Além disso, deve-se respeitar o processo de compra e aquisição dos mesmos pelo centro de custo e conta contábil mais adequados para a finalidade de controle das doações externas.

**7.1.3 Recursos financeiros:** A solicitação de recursos financeiros se dará pelos meios descritos anteriormente nesta norma e a sua aprovação dependerá dos recursos alocados pela área/unidade e do correto procedimento interno para a concretização da doação.

As solicitações de doações devem ser encaminhadas a área de Comunicação Corporativa, com no mínimo 30 (trinta) dias de antecedência da data pretendida para a respectiva doação, por meio do formulário **FA-0888 – Solicitação de doação** com as informações necessárias de envio pelo solicitante para análise da AMAGGI.

## 7.2 Doação de Imobilizados

No caso de bens imobilizados, o solicitante deverá preencher o formulário **FA 0888 – Solicitação de doação**, indicando na primeira aba que se trata de um imobilizado da companhia. Em seguida, deverá preencher a segunda aba do formulário, destinada exclusivamente a bens imobilizados.

Cabe à Controladoria definir, juntamente com a diretoria da área de negócio, o valor para nota fiscal e aprovação da doação para a instituição indicada. Uma vez realizada essa consulta, deve preencher a documentação e remete-la para o Departamento de Comunicação Corporativa.

O departamento de Comunicação Corporativa irá remeter a documentação com parecer (pela aprovação ou rejeição) ao respectivo diretor da área proprietária do ativo, ao respectivo Controller e ao departamento CSC Contábil para que os mesmos procedam com análises e possível baixa do imobilizado no sistema da companhia.

Caberá ao solicitante conduzir a entrega do bem após realizar todos os trâmites. As placas de identificação patrimonial devem ser removidas antes da entrega e encaminhadas para o CSC Contábil.

### 7.3 Prestação de Contas

Para todos os casos de doações deverá ser emitido e assinado um **Recibo de Doação** entre as partes, que conste os dados fiscais necessários para o lançamento contábil e fiscal da AMAGGI, conforme **modelos anexos** a essa política.

A instituição também poderá encaminhar outros documentos que achar pertinente à prestação de contas, seja recibo próprio da entidade, comprovante de transferência bancária, relatório institucional, entre outros.

## 8. RESPONSABILIDADES, EXCEPCIONALIDADES E DISPOSIÇÕES GERAIS

Todos os colaboradores são individualmente responsáveis por assegurar o cumprimento deste documento em complementaridade com o Código de Ética e Conduta e com as legislações e regulamentações vigentes.

Os superiores imediatos deverão garantir que os seus subordinados recebam orientação necessária para atenderem os requisitos deste documento.

Este documento e a sua atualização, sempre que necessária, são de responsabilidade da área de Comunicação Corporativa, e qualquer exceção às disposições deve ser encaminhada para a área.

## 9. REFERÊNCIAS

DE-0016 - Código de Ética e Conduta.  
DE-0057 - Política de Investimento Social.  
FA-0444 - Solicitação de patrocínio.  
FA-0887 - Prestação de conta de patrocínio.  
FA-0888 - Solicitação de doação.

\*\*\*\*\*

<b>Data Vigência:</b> 11/12/2018	<b>Próxima revisão:</b> 11/12/2020
<b>Revisado por:</b> Erika Escobar; Cinthia Figueiredo; Leticia Magalhaes; Joao Ezequiel	<b>Aprovado por:</b> Mourett; Daniel Leite; Khadine Daniel Escobar; Juliana Lopes