

RELATÓRIO  
DE INVESTIMENTO  
SOCIAL



Wilson, Sons

# SUMÁRIO

SUMÁRIO

SUMÁRIO

SUMÁRIO

SUMÁRIO

SUMÁRIO

SUMÁRIO

SUMÁRIO

SUMÁRIO

03	BALUARTE CULTURA
04	WILSON SONS & DIRETRIZES DA MARCA
05	HISTÓRICO DE INVESTIMENTO SOCIAL
06	LISTA DE PROJETOS
07	CORPORATIVO
26	BASE DE APOIO
33	ESTALEIROS
38	TECON SALVADOR
41	TECON RIO GRANDE
50	REBOCADORES E AGÊNCIA MARÍTIMA
53	PROJETOS DE VERBA REMANESCENTE 2022
70	PROJETOS DE VERBA REMANESCENTE 2021
73	DOAÇÕES 2023
84	INVESTIMENTOS DE VERBA DIRETA

# BALUARTE CULTURA

Trabalhamos para um mundo com mais equidade, criando soluções de impacto positivo através de parcerias multissetoriais. Com a sustentabilidade em nossa essência, prestamos consultorias para empresas e organizações desenvolverem patrocínios incentivados e investimento social privado e também somos realizadoras de programas e projetos nas áreas de cultura e educação.

Somos uma empresa certificada pelo Sistema B e pelo GPTW, signatária do Pacto Global e ONU Mulheres e uma das primeiras organizações brasileiras a aprovar metas climáticas junto ao SBTi, integrando também o SME Climate Hub.

————— **+ DE 18 ANOS:** —————

**+ 35 MILHÕES**



PESSOAS BENEFICIADAS  
PELAS AÇÕES PATROCINADAS

**+ 40 EMPRESAS PARCEIRAS**

**+ 340 MILHÕES**



MOBILIZADOS EM PATROCÍNIO

# WILSON SONS

A Wilson Sons é o maior operador de logística portuária e marítima do mercado brasileiro, com mais de 186 anos de experiência. A companhia tem abrangência nacional e oferece soluções estratégicas para mais de 5 mil clientes, incluindo armadores, importadores e exportadores, indústria de energia offshore, de energia renovável, setor do agronegócio, dentre outros segmentos da economia.

## DIRETRIZES DE INVESTIMENTO SOCIAL:

Investimento social com foco em educação e desenvolvimento territorial, alinhado ao negócio e orientado para públicos em vulnerabilidade social das áreas de influência direta da companhia.

## EIXOS DE ATUAÇÃO:

- **Educação:** apoio a iniciativas estruturantes que contribuam para o acesso e melhoria da qualidade da educação básica, formação profissional e empreendedorismo, visando o desenvolvimento humano e a geração de trabalho e renda.
- **Desenvolvimento Territorial:** apoio a projetos e ações de cultura, esporte e lazer, meio ambiente, saúde e ajuda humanitária, preferencialmente alinhados a políticas públicas e que tenham potencial de fortalecimento do capital social, promoção da cidadania e melhoria da qualidade de vida.

## EM 2023:

**376 PROJETOS RECEBIDOS / MAPEADOS** SENDO 83 ANALISADOS DO BANCO DE PROJETOS DA WILSON SONS + 293 PROJETOS ANALISADOS VIA BUSCA ATIVA. DOS QUAIS **148 PROJETOS FORAM CONSIDERADOS COMO TENDO POTENCIAL**, 34 PROJETOS FORAM PRÉ-SELECIONADOS E 20 PROJETOS FORAM ESCOLHIDOS PARA EFETIVAÇÃO DO PATROCÍNIO PARA REALIZAÇÃO EM 2023.

## RELEMBRANDO AS TAGS - ATRIBUTOS DA MARCA

+ SOLIDEZ + COOPERAÇÃO + COMPROMETIMENTO + REALIZAÇÃO

## TOTAL INVESTIDO | 2023

VIA LIC R\$ R\$ 2.012.484,00	LEI DO ISS RJ R\$ 139.715,14	
VIA LIE R\$ 503.121,00	VIA FIA R\$ 489.585,00	VIA VERBA DIRETA R\$ 358.000,00

## PÚBLICO PERCENTUAL\*

\* O cálculo foi baseado nos números dos beneficiários atendidos diretamente pelos projetos, não sendo considerado o público referente as doações das unidades.

TOTAL BRASIL	76.482	100%
MARANHÃO	178	0,23%
BAHIA	16	0,02%
RIO DE JANEIRO	67.246	87,92%
SÃO PAULO	7.859	10,28%
RIO GRANDE DO SUL	1.183	1,55%

# HISTÓRICO DE INVESTIMENTO SOCIAL

- Pessoas Atendidas
- Verba Direta
- Verba Incentivada

\* Ano de aporte/ano de execução

\*\* O número de pessoas atendidas refere-se somente à projetos de verba incentivada em 2023

\*\*\* Previsão de pessoas atendidas em 2024



# PROGRAMA SOCIAL WILSON SONS 2023\*

CORPORATIVO	BASE DE APOIO	ESTALEIROS	TECON SALVADOR	TECON RIO GRANDE	REBOCADORES E AGÊNCIA MARÍTIMA
Estúdio Escola de Animação	Arco Íris	Plano Anual do Instituto Arte no Dique	Programa NEOJIBA - Plano Anual de Atividades 2023	Orquestra Jovem do Rio Grande do Sul	Música em Ação
Talentos da Vez 09	Caju Esporte e Educação - Ano 9	Surfando Valores II		Assistência Integral às Crianças e Adolescentes	
42, Turbinando o Futuro	Espaço Cultural da Grotá			Manutenção no Atendimento à PCD Múltipla	
Campanha Olímpica Classe Laser Radial - Gabriella Kidd				Resgate Surf no Sul - Ano II	
IV Mostra de Teatro Acessível					
Reação Faixa Preta e Educação - Rocha Miranda - Ano II					
Golfe como Instrumento de Inclusão Social					
Goalball					
Museu Marítimo do Brasil - Projetos Executivos					

\* No ano em questão, não foi encontrado projeto alinhado à política e diretrizes próximo ao Centro Logístico. Dessa forma, tal unidade de negócio não foi relacionada nesta tabela.

█ EXECUTADO  
█ EM ANDAMENTO  
█ A SER REALIZADO

# 1.

PROJETO

CORPORATIVO

BASE DE APOIO

ESTALEIROS

TECON SALVADOR

TECON RIO GRANDE

REBOCADORES E AGÊNCIA MARÍTIMA

PROJETOS DE VERBA REMANESCENTE 2022

PROJETOS DE VERBA REMANESCENTE 2021

DOAÇÕES 2023

a.

# Estúdio Escola de Animação (EEA) - Ano XI

**Proponente:** Copa Studio e Baluarte Cultura

**Lei de incentivo:** Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet)

**Valor:** R\$ 220.000,00

**Ano de patrocínio:** 2022

**Status:** Concluído

**Período de realização:** Fevereiro/2023 - Janeiro/2024

**Linhas de Atuações:** Educação e Cultura

**Local de realização:** Rio de Janeiro/RJ

## RESUMO DO PROJETO:

O Estúdio Escola de Animação é um programa voltado para o ensino e disseminação da animação brasileira. Uma iniciativa de cunho cultural, técnico, estético e social que aposta fortemente na capacidade criativa e autoral de jovens talentos. O programa se dedica a qualificar a empregabilidade de jovens, de 17 a 24 anos através da linguagem da animação, contribuindo também para formação de plateia e a profissionalização desse mercado. Para isso, o Estúdio Escola de Animação realiza uma formação gratuita e profissionalizante em animação com duração de 6 meses, destinadas majoritariamente para jovens com renda familiar de até 3 salários mínimos, o #PapoReto (série de debates online), Mostra Itinerante em escolas e instituições públicas e cursos livres online.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO PROJETO:

- Capacitação voltada ao mercado de trabalho.

## RESULTADOS:

- Foram mensurados o alcance de 60 empregos gerados diretamente e 547 empregos gerados indiretamente.

## ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- [x] Oficina de capacitação gratuita em animação;
- [x] produção de 04 curtas-metragens autorais de animação;
- [x] #Paporeto: série de 3 encontros com especialistas em temas específicos relacionados ao mercado de animação;
- [x] Mostra Itinerante: realização de uma circulação com a mostra dos curtas realizados por participantes das edições anteriores e roda de conversa sobre o mercado de animação e o curso desenvolvido pelo projeto;
- [x] Mostra Première: exibição dos curtas produzidos pelos participantes do projeto ao longo da oficina de capacitação (gratuita e aberta ao público em geral).

## PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- [x] Contratação de assessoria de imprensa;
- [x] Produção de peças para redes sociais do projeto;
- [x] Produção de peças para ativação do mailing;
- [x] Contratação de equipe especializada em gestão de anúncios para campanha online;
- [x] Investimento em ADS;
- [x] Associação com projetos sociais/ONGs/Faculdades e escolas públicas;
- [x] Produção de peças gráficas: camisa, banner e carta de boas-vindas;
- [x] Produção de peças gráficas: bolsas e certificados;
- [x] Clipping.

## CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

- [x] Indicação de 02 localidades para a mostra itinerante;
- [x] Aplicação da marca e crédito em peças de divulgação;
- [x] Espaço para fala institucional na aula inaugural e Mostra Première;
- [x] Vídeo em animação personalizado;
- [ ] Cessão de curtas para ações institucionais sem fins comerciais, mediante interesse\*.

## PÚBLICO ATENDIDO:

- 60\*\*

## PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- 575

## PERFIL DO PÚBLICO:

- Jovens e adultos, entre 17 e 24 anos de idade, com renda familiar de até 3 salários mínimos\*\*\*

## OBSERVAÇÕES:

\* Não houve interesse do patrocinador.

\*\* Foram considerados apenas os números de beneficiários diretamente atendidos na Oficina de capacitação em animação.

\*\*\* Foi considerado apenas o perfil do público atendido na Oficina de capacitação em animação.



# Talentos da Vez 09

**Proponente:** Instituto Stimulu Brasil - Galpão Aplauso

**Lei de incentivo:** Lei Federal de Incentivo à Cultura

**Valor:** R\$ 210.000,00\*

**Ano de patrocínio:** 2023

**Status:** Concluído

**Período de realização:** Janeiro/2023 - Dezembro/2023

**Linhas de Atuações:** Educação e Cultura

**Local de realização:** Rio de Janeiro/RJ

## RESUMO DO PROJETO:

O projeto Talentos da Vez 09 tem como proposta capacitar jovens de 17 a 29 anos em situação de vulnerabilidade social, moradores de favelas da Região Metropolitana do Rio de Janeiro, através do Programa de Formação Humanística Profissionalizante por meio do método Galpão Aplauso de educação — contribuindo para a inserção desses jovens no mercado de trabalho.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO PROJETO:

1 - Formação Humanística e Profissionalizante para 80 jovens em situação de risco social, moradores de favelas da Região Metropolitana do Rio de Janeiro, contribuindo para a inserção desses jovens no mercado de trabalho.

## RESULTADOS:

- Formaram-se no curso mais de 80 jovens.

b.

### ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- [x] Curso de operador de áudio;
- [x] Curso de operador de luz;
- [x] Curso básico em elétrica;
- [x] Oficinas de música;
- [x] Oficinas de dança;
- [x] Oficinas de teatro;
- [x] Oficinas de canto;
- [x] Oficinas de artes visuais;
- [x] Oficinas de cenografia/projeção;
- [x] Curso de auxiliar de operação em logística;
- [x] Curso de operador de empilhadeira;
- [x] Formação humanística;
- [x] Apresentações do espetáculo "Aquilo que me faz seguir".

### PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- [x] Aplicação da logomarca em todo material de divulgação;
- [x] Banner com a marca da patrocinadora exposta permanentemente na fachada;
- [x] Aplicação da marca no site do Galpão Aplauso;
- [x] Postagens nas redes sociais do Galpão Aplauso com a logomarca do Patrocinador.

### CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

- [x] Participação prioritária de jovens alunos de escolas públicas de ensino;
- [x] Utilização de intérprete de libras no trabalho cênico de final de projeto;
- [x] Exposição de banner na fachada, durante a execução do projeto;
- [x] Aplicação da logomarca nos cards postados nas redes sociais e nas camisetas;
- [x] Pagamento de bolsa incentivo mensal, alimentação diária e entrega de material didático aos beneficiários;
- [x] Realização do curso de operador de empilhadeira e logística.

### PÚBLICO ATENDIDO:

- 88

### PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- Todas as ações foram realizadas de maneira presencial.

### PERFIL DO PÚBLICO:

- Jovens de 17 a 29 anos de idade, que estudam ou tenham concluído o ensino médio na rede pública de educação.

### OBSERVAÇÕES:

- \* Além da verba incentivada, o proponente recebeu uma doação de verba no valor de R\$ 135.000,00 (cento e trinta e cinco mil reais) para realização do curso de operador de empilhadeira e logística portuária.



C.

# IV Mostra de Teatro Acessível

**Proponente:** Escola de Gente - Comunicação em Inclusão

**Lei de incentivo:** Lei Federal de Incentivo à Cultura

**Valor:** R\$ 200.000,00\*

**Ano de patrocínio:** 2023

**Status:** Em andamento

**Período de realização:** Janeiro/2023 - Junho/2024

**Linhas de Atuações:** Educação e Cultura

**Local de realização:** Nacional

## RESUMO DO PROJETO:

A quarta edição da Mostra de Teatro Acessível é um projeto de arte contemporânea inclusiva e propõe a continuidade e a ampliação de um projeto pioneiro e bem sucedido da Escola de Gente que vem sendo desenvolvido desde 2012. A IV Mostra de Teatro Acessível oferece uma programação ampla e gratuita, com total acessibilidade comunicacional e aberta a pessoas de todo o Brasil através da internet.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO PROJETO:

1 - Propor reflexões sobre o capacitismo estrutural e a inclusão social, refletindo sobre a diversidade humana, com plena acessibilidade.

## RESULTADOS:

- O projeto está em andamento, por isso, seus resultados estão em construção.

## ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

[x] 05 palestras da fundadora da Escola de Gente, escritora e ativista social, Claudia Werneck – com Libras, audiodescrição, legendas descritivas, linguagem simples, assentos reservados para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida (nos formatos presencial e híbrido);

[x] 03 apresentações, ao vivo e online, do espetáculo de teatro acessível “Ninguém Mais Vai Ser Bonzinho”, do grupo Os Inclusos e os Sisos – Teatro de Mobilização pela Diversidade, projeto de arte e transformação social da Escola de Gente;

[x] 04 Oficinas de Teatro Acessível, ministradas pelo grupo Os Inclusos e os Sisos – Teatro de Mobilização pela Diversidade;

[x] 09 atividades de mobilização para estimular pessoas de todo o Brasil – em especial produtores/as culturais, educadores/as e pessoas com deficiência – a baixarem e utilizarem o aplicativo VEM CA;

[x] Distribuição gratuita de 3.395 exemplares do livro para infância e juventude “Um Amigo Diferente?”, impressos em tinta;

[x] Distribuição gratuita de 32 exemplares do livro para infância e juventude “Um Amigo Diferente?”, impressos em braile;

[ ] 02 apresentações ao vivo e online e do espetáculo de teatro acessível “Ninguém Mais Vai Ser Bonzinho”, do grupo Os Inclusos e os Sisos – Teatro de Mobilização pela Diversidade, projeto de arte e transformação social da Escola de Gente;

[ ] 03 Oficinas de Teatro Acessível, ministradas pelo grupo Os Inclusos e os Sisos – Teatro de Mobilização pela Diversidade;

[ ] 01 atividade de mobilização para estimular pessoas de todo o Brasil – em especial produtores/as culturais, educadores/as e pessoas com deficiência – a baixarem e utilizarem o aplicativo VEM CA;

[ ] Distribuição gratuita de 65 exemplares do livro para infância e juventude “Um Amigo Diferente?”, impressos em tinta;

[ ] Distribuição gratuita de 32 exemplares do livro para infância e juventude “Um Amigo Diferente?”, impressos em braile.\*\*

## PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

[x] Confecção de banner;  
[x] Confecção de placa;  
[x] Confecção de cartaz;  
[x] Posts no Instagram - Feed e Reels.

## CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

[x] Aplicação da marca da Wilson Sons, sob a chancela “Patrocínio”, em todos os materiais de divulgação produzidos pelo projeto;  
[x] Aplicação da marca da Wilson Sons, sob a chancela “Patrocínio”, na quarta capa do livro “Um Amigo Diferente?”, impresso em tinta com QR Code para acesso aos demais formatos acessíveis;  
[x] Aplicação da marca da Wilson Sons, sob a chancela “Patrocínio”, na quarta capa do livro “Um Amigo Diferente?”, impresso em braile;  
[x] Doação de 100 livros “Um Amigo Diferente?”, impresso em tinta, para a Associação Golfe Público de Japeri – indicação da Wilson Sons;  
[x] Doação de 100 livros “Um Amigo Diferente?”, impresso em tinta, para a ONG Urece – indicação da Wilson Sons;  
[x] Doação de 200 livros “Um Amigo Diferente?”, impresso em tinta, para o Instituto Reação – indicação da Wilson Sons;  
[x] Doação de 100 livros “Um Amigo Diferente?”, impresso em tinta, para Escola Municipal Heitor Villa-Lobos, localizada na Ilha da Conceição – indicação da Wilson Sons;  
[ ] Fornecimento de certificado de Responsabilidade Social anual.\*\*

## PÚBLICO ATENDIDO:

• 34.418

## PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

• 31.079

## PERFIL DO PÚBLICO:

• Público de diferentes faixas-etárias e segmentos sociais, atingindo majoritariamente pessoas em situação de vulnerabilidade socioeconômica, moradoras de periferia e PCDs.

## OBSERVAÇÕES:

\* Além da verba incentivada, o proponente recebeu uma doação de verba, no valor de R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais), destinada à manutenção da instituição;

\*\* Algumas atividades e contrapartidas ainda não foram realizadas, porque o projeto está em andamento.

d.

# Museu Marítimo do Brasil - Projeto Executivo

**Proponente:** Abrigo do Marinheiro  
**Lei de incentivo:** Lei Federal de Incentivo à Cultura  
**Valor:** R\$ 160.000,00  
**Ano de patrocínio:** 2023  
**Status:** À ser realizado  
**Período de realização:** Julho/2024 - Julho/2026  
**Linhas de Atuações:** Cultura  
**Local de realização:** Rio de Janeiro/RJ

## RESUMO DO PROJETO:

O projeto dará continuidade às ações de criação e construção do Museu Marítimo do Brasil, o primeiro museu marítimo público do país. Promovendo a elaboração do Projeto Executivo de Arquitetura, documento que viabilizará a construção das novas edificações e a revitalização do Espaço Cultural da Marinha, localizado no Centro do Rio de Janeiro.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO PROJETO:

- 1 - Elaborar o Projeto Executivo de construção do Museu Marítimo do Brasil, novo museu a ser sediado no Espaço Cultural da Marinha, visando avançar na requalificação do equipamento cultural já existente e do seu entorno;
- 2 - Revitalizar as áreas abertas ao público no Espaço Cultural da Marinha.

## RESULTADOS:

- O projeto ainda não foi realizado, por isso, seus resultados ainda serão construídos.

### ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- Seleção e contratação das equipes e fornecedores;
- Elaboração de planejamento estratégico;
- Revisão do Estudo Preliminar;
- Aprovações da Revisão do Estudo Preliminar;
- Projetos Executivos das obras no Espaço Cultural da Marinha (ECM);
- Anteprojeto/Projeto Legal do Museu Marítimo do Brasil;
- Aprovação legal;
- Realização das obras no ECM;
- Projeto Executivo do Museu Marítimo do Brasil;
- Detalhamentos Executivos;
- Termo de Entrega e Recebimento Provisório (TERP);
- Termo de Entrega e Recebimento Definitivo (TERD);
- Divulgação;
- Realização das contrapartidas sociais;
- Relatório final.

### PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

O plano de comunicação será elaborado após a contratação das assessorias de comunicação e imprensa.

### CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

- Aplicação da marca nos produtos do projeto e no material de divulgação, com achancela “Patrocínio”;
- Link para a página do(a) patrocinador(a) no site oficial do Museu Marítimo;
- Direito à utilização de imagens relativas ao projeto em comunicações internas e mídias sociais, mediante aprovação do(a) patrocinador(a);
- Divulgação, em Banner, do(a) patrocinador(a) em evento aberto ao público do Espaço Cultural da Marinha, que marcará, de forma simbólica, o final do projeto;
- Desconto de 25% na cessão de espaço da Diretoria do Patrimônio Histórico e Documentação da Marinha (DPHDM) para eventos da empresa (Museu Naval, Espaço Cultural da Marinha ou Ilha Fiscal);
- 50 Cupons de resgate com 02 (duas) gratuidades para Visitas ao Espaço Cultural da Marinha;
- 50 Cupons de resgate com 02 (duas) gratuidades para o Passeio Marítimo pela Baía de Guanabara (50 cupons).

### PÚBLICO ATENDIDO:

- 30.000\*

### PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

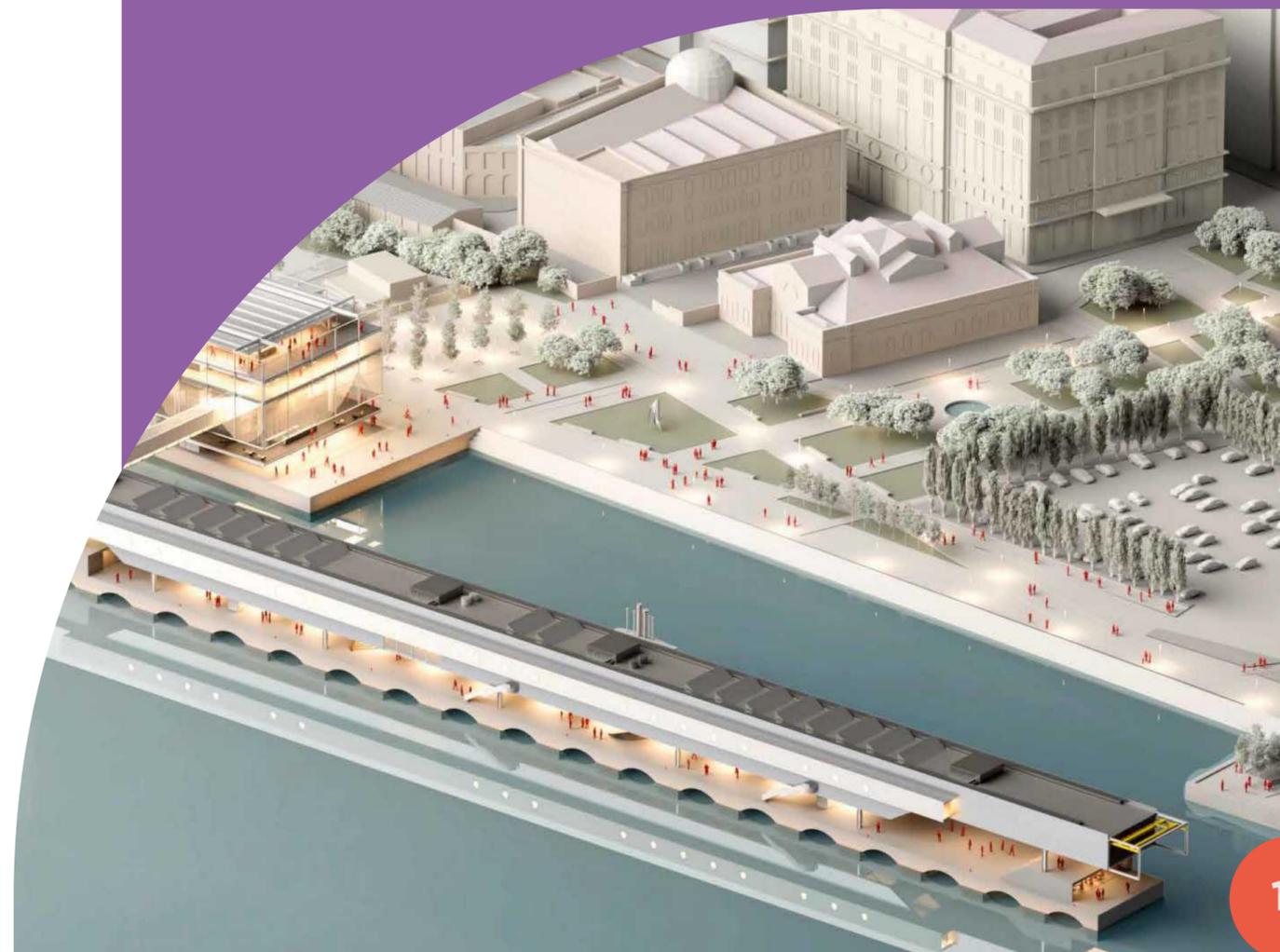
- Visto que o projeto ainda não iniciou, não há mensuração.

### PERFIL DO PÚBLICO:

- Turistas nacionais e estrangeiros, estudantes de escolas primárias, secundárias e universidades que visitam o espaço como parte de excursões. Bem como, pesquisadores e outros profissionais que buscam estudar artefatos relacionados à maritimidade brasileira, entusiastas — amadores e profissionais, que têm interesse na cultura marítima do Brasil e buscam uma fonte de conhecimento e inspiração. Além de famílias que procuram uma experiência educativa e divertida explorando as exposições e participando de atividades oferecidas.

### OBSERVAÇÕES:

\*Visto que o projeto não iniciou, esse número se trata de uma previsão. Por isso, é possível que haja alteração.



# 42, Turbinando o Futuro

**Proponente:** Instituto 42 Rio

**Lei de incentivo:** Lei Municipal de Cultura do Rio de Janeiro - ISS Rio

**Valor:** R\$ 139.715,14\*

**Ano de patrocínio:** 2023

**Status:** Concluído

**Período de realização:** Setembro/2023 - Dezembro/2023

**Linhas de Atuações:** Educação e Cultura

**Local de realização:** Rio de Janeiro/RJ

## RESUMO DO PROJETO:

O projeto realizou uma oficina, baseada na metodologia da 42 Rio, com o objetivo de promover um hackathon de soluções para diversas áreas da economia criativa. A formação foi na própria instituição por 4 semanas, com a realização de um evento final durante dois finais de semana, presencialmente, na fábrica de startups. Além disso, a formação foi aberta ao público, patrocinadores e novos candidatos a alunos.

A formação da 42 é considerada por sua excelência no campo da inovação e educação. Seus participantes (denominados cadetes) são residentes dos territórios em torno da sede da escola 42, onde o jovem atua como protagonista, sem sala de aulas e sem professores, sendo orientado por mentores na formação e desenvolvimento de seus projetos.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO PROJETO:

- 1 - Inclusão Digital;
- 2 - Realizar um Hackthon de Inovação Cultural, da Economia Criativa e Tecnológica.

e.

## RESULTADOS:

- O projeto promoveu uma maratona de atividades visando impulsionar o impacto social por meio da criação de soluções tecnológicas, inovadoras e sustentáveis alinhadas aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU.

Com acompanhamento de especialistas, os participantes desenvolveram soluções em quatro modalidades: Educação e Cidadania, Equidade e Diversidade, Criatividade e Inovação e Meio Ambiente e Sustentabilidade.

## ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- [x] Live de abertura das aulas
- [x] Oficina em madureira
- [x] Sessões online
- [x] Hackathon
- [x] Workshop "Introdução à Programação", para os finalistas do Hackathon

## PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- [x] Publicações sobre o projeto no Instagram, Linktree, Facebook, LinkedIn, Mail Marketing, Site da 42 Rio e YouTube.
- [x] Assessoria de Imprensa

## CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

- [x] Aplicação de logo do patrocinador nos uniformes, copo ecológico, ecobag, cadernos e blocos de anotações;
- [x] Aplicação de logo do patrocinador nos materiais gráficos do projeto;
- [x] Divulgação da logo do patrocinador nas redes sociais;
- [x] Convite à empresa para o evento inicial e final e concessão de fala (05min);
- [ ] Oferta de espaço para a distribuição de folder ou material institucional da Wilson Sons no evento do Hackathon e no Evento Final, mediante interesse da empresa\*\*.
- [ ] Oferta de vagas de todos os cursos oferecidos no projeto, mediante interesse do patrocinador\*\*.

## PÚBLICO ATENDIDO:

- 280

## PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- 1215

## PERFIL DO PÚBLICO:

- Adultos, maiores de 18 anos, de diferentes bairros do Rio de Janeiro.

## OBSERVAÇÕES:

- \* Além da verba incentivada, o proponente recebeu uma doação de verba, no valor de R\$ 55.000,00 (cinquenta e cinco mil reais), destinada à manutenção da instituição;
- \*\* Não houve interesse.



# Campanha Olímpica Classe Laser Radial - Gabriella Kidd

**Proponente:** Instituto Bons Ventos

**Lei de incentivo:** Lei Federal de Incentivo ao Esporte

**Valor:** R\$ 30.000,00

**Ano de patrocínio:** 2023

**Status:** Concluído

**Período de realização:** Junho/2022 - Dezembro/2023

**Linhas de Atuações:** Esporte e Saúde

**Local de realização:** Rio de Janeiro/RJ

## RESUMO DO PROJETO:

O Projeto tem por objetivo geral viabilizar, através de recursos provenientes dos incentivos previstos na Lei Federal de Incentivo ao Esporte, a campanha olímpica da atleta Gabriela Kidd, da modalidade Vela, classe Laser Radial, visando à realização de treinamentos e competições com o intuito de disputar a vaga para os Jogos Olímpicos de Paris 2024.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO PROJETO:

- 1 - Melhorar o nível técnico da atleta com ganho de experiência e participação em um número maior de competições.
- 2 - Proporcionar à atleta beneficiada melhores condições para obter resultados esportivos, por meio do aprimoramento físico, técnico e tático adquirido com o treinador e equipe multidisciplinar, além da participação em competições.

## RESULTADOS:

- Todos os objetivos previstos foram alcançados e superados. A atleta obteve o seu melhor resultado em Campeonatos Mundiais e conquistou a vaga para o Brasil, na classe ILCA6 (antiga Laser Radial), para os Jogos Olímpicos Paris 2024.

f.

#### ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- [x] Campeonato Mundial 2022
- [x] Campeonato Brasileiro 2022
- [x] Campeonato Sul-Americano 2022
- [x] Campeonato Mundial 2023
- [x] Campeonato Brasileiro 2023
- [x] Campeonato Sul-Americano 2023
- [x] Jogos Sul-Americanos de Assunção 2023;
- [x] Campeonato Mundial 2024
- [x] Jogos Pan-Americanos Santiago 2024

#### PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- [x] Confeção de adesivos com a logo do patrocinador;
- [x] Confeção de uniformes com a logo do patrocinador;
- [x] Aplicação da logo do patrocinador no site.

#### CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

- [x] Menções à marca da patrocinadora nas redes sociais da atleta, com resultados de competições, treinamentos e desafios pessoais;
- [x] Aplicação de adesivos com a marca da patrocinadora na embarcação da atleta, em todas as competições e períodos de treinamento;
- [x] Inserção da marca da patrocinadora no colete de competição e treinamento utilizado pela atleta;
- [x] Aplicação de adesivos com a marca da patrocinadora na embarcação da atleta, em todas as competições e períodos de treinamento.

#### PÚBLICO ATENDIDO:

- 1

#### PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- Todas as ações foram realizadas de maneira presencial.

#### PERFIL DO PÚBLICO:

- Uma atleta de alto rendimento



g.

# Reação Faixa Preta e Educação - Rocha Miranda - Ano II

**Proponente:** Instituto Reação

**Lei de incentivo:** Lei Federal de Incentivo ao Esporte

**Valor:** R\$ 104.381,49\*

**Ano de patrocínio:** 2023

**Status:** Em andamento

**Período de realização:** Julho/2023 - Julho/2024

**Linhas de Atuações:** Educação e Esporte

**Local de realização:** Rio de Janeiro/RJ

## RESUMO DO PROJETO:

O projeto deu continuidade ao trabalho já realizado pelo Instituto Reação, oferecendo a prática esportiva do judô no seu polo de Rocha Miranda, na cidade do Rio de Janeiro. O foco principal é disseminar a prática esportiva inclusiva, trabalhando de forma orientada e lúdica, e integrando o processo sócio-educacional com oficinas de educação.

Essa iniciativa é parte de um projeto em andamento que visa espalhar a cultura e metodologia do Instituto Reação por todo o Brasil, possibilitando um aumento significativo no número de beneficiários atendidos pelo Instituto no país. O objetivo final é formar faixas pretas não apenas dentro, mas também fora do tatame. Proporcionando oportunidades de crescimento e desenvolvimento para os praticantes de judô em diversas comunidades.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO PROJETO:

1 - Contribuir para transferência dos valores do judô para o desenvolvimento dos beneficiados.

## RESULTADOS:

- Não informado.

## ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- Aulas práticas de judô;
- Atividades Educacionais Complementares (oficinas);
- Cerimônias de Troca de Faixa;
- Semana do Brincar;
- Caminhada Reação com Elas;
- Estudos do Meio;
- Semana do Brincar.\*\*

## PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- Confeção de Banners;
- Confeção de folder.

## CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

- Aplicação da logo do patrocinador no site;
- Aplicação da logo do patrocinador na newsletter mensal;
- Aplicação da logo do patrocinador no banner dos polos beneficiados;
- Direito de divulgação da parceria nos veículos de mídia;
- Aplicação da logo do patrocinador no folder do programa;
- Convite ao patrocinador para Reinauguração Polo Rocinha com possibilidade de fala;
- Convite ao patrocinador para o Inter Reação com possibilidade de fala;
- Convite ao patrocinador para o Festival Educação e espaço de fala;
- Possibilidade de ativação com outro projeto incentivado pela Wilson Sons;
- Possibilidade de voluntariado corporativo.\*\*

## PÚBLICO ATENDIDO:

- 466

## PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- Todas as ações do projeto estão sendo realizadas de maneira presencial.

## PERFIL DO PÚBLICO:

- Crianças, de 6 a 12 anos de idade, e adolescentes, de 12 a 18 anos de idade.

## OBSERVAÇÕES:

\* Além da verba incentivada, o proponente recebeu uma doação de verba, no valor de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), destinada à manutenção da instituição;

\*\* Algumas atividades e contrapartidas ainda não foram realizadas, porque o projeto está em andamento.



# Golfe como Instrumento de Inclusão Social

**Proponente:** Associação Golfe Publico de Japeri  
**Lei de incentivo:** Lei Federal de Incentivo ao Esporte  
**Valor:** R\$ 56.407,48  
**Ano de patrocínio:** 2023  
**Status:** Em andamento  
**Período de realização:** Agosto/2023 - Agosto/2024  
**Linhas de Atuações:** Educação e Esporte  
**Local de realização:** Japeri/RJ

## RESUMO DO PROJETO:

O projeto oferece aulas de Golfe, educação física e atendimento psicológico para crianças e adolescentes, moradores da região. As aulas de golfe são ministradas de terças às sextas-feiras semanalmente, em dois turnos diários. Aos sábados, os instrutores do projeto estão disponíveis para jogar golfe com os alunos no campo da Associação. Mensalmente, serão realizados pequenos eventos com jogo de golfe entre eles e o objetivo de confraternização. As famílias também são convidadas, tornando esses encontros um grande acontecimento na comunidade. Esses eventos acontecem sempre no último sábado de cada mês.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO PROJETO:

1- Promover a saúde, o bem-estar e a integração da comunidade atendida pelo projeto.

## RESULTADOS:

- 03 alunos do projeto se destacaram no esporte e conquistaram o 1º lugar no Ranking do Estado.

h.

### ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- [x] Aulas de golfe;
- [x] Educação física;
- [x] Atendimento psicológico.\*

### PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- [x] Envio de Newsletter/e-mail com conteúdo do projeto;
- [x] Menção do patrocinador nas matérias em destaque;
- [x] Contratação de assessoria de imprensa.

### CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

- [x] Aplicação da marca do patrocinador no site;
- [x] Aplicação da marca do patrocinador na placa de campo;
- [x] Aplicação da marca do patrocinador nos uniformes;
- [ ] Menção nas matérias de divulgação;
- [ ] Cessão do campo para evento do patrocinador, mediante interesse.\*\*

### PÚBLICO ATENDIDO:

- 120

### PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- Todas as ações estão previstas para serem realizadas de maneira presencial.

### PERFIL DO PÚBLICO:

- Crianças e adolescentes, de 07 a 18 anos de idade.

### OBSERVAÇÕES:

\* Atividades de continuidade, realizadas semanalmente, até o encerramento do projeto;

\*\* Algumas atividades e contrapartidas ainda não foram realizadas, porque o projeto está em andamento.



# Goalball

**Proponente:** Urece Esporte e Cultura

**Lei de incentivo:** Lei Federal de Incentivo ao Esporte

**Valor:** R\$ 87.730,94

**Ano de patrocínio:** 2023

**Status:** Em andamento

**Período de realização:** Agosto/2023 - Julho/2024

**Linhas de Atuações:** Educação e Esporte

**Local de realização:** Nova Iguaçu/RJ

## RESUMO DO PROJETO:

O projeto tem por finalidade oferecer a inclusão efetiva mediante uma educação esportiva e psicossocial de qualidade, trabalhando sobre temas transversais emergentes (saúde, importância da prática esportiva regular para PCDs, direitos e deveres das PCDs, meio ambiente, empoderamento das mulheres, etc.), utilizando o Goalball como ferramenta principal no dia a dia das aulas para desenvolver as potencialidades cognitivas, afetivas e motoras dos alunos.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO PROJETO:

1- Proporcionar inclusão social às pessoas com deficiência através do esporte.

## RESULTADOS:

- O projeto vem acontecendo pelo seu quinto ano e, desde então, pode-se perceber grandes frutos sociais e esportivos. Como, por exemplo, alunos que permaneceram no projeto e hoje despontam nas paraolimpíadas escolares, maior evento nacional esportivo para crianças com deficiência.

#### ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- [x] atendimentos com assistente social;
- [x] aulas com assistente social;
- [x] atividade de integração com a família e comunidade;
- [x] capacitação de profissionais;
- [x] roda de conversa;
- [x] reunião com responsáveis;
- [x] atendimento psicológico;
- [ ] eventos comemorativos.

#### PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- [x] confecção de uniforme com a marca do patrocinador;
- [x] confecção de banner com a marca do patrocinador;
- [x] posts nas mídias sociais.

#### CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

- [x] aplicação da logo do patrocinador no uniforme;
- [x] aplicação da logo do patrocinador no site;
- [x] aplicação da logo do patrocinador no banner do projeto;
- [x] posts nas mídias sociais.

#### PÚBLICO ATENDIDO:

- 41

#### PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- 1.500

#### PERFIL DO PÚBLICO:

- Crianças e jovens PCDs, na faixa etária de 08 a 18 anos de idade.



# 2.

## PROJETO

CORPORATIVO

BASE DE APOIO

ESTALEIROS

TECON SALVADOR

TECON RIO GRANDE

REBOCADORES E AGÊNCIA MARÍTIMA

PROJETOS DE VERBA REMANESCENTE 2022

PROJETOS DE VERBA REMANESCENTE 2021

DOAÇÕES 2023

# Arco-Íris

**Proponente:** Burburinho Cultural Produções Artísticas LTDA

**Lei de incentivo:** Lei Federal de Incentivo à Cultura

**Valor:** R\$ 140.000,00

**Ano de patrocínio:** 2023

**Status:** Em andamento

**Período de realização:** Março/2023 - Março/2024

**Linhas de Atuações:** Educação e Cultura

**Local de realização:** Niterói/RJ \*

## RESUMO DO PROJETO:

O projeto Arco-Íris é a primeira edição de uma ação itinerante que envolve sete escolas da rede pública de sete cidades brasileiras com foco em formação e sustentabilidade.

Ao longo de sete meses, sete escolas de municípios distintos, receberam uma equipe de grafiteiros, arte-educadores e pintores que fazem uma verdadeira transformação de cores, aprendizados e afetos.

O projeto oferece oficinas da arte do graffiti, pintura e muralismo. Com orientação dos arte-educadores, os alunos, além de aprenderem técnicas do graffiti e ferramentas profissionais de pintura, realizam com os grafiteiros convidados murais de graffiti de grandes dimensões, além de colaborarem com toda a equipe para a revitalização das fachadas e muros, entregando uma nova escola para cada comunidade.

Além das oficinas em cada escola, o projeto ainda oferece workshops de reutilização de resíduos em cada praça atendida, tratando de temas diversos, inclusive sobre o reaproveitamento de tintas e latas utilizadas durante o projeto.

O projeto capacita 80 alunos por escola, durante sete dias de imersão nas oficinas, além de realizar um filme documentário registrando os impactos do projeto durante a itinerância.

a.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO PROJETO:

1 - Promover ações de arte educação visando desenvolver a cognição, o senso estético e artístico dos alunos

## RESULTADOS:

- Foi realizada um total de 07 oficinas em 7 escolas nos seguintes locais:
  - São Paulo - EE Profª Brisabella de Almeida Nobre
  - São Bernardo do Campo/SP - EE Jacob Casseb
  - Guaratinguetá/SP - EMEFI Profª Elvira Maria Giannico
  - Curitiba/PR - EM Bairro Novo do Caic Guilherme Lacerda Braga Sobrinho
  - Lages/SC - EM Nossa Senhora da Penha
  - Niterói/RJ - CE ZULEIKA RAPOSO
  - Valladares Selvíria/ MS - EMEIEF Joaquim Camargo

## ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- [x] Itinerância em 07 (sete) cidades;
- [x] Capacitação em pintura, muralismo e graffiti de 560 jovens estudantes da rede pública de 07 (sete) cidades;
- [x] Entrega de sete escolas públicas transformadas e entregues para as comunidades beneficiadas, com a presença de autoridades e patrocinadores;
- [x] Sete painéis de grandes dimensões em cada escola, realizados pelos grafiteiros locais, arte-educadores e alunos, além de graffiti nas áreas internas;
- [x] Articulação com o poder público, agentes locais e demais parceiros necessários para implementação em cada cidade, gerando uma rede positiva de recebimento do projeto;
- [x] Realização de 07 (sete) workshops de reaproveitamento de resíduos para os diretores, funcionários da escola, professores e alunos no final de cada ciclo de sete dias em cada escola;
- [x] Captação das imagens do documentário, com depoimentos positivos sobre a experiência, de alunos, diretores, educadores, parceiros e patrocinadores;
- [x] Entrega de placa com a logo de cada patrocinador nas 07 (sete) escolas;
- [x] Entrega de murais de graffiti e pinturas em cada escola que refletem o interesse das escolas envolvidas, da comunidade, com representatividade cultural e identitária local, chamando a atenção positivamente de todo o entorno, deixando um legado estético e de memória regional a longo prazo;
- [x] Relações firmadas com Prefeituras, Secretarias de Cultura, Educação e unidades escolares;
- [ ] Finalização do documentário para exibição.

## PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- [x] Assessoria de Imprensa;
- [x] Anúncios pagos no Instagram;
- [x] Publicações em redes sociais;
- [x] 08 (oito) totens sinalizando a atuação nas cidades;
- [x] Confecção de 08 (oito) banners sendo um para cada escola e um para o evento em Niterói;
- [x] Confecção de 07 (sete) placas metálicas para os muros frontais de cada escola;
- [x] 1000 flyers para o evento em Niterói;
- [x] Ações promocionais (produção de pequenos vídeos com depoimentos dos alunos sobre os resultados positivos do projeto);
- [ ] Documentário para a internet.

## CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

- [x] Realização de uma Oficina de Graffiti na escola em Niterói, na Ilha da Conceição;
- [x] Convite ao patrocinador no dia da conclusão da revitalização do muro da escola de Niterói;
- [x] Possibilidade de fala do patrocinador no dia da conclusão da revitalização do muro da escola de Niterói;
- [x] Aplicação de marca do patrocinador no Banner para acompanhar os grafiteiros nas escolas: 1,40cm X 0,80cm;
- [x] Aplicação da marca do patrocinador em Flyer distribuídos aos alunos;
- [x] Aplicação da marca do patrocinador no Totem divulgando o projeto na escola;
- [x] Aplicação de logo do patrocinador em arte para WhatsApp com informações do evento;
- [x] Aplicação da marca do patrocinador em peças de divulgação produzidas para as mídias sociais do projeto.

## PÚBLICO ATENDIDO:

- 616

## PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- O projeto não concluiu tal mensuração, pois está em andamento.

## PERFIL DO PÚBLICO:

- Jovens, estudantes de escolas públicas, de 10 a 18 anos de idade.

## OBSERVAÇÕES:

\* Local onde o núcleo escolhido e apoiado pelo patrocinador foi realizado. No entanto, o projeto também aconteceu em outras 6 cidades.

# Caju Esporte e Educação - Ano 9

**Proponente:** Fundação Gol de Letra  
**Lei de incentivo:** Lei Federal de Incentivo ao Esporte  
**Valor:** R\$ 93.928,48  
**Ano de patrocínio:** 2023  
**Status:** Em andamento  
**Período de realização:** Maio/2023 - Abril/2024  
**Linhas de Atuações:** Esporte e Educação  
**Local de realização:** Rio de Janeiro/RJ

## RESUMO DO PROJETO:

O projeto é uma ação aberta de esporte educacional, para crianças e adolescentes, abrangendo diversas modalidades trabalhadas em oficinas esportivas: Basquetebol, Capoeira, Futsal, Handebol, Muay Thai, Voleibol, Tchoukball e Futevôlei dentre outras.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO PROJETO:

1- Contribuir para a educação integral de crianças, adolescentes e jovens por meio de aprendizagens esportivas e de convívio social, que inclusive envolvam suas famílias e outros atores, como escolas públicas e moradores das comunidades locais do bairro do Caju, na cidade do Rio de Janeiro.

## RESULTADOS:

- O projeto está em andamento, por isso, seus resultados estão em construção.

b.

#### ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- Integração nas escolas;
- Dia da Família Gol de Letra;
- Jogos de integração Gol de Letra;
- Festa junina interna;
- Culminância semestral (ação promovida pela oficina de esportes, com o objetivo de finalizar um ciclo de aprendizagem e reforçar os processos pedagógicos);
- Copinha Gol de Letra;
- Sarau;
- Aulas e oficinas de esportes;
- Oficinas de apoio pedagógicos/educacionais;
- Formação de Estagiários de Ensino Médio;
- Atividades externas.\*

#### PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- Confeção de Banner Institucional;
- Manutenção das mídias sociais do Gol de Letra;
- Produção do Relatório Anual;
- Divulgação do projeto;
- Confeção dos convites para o evento anual com apoiadores;
- Confeção dos convites para eventos pedagógicos abertos ao público;
- Divulgação dos eventos pedagógicos abertos ao público.

#### CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

- Confeção de Banner Institucional;
- Visibilidade no site da Fundação (Página Parceiros/categoria);
- Visibilidade no site da empresa (Disponibilizar o Logo da Fundação para o uso da empresa no site e eventuais ações de divulgação da parceria, mediante consulta e aprovação da equipe da Fundação Gol de Letra);
- Visibilidade da logo no Relatório Anual;
- Convite para o Evento Anual de parceiros da Fundação;
- Convites para os eventos dos programas pedagógicos da Fundação;
- Entrega da Placa Online de Parceria;
- Entrega do Selo de Parceria (online).\*

#### PÚBLICO ATENDIDO:

- 1000

#### PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- Todas as ações do projeto estão sendo realizadas de maneira presencial.

#### PERFIL DO PÚBLICO:

- Crianças e adolescentes, de 06 a 15 anos de idade.

#### OBSERVAÇÕES:

- \* Algumas atividades e contrapartidas ainda não foram realizadas, porque o projeto está em andamento.



# Espaço Cultural da Grota

**Proponente:** Reciclarte

**Lei de incentivo:** Lei Federal de Incentivo à Cultura

**Valor:** R\$ 200.000,00

**Ano de patrocínio:** 2023

**Status:** Em andamento

**Período de realização:** Janeiro/2024 - Dezembro/2024\*

**Linhas de Atuações:** Cultura e Educação

**Local de realização:** Niterói/RJ

## RESUMO DO PROJETO:

O Espaço Cultural da Grota é um local de formação cidadã onde crianças e jovens em situação de vulnerabilidade social têm acesso ao aprendizado musical e formação profissional na área da música.

O produto principal desta proposta se constitui no Plano Trienal. Ou seja, a manutenção das atividades do Espaço Cultural da Grota ECG, projeto social sediado em Niterói-RJ, cuja missão é proporcionar o acesso de crianças e jovens, moradores de comunidades e em situação de vulnerabilidade, às aulas e atividades na área da música e das artes em geral. Além da construção de capacidades artísticas, ampliação da diversidade cultural, formação para a prática cidadã e inserção no mercado de trabalho — incluindo o corpo técnico e de professores.

Os demais produtos são: Apresentações musicais (Temporada de concertos da Orquestra da Grota); oficinas/workshops/seminário audiovisual (cursos de férias); contrapartidas sociais (cursos livres de música e aulas de musicalização em creches comunitárias e públicas); Websérie.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO PROJETO:

1 - Manutenção das atividades do Espaço Cultural da Grota, incluindo o corpo técnico e de professores.

C.

## RESULTADOS:

- O projeto está em andamento, por isso, seus resultados estão em construção. No entanto, pode-se mencionar ex-alunos do projeto que, graças a formação, alcançaram novas oportunidades.

Um ex-aluno, por exemplo, atualmente mora na Alemanha e faz pós-graduação em educação musical. O Espaço Cultural da Grotta, possui muitos ex-alunos formados e também concursados e trabalhando na rede pública e privada de educação de Niterói e do Rio de Janeiro.

## ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- Aulas regulares;
- Temporada de concertos da Orquestra da Grotta;
- Cursos de Férias;
- Cursos livres de música e aulas de musicalização em creches comunitárias e públicas;
- Websérie com 12 episódios de aproximadamente 06 minutos cada.\*\*

## PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- Criação de nova identidade visual para o Espaço Cultural da Grotta e a Orquestra de Cordas da Grotta;
- Criação de conteúdos em áudio, vídeo, foto e texto para divulgação nas redes próprias e mídias externas, incluindo a imprensa;
- Implementação de serviço de assessoria de imprensa;
- Postagens regulares e estratégicas nas redes sociais;
- Criação de uma revista digital trimestral, visando publicar e divulgar matérias envolvendo iniciativas da comunidade ligadas ao projeto e também prestar contas sobre a gestão física/financeira do ECG.

Para a divulgação de eventos externos oficiais da Orquestra de Cordas da Grotta, serão confeccionados:

- 30 cartazes: formato A3, 4/0 cores, papel couché mate 150g;
- 2 banners: 90 cm x 120 cm, 4/0 cores, lona fosca, acabamento com canaleta;
- Programas do concerto: 100 unidades para cada concerto, totalizando mil unidades, 2 faces, 4/4, 30 cm x 21 cm ab/15 cm x 21 cm fc, papel couché mate 150g; 1 dobra.\*\*

## CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

- Realização de um núcleo na Ilha da Conceição;
- Aplicação da logo da Wilson Sons em todo material de divulgação do projeto (on-line e off-line).\*\*

## PÚBLICO ATENDIDO:

- 156\*\*\*

## PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- Todas as ações do projeto estão sendo realizadas de maneira presencial.

## PERFIL DO PÚBLICO:

- Crianças e jovens em situação de vulnerabilidade social.

## OBSERVAÇÕES:

\* Em 2023 o projeto não conseguiu a liberação do PRONAC para a utilização da verba. Por isso, sua execução iniciou em 2024;

\*\* Visto que o projeto está em andamento, algumas atividades, contrapartidas e itens previstos no plano de comunicação ainda não foram executados;

\*\*\* Esse número corresponde a quantidade esperada. Visto que o projeto encontra-se em andamento, pode sofrer alterações.



# 3.

PROJETO

CORPORATIVO

BASE DE APOIO

ESTALEIROS

TECON SALVADOR

TECON RIO GRANDE

REBOCADORES E AGÊNCIA MARÍTIMA

PROJETOS DE VERBA REMANESCENTE 2022

PROJETOS DE VERBA REMANESCENTE 2021

DOAÇÕES 2023

# Plano Anual do Instituto Arte no Dique

**Proponente:** Instituto Arte no Dique

**Lei de incentivo:** Lei Federal de Incentivo à Cultura

**Valor:** R\$ 110.000,00

**Ano de patrocínio:** 2023

**Status:** Concluído

**Período de realização:** Janeiro/2023 - Dezembro/2023

**Linhas de Atuações:** Educação e Cultura

**Local de realização:** Santos/SP

## RESUMO DO PROJETO:

O projeto visou realizar a manutenção do Instituto Arte no Dique, uma organização social que atua há 21 anos na região do Dique da Vila Gilda em Santos-SP. Foi ofertada uma variedade de atividades, incluindo oficinas culturais e artísticas, workshops, seminários, palestras, ações sociais, e atendimento a, aproximadamente, 500 pessoas mensalmente.

Além disso, foi realizada uma oficina de empreendedorismo para mulheres. A formação capacitou 10 mulheres, mães solas e/ou em vulnerabilidade social, moradoras da comunidade da Santa Cruz dos Navegantes, sendo ministrada por uma profissional brinquedista, especialista em transformar materiais reutilizáveis em brinquedos, bolsas, estojos, ecobags e outros. Os materiais produzidos na oficina foram comercializados e o retorno do lucro direcionado às beneficiárias do projeto. Também foi realizada a entrega de cestas básicas mensais, para incentivar a continuidade na formação.

Essa proposta, também, manteve a equipe de gestão do instituto, garantindo sua continuidade e eficiência nas atividades desenvolvidas. Além disso, visa realizar a manutenção predial do edifício sede, assegurando um ambiente adequado e seguro para todas as atividades realizadas.

Essa iniciativa é crucial para continuar proporcionando oportunidades de desenvolvimento e crescimento para a comunidade local, promovendo a inclusão social e cultural através das diversas atividades oferecidas pelo Instituto Arte no Dique.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO PROJETO:

1 - Manter as atividades, equipe administrativa e gestão do Instituto Arte no Dique.

a.

## RESULTADOS:

- Manutenção Predial: Foram realizadas reformas na parte elétrica e de tubulações, nas instalações dos aparelhos de ar condicionado e tomadas em geral. Pintura da parte externa e instalação.

- Oficinas Culturais Secult: Abertura de inscrições para as oficinas conveniadas com a Secretaria de Cultura de Santos. Atendimento total: 354 pessoas.

- Oficinas Educação Integral: Atividades recreativas, culturais e esportivas no período de contraturno. Atendimento total: 535 crianças.

- Oficinas Plano Anual: Atividades artísticas, culturais e técnicas realizadas através do fomento da Lei de Incentivo à Cultura. Lista de atividades que estão sendo executadas: Design Gráfico; Produção Audiovisual; Produção Musical Digital; Teatro; Balé; Gastronomia Básica; Costura Criativa; Estamparia de Camisetas e Oficina de Artes. Atendimento total: 125 pessoas.

- Oficina de Artes Sustentáveis: A oficina Arte Sustentável — Mulheres da Santa Cruz tem ocorrido todas às quartas-feiras das 14h às 16h em uma paróquia da comunidade da Santa Cruz dos Navegantes. A atividade contempla 10 mulheres em situação de vulnerabilidade social, que recebem todos os meses cestas básicas como incentivo a participarem do projeto.

- Beco Limpo: Atividades formativas relacionadas ao meio ambiente com eixos de compostagem, marcenaria e co-criação. O público atendido é de 27 jovens e o projeto é dividido em trimestre, onde novos alunos ingressam nas atividades.

- Cine Maria-Mulata: Sessão gratuita de cinema infantil realizada uma vez ao mês na sede do Instituto. Em cada edição, atendemos um público geral de 200 crianças.

- O Som das Palafitas: Festival de música popular realizado uma vez por mês. Público estimado em cada apresentação: 120 crianças.

- Escolinha de Futsal: Oficina de futebol de salão para crianças de 07 a 12 anos. Atendimento total: 60 crianças.

- Semana Cultural da primavera: Atividades que envolvem cultura, arte e meio ambiente para crianças de 07 a 12 anos.

- Espetáculo "Capitães de Areia" (Aniversário do Instituto Arte no Dique): Espetáculo realizado no Teatro Guarany, Santos/SP, com a apresentação gratuita para 120 pessoas.

## ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- [x] Manutenção Predial;
- [x] Oficinas Culturais Secult;
- [x] Oficinas Educação Integral;
- [x] Oficinas Plano Anual;
- [x] Oficina de Artes Sustentáveis;
- [x] Beco Limpo;
- [x] Cine Maria-Mulata;
- [x] O Som das Palafitas;
- [x] Escolinha de Futsal;
- [x] Semana Cultural da primavera;
- [x] Semana Cultural do Brincar;
- [x] Espetáculo "Capitães de Areia".

## PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- [x] 03 publicações exclusivas do patrocinador nos perfis de redes sociais do Instituto;
- [x] Logo do patrocinador no site Institucional;
- [x] Logo nos vídeos, fotos e imagens do Instituto;
- [x] Logo do parceiro na assinatura do vídeo institucional, arte gráfica de publicação das oficinas, assinatura do vídeo institucional, arte gráfica de publicação dos projetos autorais: "O Som das Palafitas" e "Cine Maria-Mulata".

## CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

- [x] Logo nos vídeos e artes gráficas do Instituto;
- [x] Logo do patrocinador nos coletes da oficina de "Arte Sustentável";
- [x] Logo do patrocinador no site Institucional;
- [x] Logo do patrocinador em espaços físicos da Instituição como vigas e painéis do salão principal;
- [x] 03 publicações exclusivas do patrocinador nos perfis de redes sociais do Instituto.

## PÚBLICO ATENDIDO:

- 7789

## PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- 132.000

## PERFIL DO PÚBLICO:

- Atendimento a crianças, de 7 a 12 anos, adolescentes, de 13 a 17 anos, e adulto, a partir de 18 anos. Os adolescentes e jovens são oriundos da rede pública de ensino e/ou estão em situação de vulnerabilidade social.

# Surfando Valores - Ano II

**Proponente:** Projeto Ondas  
**Lei de incentivo:** Lei Federal de Incentivo ao Esporte  
**Valor:** R\$ 50.672,61  
**Ano de patrocínio:** 2023  
**Status:** Em andamento  
**Período de realização:** Junho/2023 - Maio/2024  
**Linhas de Atuações:** Educação e Esporte  
**Local de realização:** Guarujá/SP

## RESUMO DO PROJETO:

O projeto realiza, pelo segundo ano, práticas de aprendizagem de surf para crianças e adolescentes, na maioria de escolas públicas, como inclusão para uma população advinda de comunidades vulneráveis a riscos sociais, complementando com ensino de práticas éticas de cidadania e respeito ao meio ambiente.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO PROJETO:

- 1- Propiciar consciência corporal a partir do universo do lazer e prática de atividades esportivas que promovam a iniciativa de grupo de pessoas em prol da igualdade, ética e solidariedade;
- 2- Fortalecer o senso de responsabilidade, de respeito pelo meio ambiente, pelo seu companheiro e estimular o exercício da cidadania;
- 3- Contribuir para conscientizar as crianças na integração social desenvolvendo os aspectos de autonomia, solidariedade e disciplina característica do surf.

b.

## RESULTADOS:

- O projeto está em andamento, por isso, seus resultados estão em construção. No entanto, o projeto já viu melhora do comportamento e relacionamento dos alunos, contribuindo positivamente para o cumprimento dos objetivos estabelecidos.

## ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- Aulas de Surf e a natação;
- Ações ambientais;
- Festivais;
- Serviço social;
- Festa de encerramento: confraternização do projeto.\*

## PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- Construção e/ou manutenção de Website;
- Elaboração de Newsletter;
- Divulgação na fachada;
- Aplicação de marcas em uniformes.

## CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

Aplicação da logo do patrocinador em:

- Website
- Newsletter
- Fachada
- Uniformes

## PÚBLICO ATENDIDO:

- 70

## PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- Todas as ações foram realizadas de maneira presencial.

## PERFIL DO PÚBLICO:

- Crianças, de 7 a 12 anos de idade, em situação de vulnerabilidade socioeconômica.

## OBSERVAÇÕES:

\* Somente os festivais foram concluídos, as demais atividades estão em andamento e a confraternização será realizada ao final do projeto.



# 4.

PROJETO

CORPORATIVO

BASE DE APOIO

ESTALEIROS

TECON SALVADOR

TECON RIO GRANDE

REBOCADORES E AGÊNCIA MARÍTIMA

PROJETOS DE VERBA REMANESCENTE 2022

PROJETOS DE VERBA REMANESCENTE 2021

DOAÇÕES 2023

# Programa NEOJIBA - Plano Anual de Atividades 2023

**Proponente:** Instituto de Desenvolvimento Social pela Música (IDSM)

**Lei de incentivo:** Lei Federal de Incentivo à Cultura

**Valor:** R\$ 250.000,00

**Ano de patrocínio:** 2023

**Status:** Concluído

**Período de realização:** Junho/2023 - Dezembro/2023

**Linhas de Atuações:** Educação e Cultura

**Local de realização:** Salvador/BA

## RESUMO DO PROJETO:

O Programa NEOJIBA — Plano Anual de Atividades 2023, é um programa de integração social através do ensino e da prática coletivos da música, que beneficia diretamente 2324 e indiretamente mais de 4500 crianças, adolescentes e jovens.

O projeto contempla a manutenção de 13 Núcleos, sendo: o Núcleo Central NEOJIBA, em Salvador; mais 03 Núcleos Territoriais NEOJIBA, em Feira de Santana, Teixeira de Freitas e Vitória da Conquista; 09 Núcleos de Prática Musical (NPM), em diferentes bairros da capital: Bairro da Paz, Pirajá, Nazaré, Campo Grande, Liberdade e Nordeste de Amaralina, e em outros três municípios do estado, a saber: Simões Filho, Jequié e Lauro de Freitas; um Ateliê Escola de Luteria; masterclasses; apresentações musicais em Salvador; formato de ensino NEOJIBA Sem Fronteiras; uma Turnê; uma Turnê da Camerata Juvenil de Violões em São Paulo; um festival de canto coral; IV Festival NEOJIBA Encanta Itinerante.

No Plano Anual, descrito anteriormente, a Wilson Sons direcionou o incentivo ao Ateliê Escola de Luteria. A Luteria e Escola de Luteria do NEOJIBA visou capacitar e formar jovens aprendizes no ofício de luthier, gerando profissionais especializados na restauração de violinos antigos, na construção de arcos antigos e na manutenção de instrumentos de sopro. O projeto fornece os materiais e equipamentos necessários, como ferramentas, maquinários e insumos. Além disso, a Escola oferece uma valiosa oportunidade de capacitação e imersão no universo da luteria, com a orientação de profissionais renomados, fundamental para o desenvolvimento dos participantes.

a.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO PROJETO:

Capacitar e formar jovens aprendizes no ofício de luthier, desenvolvendo suas habilidades na restauração de violinos antigos, na construção de arcos antigos e na manutenção de instrumentos de sopro.

## RESULTADOS:

- Foram capacitados 16 bolsistas nos Ateliês Escola de Luteria e realizados uma média de 250 reparos em instrumentos durante a execução do projeto.

## ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- [x] Oficina de construção de instrumentos de cordas friccionadas;
- [x] 4ª edição da Academia Luteria;
- [x] Seminário de capacitação em luteria;
- [x] Seminário Luteria de Cordas Dedilhadas;
- [x] Seminário de Logística realizado no Terminal Marítimo de Salvador.

## PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- [x] Aplicação da marca no site;
- [x] Reels sobre o projeto nas redes sociais.

\*Alcance de Reels: 226.100

## CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

- [x] Aplicação de logo do patrocinador nas redes sociais do programa Neojiba;
- [x] Aplicação da logo do patrocinador nas peças gráficas relacionadas ao produto do plano anual, incentivado pela Wilson Sons;
- [x] Citação do patrocinador em eventos e releases do projeto.

## PÚBLICO ATENDIDO:

- 16

## PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- Todas as ações foram realizadas de maneira presencial.

## PERFIL DO PÚBLICO:

- Adolescentes, de 12 a 18 anos, prioritariamente em situações de vulnerabilidade.



# 5.

PROJETO

CORPORATIVO

BASE DE APOIO

ESTALEIROS

TECON SALVADOR

TECON RIO GRANDE

REBOCADORES E AGÊNCIA MARÍTIMA

PROJETOS DE VERBA REMANESCENTE 2022

PROJETOS DE VERBA REMANESCENTE 2021

DOAÇÕES 2023

a.

# Orquestra Jovem do Rio Grande do Sul - Plano Triannual 2023

**Proponente:** Associação Orquestra Jovem do Rio Grande do Sul

**Lei de incentivo:** Lei Federal de Incentivo à Cultura

**Valor:** R\$ 260.000,00

**Ano de patrocínio:** 2023

**Status:** Em andamento

**Período de realização:** Janeiro/2023 - Março/2024

**Linhas de Atuações:** Educação e Cultural

**Local de realização:** Porto Alegre/RS

## RESUMO DO PROJETO:

Este Plano de Atividades trata-se da continuidade das atividades da Orquestra Jovem do Rio Grande do Sul. Majoritariamente no que se refere às oficinas permanentes de formação profissional, teoria musical e prática de concerto sinfônico para crianças e jovens provenientes de famílias de baixa renda. Além da realização de master classes com convidados como atividade de formação complementar, a realização de concertos didáticos e de finalização de semestre e a difusão das atividades realizadas pela orquestra em contexto internacional fomentando o intercâmbio e contemplando também uma oficina de contrapartida social.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO PROJETO:

1 - Aprendizagem profissional em música.

## RESULTADOS:

- O projeto pretendeu atender 150 alunos, mas conseguiu contemplar 181.

### ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- [x] Concertos Oficiais;
- [x] Concertos Didáticos;
- [x] Formação Musical;
- [x] Masteclass violino – Contribuições Musicais.
- [x] MASTERCLASS Viola – Contribuições Musicais
- [x] MASTERCLASS Juntos na Orquestra - Contrabaixo
- [x] MASTERCLASS Princípios da Improvisação - Acordeon
- [x] MASTERCLASS A Orquestra e seu Projeto de Vida
- [x] MASTERCLASS Cordas
- [x] MASTERCLASS Tangos, Piazzola, Bandoneon e Piano
- [x] Saraus
- [x] intercâmbio de alunos do projeto, acompanhados de educadores, para os Estados Unidos

### PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- [x] Confeção de folders;
- [x] Confeção de banners;
- [x] Elaboração de convites digitais;
- [x] Divulgação no site da Orquestra Jovem do Rio Grande do Sul;
- [x] Divulgação nas redes sociais;
- [x] Divulgação na mídia.

### CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

- [x] Citação e aplicação da marca do patrocinador nos concertos oficiais, concertos didáticos e saraus;
- [x] Aplicação da marca em folders;
- [x] Aplicação da marca em banners de palco;
- [x] Aplicação da marca em convites digitais;
- [x] Aplicação da marca no programa digital do concerto;
- [x] Aplicação da marca no uniforme: camisetas e moletons;
- [x] Aplicação marca no site da Orquestra Jovem do Rio Grande do Sul;
- [x] Aplicação da marca nas redes sociais;
- [x] Participação no Programa de Integração entre Projetos: concerto na Kinder, em comemoração aos 35 anos da instituição;
- [x] Aplicação da marca em cartazes;
- [ ] Apresentação em evento da empresa, mediante interesse do patrocinador.\*

### PÚBLICO ATENDIDO:

- 181

### PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- 800

### PERFIL DO PÚBLICO:

- Crianças e jovens de, 10 aos 24 anos, da rede escolar pública e provenientes de famílias de baixa renda.

### OBSERVAÇÕES:

- \* Não houve interesse do patrocinador.



# Assistência Integral às Crianças e Adolescentes com Câncer

**Proponente:** Instituto de Câncer Infantil

**Lei de incentivo:** Fundo da Infância e Adolescência - Porto Alegre

**Valor:** R\$ 244.792,67

**Ano de patrocínio:** 2023

**Status:** Concluído

**Período de realização:** Janeiro/2023 - Dezembro/2023

**Linhas de Atuações:** Saúde

**Local de realização:** Porto Alegre/RS

## RESUMO DO PROJETO:

O Instituto do Câncer Infantil proporciona assistência integral a crianças e adolescentes com câncer. Para ser possível implementar diferenciais significativos aos serviços oferecidos pelo Sistema Único de Saúde (SUS), são necessários investimentos adicionais nas áreas multidisciplinares da instituição, no Centro Integrado de Apoio e na Casa ICI. Dessa forma, o projeto almejou ampliar a assistência às crianças e adolescentes que enfrentam o câncer infantojuvenil. Além de manter com qualidade os serviços prestados e garantir aos pacientes que se encontram em cuidados paliativos, o alívio do sofrimento, controle dos sintomas da dor e acolhimento aos familiares no momento da despedida.

O projeto foi executado nas sedes do Instituto do Câncer Infantil, no Centro Integrado de Apoio, que assiste crianças e adolescentes em tratamento, e na Casa ICI, que recebe os pacientes que estão em cuidados paliativos, bem como seus familiares.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO PROJETO:

- 1 - Aumentar os atendimentos em todas as áreas multiprofissionais;
- 2 - Manter e capacitar a equipe multiprofissional, entre eles funcionários e voluntários, que atendem as crianças e adolescentes em tratamento e /ou em cuidados paliativos;
- 3 - Aprimorar e ampliar os serviços prestados.

b.

## RESULTADOS:

- Foram realizados atendimentos com equipe multiprofissional e atividade complementares: durante o ano de 2023, o Núcleo de Atenção ao Paciente realizou 24.684 atendimentos nas áreas da odontologia, psicologia, nutrição, serviço social, pedagogia, psicopedagogia, fonoaudiologia, fisioterapia, área médica, núcleo acompanhar, atividades festivas e de lazer, recreação e demais áreas. Foi realizado, também, a doação de 46.349 kg de alimentos e 18.479 peças de roupas/vestuário.

Durante o ano, ocorreram diversas capacitações como a semana SIPAT com palestras direcionadas a funcionários e voluntários, palestra sobre os temas “Comunicação Não-Violenta” e “Diversidade que fortalece a causa”, capacitação direcionada à diversidade ao ambiente corporativo, entre outras. E foram apresentados 18 trabalhos em um congresso, em Florianópolis.

O ICI participou com trabalhos na área da oncologia pediátrica, incluindo apresentações orais e pôsteres. Além de terem realizado contratações de profissionais consultores para aprimorar os serviços prestados gratuitamente às crianças, adolescentes e seus familiares.

Ademais, com o apoio da verba incentivada, o ICI realizou a confecção e o procedimento de uma prótese ocular em um dos pacientes que havia perdido um olho por conta do tratamento.

## ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- [x] Contratação de profissionais consultores para aprimorar os serviços prestados gratuitamente às crianças, adolescentes e seus familiares;
- [x] Capacitação dos funcionários;
- [x] Atendimentos com equipe multiprofissional;
- [x] Atividades complementares.

## PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- [x] Publicações e atualizações no site da instituição;
- [x] Publicações em redes sociais;
- [x] Disparo de e-mail Marketing;
- [x] Link no site da instituição para a página do Funcriança
- [x] Notícia na Newsletter da instituição
- [x] Materiais informativos no site da instituição
- [ ] Relatório de atividades\*

## CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

- [x] Palestra online sobre câncer de mama e de próstata, exclusiva para os colaboradores da Wilson Sons;
- [x] Logo da Wilson Sons no site do Instituto do Câncer Infantil;
- [x] Post de agradecimento com logo do patrocinador.

## PÚBLICO ATENDIDO:

- 25.205 (paciente fixos e atendimentos).

## PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- Todas as ações foram realizadas de maneira presencial.

## PERFIL DO PÚBLICO:

- Crianças e adolescentes, até 18 anos de idade, com câncer.

## OBSERVAÇÕES:

\* O relatório está em produção.



# Manutenção no Atendimento à PCD Múltipla

**Proponente:** Kinder Centro de Integração da Criança Especial  
**Lei de incentivo:** Fundo da Infância e Adolescência - Porto Alegre  
**Valor:** R\$ 191.915,83  
**Ano de patrocínio:** 2023  
**Status:** Concluído  
**Período de realização:** Janeiro/2023 - Dezembro/2024  
**Linhas de Atuações:** Educação e Saúde  
**Local de realização:** Porto Alegre/RS

## RESUMO DO PROJETO:

O projeto visa oferecer serviço de reabilitação e habilitação às pessoas com deficiência múltipla e a promoção de sua integração à vida comunitária.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO PROJETO:

1 - Garantir os atendimentos de Educação Especial, Reabilitação e Assistência Social para bebês, crianças e jovens com deficiência múltipla.

## RESULTADOS:

- Através dos atendimentos realizados e parcerias estabelecidas, foi possível encaminhar o atendimento de um paciente. Por meio dele, se descobriu o diagnóstico que ainda não havia sido fechado. Com o diagnóstico, a criança está recebendo o tratamento adequado.

C.

### **ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:**

- [x] Aulas de Educação Especial;
- [x] Atendimentos de Fisioterapia;
- [x] Atendimentos de Fonoaudiologia;
- [x] Atendimentos de Terapia Ocupacional;
- [x] Atendimentos de Psicologia;
- [x] Atendimentos de Neuropediatria;
- [x] Atendimentos de Enfermagem;
- [x] Atendimentos com Assistente Social.

### **PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:**

- [x] Manutenção e atualizações do site da instituição.

### **CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:**

- [x] Divulgação da logo do patrocinador no site da instituição;
- [x] Convite ao patrocinador para eventos institucionais;
- [x] Concessão de fala, ao patrocinador, em eventos institucionais;
- [x] Ação com outros projetos incentivados pelo patrocinador.

### **PÚBLICO ATENDIDO:**

- 241

### **PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:**

- Todas as ações foram realizadas de maneira presencial.

### **PERFIL DO PÚBLICO:**

- Crianças e adolescentes, até os 18 anos de idade, com deficiência múltipla.



d.

# Resgate do Surf no Sul - Ano II

**Proponente:** Associação Gaúcha de Professores de Surf

**Lei de incentivo:** Lei Federal de Incentivo ao Esporte

**Valor:** R\$ 80.000,00

**Ano de patrocínio:** 2023

**Status:** Em andamento

**Período de realização:** Janeiro/2024 - Julho/2024

**Linhas de Atuações:** Esporte

**Local de realização:** Rio Grande/RS

## RESUMO DO PROJETO:

O projeto planejou dar continuidade nos ciclos de oficinas itinerantes, com intuito de difundir e fomentar a prática do surf e skate, para crianças e adolescentes de 6 cidades (praias) do Estado do Rio Grande do Sul. Visou, dessa forma, a busca de um estilo de vida mais saudável, bem como à conscientização dos participantes quanto aos seus direitos e responsabilidades sociais e ambientais, contribuindo com a preservação.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO PROJETO:

- 1 - Proporcionar a vivência prática de crianças e adolescentes com o surf;
- 2 - Promover a saúde através do esporte.

## RESULTADOS:

- Como o projeto está em andamento, os objetivos ainda não foram alcançados.

### ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- Aulas de Surf;
- Aulas de Skate;
- Aula de conscientização ambiental;
- Mutirão de Limpeza (separação e destinação correta);
- Entrega de Relatório para patrocinadores.\*

### PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- Aplicação da logo do patrocinador nos uniformes;
- Aplicação da logo do patrocinador nas redes sociais do projeto.

### CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

- 02 publicações de agradecimento ao patrocinador nas redes sociais do projeto (início e encerramento);
- Publicação periódica nas redes sociais do projeto com menção e logomarca do patrocinador (mensal);
- Aplicação da logomarca do patrocinador em uniformes;
- Planejamento em conjunto ao patrocinador para melhor divulgação de ações do projeto (rede social à vincular em publicação estratégica mencionando a empresa);
- Possibilidade de ação de mutirão de limpeza nas praias com os colaboradores da empresa (mediante interesse);
- Possibilidade de realização de 01 palestra ou oficina sobre educação ambiental, para público de interesse da empresa (mediante interesse da empresa);
- Vídeo institucional ou texto específico, durante as ações dos projetos (escolas);
- Indicação de local de interesse, para seleção das escolas (mediante interesse).\*

### PÚBLICO ATENDIDO:

- 240\*\*

### PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- Todas as ações estão previstas para serem realizadas de maneira presencial.

### PERFIL DO PÚBLICO:

- Crianças e adolescentes de, 12 a 18 anos, da rede escolar pública.

### OBSERVAÇÕES:

\* Algumas atividades e contrapartidas ainda não foram realizadas, porque o projeto está em andamento.

\*\*Visto que o projeto está em andamento, esse número se trata de uma previsão. Por isso, é possível que haja alteração.



# 6

PROJETO

CORPORATIVO

BASE DE APOIO

ESTALEIROS

TECON SALVADOR

TECON RIO GRANDE

REBOCADORES E AGÊNCIA MARÍTIMA

PROJETOS DE VERBA REMANESCENTE 2022

PROJETOS DE VERBA REMANESCENTE 2021

DOAÇÕES 2023

a.

# Música em Ação – Meio Norte Maranhão

**Proponente:** Sol Maior Produção Musical

**Lei de incentivo:** Lei Federal de Incentivo à Cultura

**Valor:** R\$ 199.914,00

**Ano de patrocínio:** 2023

**Status:** Concluído

**Período de realização:** Agosto/2023 - Fevereiro/2024

**Linhas de Atuações:** Cultura

**Local de realização:** Guimarães e Cedral/MA

## RESUMO DO PROJETO:

O projeto propôs a realização de oficinas de música, de cunho teórico e prático, para crianças e jovens da região do litoral ocidental maranhense. O proponente também realizou uma oficina a uma comunidade quilombola chamada Damasio do Município Guimarães.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO PROJETO:

1- Oferecer cursos de Musicalização Infantil, para alunos da rede pública e/ou em vulnerabilidade social.

## RESULTADOS:

- Todas as oficinas foram realizadas

### ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- [x] Oficinas de sopro: clarinete, trombone, saxofone, trompete;
- [x] Oficinas de cordas: violão, violino;
- [x] Curso de Musicalização Infantil, por meio de grupo de flauta doce.

### PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- [x] Contatos com empresas especializadas e meios de comunicação para difusão e divulgação das ações do projeto;
- [x] Criação da logomarca do projeto;
- [x] Criação da arte do projeto com inserção da marca do patrocinador e demais apoiadores/parceiros;
- [x] Confeccção de cartazes, banners, outdoors e camisetas;
- [x] Divulgação em carro de som;
- [x] Entrevistas em rádio local;
- [x] Publicação em jornais, blogs, redes sociais e outros;
- [x] Criação de uma conta no Instagram;
- [x] Criação do canal no YouTube.

### CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

- [x] Aplicação da marca do patrocinador nos materiais de divulgação do projeto;
- [ ] Possibilidade de fala do patrocinador em algum evento/palestra realizada pelo projeto, mediante interesse\*
- [ ] Possibilidade de ativação com parte de estudantes do projeto, mediante interesse\*

### PÚBLICO ATENDIDO:

- 178

### PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- Todas as ações foram realizadas de maneira presencial.

### PERFIL DO PÚBLICO:

- Crianças e jovens da rede pública, assim como alunos de baixa renda e comunidade Quilombola.

### OBSERVAÇÕES:

- \* Não houve interesse do patrocinador



**7**

**PROJETO**

**CORPORATIVO**

**BASE DE APOIO**

**ESTALEIROS**

**TECON SALVADOR**

**TECON RIO GRANDE**

**REBOCADORES E AGÊNCIA MARÍTIMA**

**PROJETOS DE VERBA REMANESCENTE 2022**

**PROJETOS DE VERBA REMANESCENTE 2021**

**DOAÇÕES 2023**

a.

# Galeota Real - Exposição na Ilha Fiscal

**Proponente:** Departamento Cultural do Abrigo do Marinheiro

**Lei de incentivo:** Lei Federal de Incentivo à Cultura

**Valor:** R\$ 160.000,00

**Ano de patrocínio:** 2022

**Status:** Concluído

**Período de realização:** Abril/2021 - Novembro/2023

**Local de realização:** Rio de Janeiro/RJ

## RESUMO DO PROJETO:

A Galeota D. João VI foi construída em 1808 para o serviço particular do Príncipe Regente, no contexto da transferência da corte portuguesa para o Brasil (1808-1821). O projeto "Galeota Real - Exposição na Ilha Fiscal" consistiu na construção de um novo espaço próprio de exposição para este acervo na área aberta à visitação da Ilha Fiscal.

### ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- [x] Seleções e contratações das empresas para a prestação de serviços para o projeto;
- [x] Elaboração dos projetos executivos e aprovação pelo INEPAC, para a construção da estrutura expositiva e realização do translado da Galeota;
- [x] Reforço e instalação de novo piso;
- [x] Montagem da base da estrutura expositiva;
- [x] Realização do translado da Galeota do Espaço Cultural da Marinha para a Ilha Fiscal;
- [x] Realização das palestras de contrapartida social do projeto que estão sendo realizadas desde setembro de 2022, com público presencial;
- [x] Criação e execução da exposição;
- [x] Acessibilidade - audiodescrição;
- [x] Filmagem Registro;
- [x] Distribuição;
- [x] Levantamento e Planejamento;
- [x] Construção do Espaço de Exposição;
- [x] Curadoria e Montagem da Exposição;
- [x] Transporte do Acervo para o local de exposição;
- [x] Revisão geral na ambiência da Galeota;
- [x] Realização de Palestras;
- [x] Divulgação e Marketing;
- [x] Recebimento de Visitantes;
- [x] Manutenção e Gestão do Espaço.

### PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- [x] Confeção de peças para divulgação das palestras, com a logo do patrocinador;
- [x] Divulgação Online das Palestras;
- [x] Criação do Plano de Comunicação da Exposição;
- [x] Veiculação de Comerciais de 10 segundos nos monitores do metrô;
- [x] Veiculação de Comerciais de 10 segundos em Bancas de Jornais Digitais;
- [x] MUB Estático em estações do metrô;
- [x] MUB Estático em estações do VLT;
- [x] Envelopamento de 01 Composição Inteira do VLT;
- [x] Redes Sociais — Stories, Posts.

### CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

- [x] Inserção da logo do patrocinador nos materiais de divulgação das palestras (divulgação online);
- [x] Palestras são realizadas em locais com acessibilidade e estão tendo tradução em Libras;
- [x] Palestras disponibilizadas para estudantes da rede pública de ensino e pessoas com baixo poder aquisitivo;
- [x] Medidas de acessibilidade foram incluídas no Projeto Executivo da Estrutura Expositiva;
- [x] Cessão de 30 voucher com 02 gratuidades cada para a visita à Ilha Fiscal.

### PÚBLICO ATENDIDO:

- 15.058

### PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- Todas as ações foram realizadas de maneira presencial.

### PERFIL DO PÚBLICO:

- Público de diferentes faixas-etárias e segmentos sociais



# Canta Comunidade

**Proponente:** Instituto Irmã Dilce Coelho

**Lei de incentivo:** Lei Federal de Incentivo à Cultura

**Valor:** R\$ 192.118,04

**Ano de patrocínio:** 2022

**Status:** Concluído

**Período de realização:** Agosto/2022 - Agosto/2023

**Local de realização:** São Luís/MA

## RESUMO DO PROJETO:

O Canta Comunidade é um projeto cultural comunitário cuja meta é realizar atividades culturais em comunidades carentes da cidade de São Luís. O projeto é voltado ao público infanto-juvenil, em situação de vulnerabilidade social e visa promover a inclusão social de adolescentes. Para isso, realiza ações de arte e cultura, buscando desenvolver habilidades de canto, percussão, teatro e danças, proporcionando atividades socioculturais que estimulem o desenvolvimento cognitivo desses cidadãos, fortalecendo os vínculos familiares e comunitários.

b.

### ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- [x] Oficinas de percussão
- [x] Oficinas de Teatro
- [x] Oficinas de Dança
- [x] Oficinas de canto

Além das listadas acima, também foram realizadas atividades de culminância, palestras e workshop com temas referentes às necessidades diretas da comunidade.

### PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- [x] Divulgação do projeto nas redes sociais;
- [x] Presença em jornais, revistas e outros.

### CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

- [x] Realização de palestras sobre oficinas criativas envolvendo a comunidade;
- [x] Exposição da marca do patrocinador nas peças de divulgação e redes do projeto.

### PÚBLICO ATENDIDO:

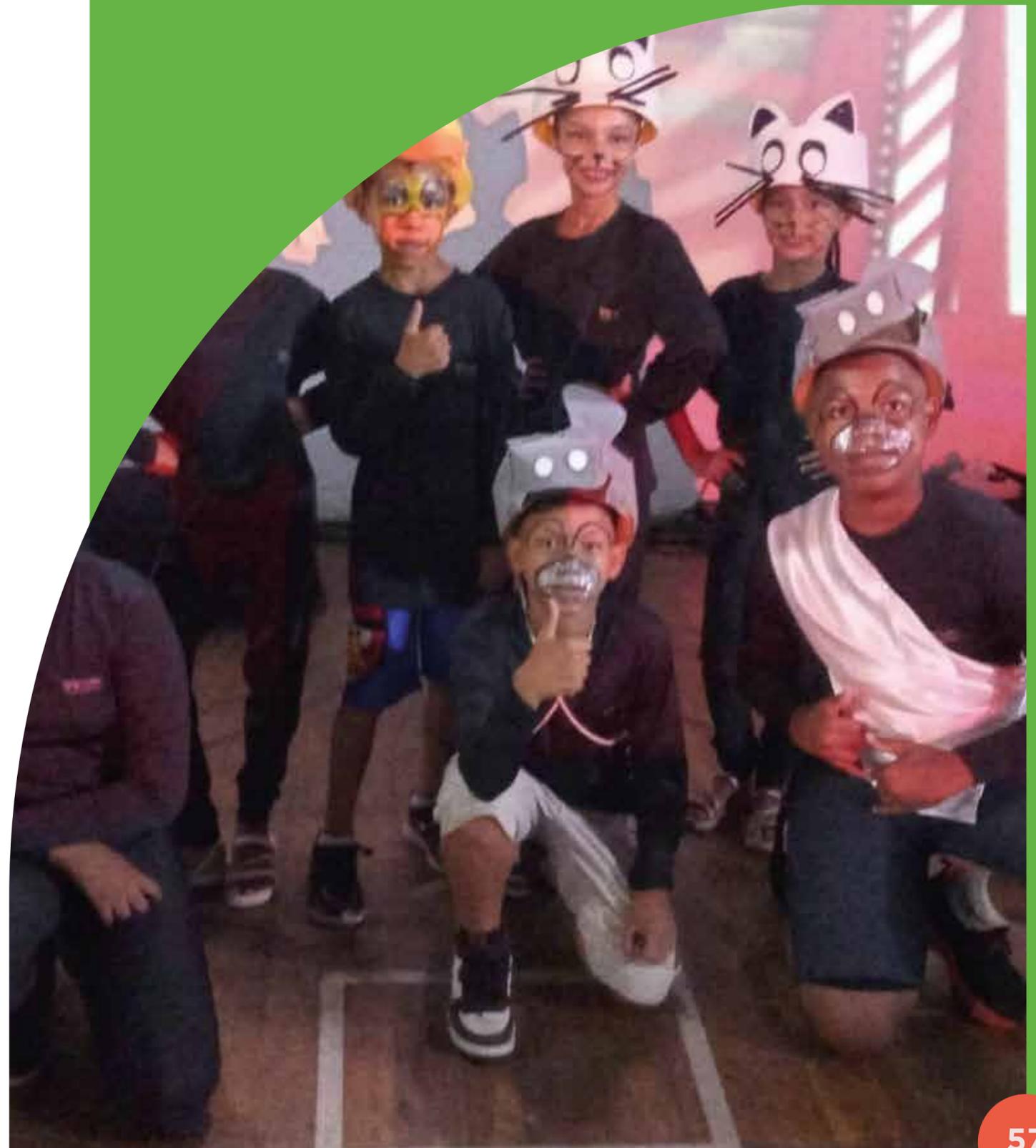
- 240

### PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- Todas as ações foram realizadas de maneira presencial.

### PERFIL DO PÚBLICO:

- Crianças e adolescentes, até 18 anos de idade, em situação de vulnerabilidade social.



C.

# Grandes Navegações

**Proponente:** Agência Trinity

**Lei de incentivo:** Lei Municipal de Cultura do Rio de Janeiro - ISS Rio

**Valor:** R\$ 95.209,89

**Ano de patrocínio:** 2022

**Status:** Em andamento

**Período de realização:** Janeiro/2023 - Abril/2024

**Local de realização:** Rio de Janeiro/RJ

## RESUMO DO PROJETO:

O projeto trata-se de um livro-jogo ilustrado que objetiva ensinar educação financeira a crianças e jovens, da rede pública de ensino, de forma lúdica, bem-humorada e acessível. O livro possui conteúdos alinhados às metodologias mais atuais de ensino de educação financeira, linguagem adequada para o público infantojuvenil e ricas ilustrações. Dentre os temas de educação financeira, o livro aborda comércio, crédito, empréstimos, seguros e investimentos em um jogo de tabuleiro ambientado no período histórico das grandes navegações portuguesas.

Acompanhando o jogo, será fornecido um livreto ilustrado que ensina curiosidades sobre o período dos grandes descobrimentos, bem como conceitos de educação financeira. O livro-jogo será distribuído gratuitamente em escolas da rede pública de ensino do município do Rio de Janeiro, mediante contato prévio com a direção das escolas e manifestação de interesse da parte destas.

### ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- [x] Participação no Velas Latinoamérica;
- [x] Confeção do livro-jogo;
- [x] Distribuição do livro-jogo em escolas públicas;
- [x] Lançamento da versão online do jogo.

### PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- [x] Imagem única sobre como adquirir o jogo;
- [x] Carrossel com o tema “A origem do dinheiro”;
- [x] Carrossel com o tema “Como jogar o jogo”;
- [x] Carrossel com o tema “Dicionário do financeiros”;
- [x] Carrossel com o tema “Como introduzir educação financeira para crianças”;
- [x] Carrossel “Hall da fama dos navegadores”;
- [x] Carrossel “O que eram as caravelas?”;
- [x] Carrossel “Dicionário do financeiros 2”;
- [x] Carrossel “Dicionário do financeiros 3”;
- [ ] Carrossel Collab Gentilezinha: Aprendendo sobre dinheiro;
- [ ] Carrossel “O que é o projeto Grandes Navegações?”;
- [ ] Carrossel “Qual a importância da educação financeira?”.\*

### CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

- [x] Participação da empresa como patrocinador também do evento Velas Latinoamérica;
- [x] Convites para o evento Velas Latinoamérica;
- [x] Inserção de logo do patrocinador em todas as peças de divulgação de projeto;
- [x] Inserção de logo do patrocinador na caixa do livro-jogo e nos créditos do livreto;
- [x] Inserção de logo do patrocinador no site do projeto e em todos os materiais desenvolvidos para redes sociais;
- [x] 1 post por mês nas redes sociais do projeto sobre o patrocinador (total: 9 posts);
- [x] Elaboração de até 2 posts customizados para patrocinador utilizar em sua comunicação interna e externa;
- [x] Tiragem de 50 exemplares do livro-jogo Grandes Navegações destinadas.

### PÚBLICO ATENDIDO:

- 6.000\*

### PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- Os dados ainda não foram mensurados pelo projeto.

### PERFIL DO PÚBLICO:

- Crianças e adolescentes, até 18 anos, matriculadas em escolas da rede pública de ensino do município do Rio de Janeiro.

### OBSERVAÇÕES:

- \*Visto que o projeto está em andamento, esse número se trata de uma previsão. Por isso, é possível que haja alteração.



d.

# Intercâmbio Reação

**Proponente:** Instituto Reação

**Lei de incentivo:** Lei Federal de Incentivo ao Esporte

**Valor:** R\$ 93.197,86

**Ano de patrocínio:** 2022

**Status:** Concluído

**Período de realização:** Janeiro/2023 - Dezembro/2023

**Local de realização:** Rio de Janeiro /RJt

## RESUMO DO PROJETO:

O projeto proporcionou experiência internacional para atletas do programa de alto rendimento do Instituto, de forma que possam se aperfeiçoar na modalidade, nos seus treinamentos e competir com atletas de outras nacionalidades em competições do calendário europeu.

### ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- [x] Treinamentos;
- [x] Competição Grand Prix em Almada;
- [x] Competição Grand Prix em Zagreb;
- [x] Competição Open Europeu em Lignano;
- [x] Competição Open Europeu em Oberwart;
- [x] Competição Grand Slam em Antalya;
- [x] Competição Grand Slam em Budapeste;
- [x] Competição Grand Slam em Paris;
- [x] Competição Grand Slam em Tbilisi;
- [x] Competição Grand Slam em Tel Aviv;
- [x] Competição Grand Slam em Ulaanbaatar.

### PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- [x] Posts no Instagram: Feed e Reels;
- [x] Confeção de banner com a logo do patrocinador;
- [x] Confeção de peças gráficas com a logo do patrocinador;
- [x] Confeção de uniformes;
- [x] Disparo de newsletter;
- [x] Produção de relatório mensal e anual;
- [x] Releases na imprensa;
- [x] Disparo dos convites para o “Jantar Solidário”, no Rio de Janeiro.

### CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

- [x] Aplicação da logo do patrocinador no site;
- [x] Aplicação da logo do patrocinador na newsletter mensal;
- [x] Aplicação da logo do patrocinador no banner dos polos beneficiados;
- [x] Aplicação da logo do patrocinador no folder do programa;
- [x] Direito de divulgação da parceria nos veículos de mídia;
- [x] Aplicação de logo do patrocinador no agasalho;
- [ ] Possibilidade de voluntariado corporativo, mediante interesse do patrocinador.\*

### PÚBLICO ATENDIDO:

- 269

### PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- Todas as ações do projeto foram realizadas de maneira presencial.

### PERFIL DO PÚBLICO:

- Adolescentes e adultos, de 12 a 59 anos de idade.

### OBSERVAÇÕES:

- \* Não houve interesse do patrocinador



e.

# Caju Esporte e Educação - Ano 8

**Proponente:** Fundação Gol de Letra

**Lei de incentivo:** Lei Federal de Incentivo ao Esporte

**Valor:** R\$ 54.747,25

**Ano de patrocínio:** 2022

**Status:** Concluído

**Período de realização:** Abril/2022 - Março/2023

**Local de realização:** Rio de Janeiro/RJ

## RESUMO DO PROJETO:

O projeto é uma ação aberta de esporte educacional, que abrange diversas modalidades trabalhadas em oficinas esportivas, como: basquetebol, capoeira, futsal, handebol, muay thai, voleibol, dentre outras.

### ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- [x] Aulas e Oficinas de Esportes
- [x] Oficinas de apoio educacional
- [x] Formação de estagiários do ensino médio: 12 estagiários com idade de 15 a 18 anos;
- [x] Eventos de Luta;
- [x] Dia da Família com Saúde;
- [x] Sarau e lançamento do Gol de Letrinha 15;
- [x] Reuniões de equipe;
- [x] Reuniões de famílias;
- [x] Alimentação diária;
- [x] Atividades externas.

### PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- [x] Aplicação da logo do patrocinador no Banner Institucional;
- [x] Visibilidade no site da Fundação (Pagina Parceiros/categoria);
- [x] Visibilidade no site da empresa (Disponibilizar o Logo da Fundação para o uso da empresa no site e eventuais ações de divulgação da parceria);
- [x] Convites para os eventos dos programas pedagógicos da Fundação;
- [x] Entrega da Placa Online de Parceria;
- [x] Entrega do Selo de Parceira (online);
- [x] Confecção dos convites para o evento anual com apoiadores;
- [x] Confecção dos convites para eventos pedagógicos abertos ao público;
- [x] Divulgação dos eventos pedagógicos abertos ao público.

### CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

- [x] Confecção do Banner Institucional com a logo do patrocinador;
- [x] Visibilidade da marca do patrocinador no site da Fundação (Página Parceiros/categoria);
- [x] Visibilidade da marca da Instituição no site da empresa (Disponibilizar o Logo da Fundação para o uso da empresa no site e eventuais ações de divulgação da parceria);
- [x] Convites para os eventos dos programas pedagógicos da Fundação;
- [x] Entrega da Placa Online de Parceria;
- [x] Entrega do Selo de Parceira (online);
- [x] Convite para o Evento Anual de parceiros da Fundação;
- [x] Visibilidade do patrocinador no Relatório Anual, correspondente ao ano de parceria.

### PÚBLICO ATENDIDO:

- 924

### PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- Todas as ações foram realizadas de maneira presencial.

### PERFIL DO PÚBLICO:

- Crianças e jovens, de 06 a 15 anos de idade.



# Ippon nos Obstáculos [Judô Paralímpico]

**Proponente:** Urece Esporte e Cultura

**Lei de incentivo:** Lei Federal de Incentivo ao Esporte

**Valor:** R\$ 74.000,00

**Ano de patrocínio:** 2022

**Status:** Concluído

**Período de realização:** Julho/2022 a Maio/2023

**Local de realização:** Nova Iguaçu/RJ

## RESUMO DO PROJETO:

O projeto Ippon nos Obstáculos, tem por finalidade a inserção social de jovens a adolescentes com deficiência, utilizando como principal ferramenta a modalidade Judô. Esse esporte tem um poder transformador mais que comprovado na sociedade atual e, conforme sua essência, é utilizado para uma educação do corpo e da mente, trabalhando os aspectos cognitivo, afetivo e motor para um desenvolvimento integral do beneficiário.

A avaliação dos resultados é feita continuamente e sofre ajustes nas estratégias conforme a realidade dos atendidos. Porém, todos devem passar por uma graduação após realizar uma avaliação das técnicas, conhecimento cultural e filosófico sobre o Judô. Aqueles que demonstrarem uma aptidão maior para ser atleta é orientado a participar das turmas de competição. Já aqueles que têm perfil de prática social, tem a oportunidade de dar continuidade ano após ano e ser graduado, aprimorando seu conhecimento e trilhando o caminho até a tão sonhada Faixa Preta.

#### **ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:**

- [x] Aula inaugural;
- [x] Aulas de Judô;
- [x] Atividades de integração e inclusão;
- [x] Avaliação de resultado.

#### **PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:**

- [x] Divulgação interna das vagas do projeto;
- [x] Divulgação de vagas do projeto nas redes sociais e site;
- [x] Confecção de peças de divulgação para as mídias sociais, sobre as ações do projeto;
- [x] Confecção de banner, para divulgação do local de execução das atividades.

#### **CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:**

- [x] Divulgação da marca do patrocinador nas ações executadas pelo projeto;
- [x] Divulgação da marca do patrocinador no uniforme dos participantes (kimono);
- [x] Divulgação da marca do patrocinador nas mídias sociais da associação;
- [x] Aplicação da logo do patrocinador no Banner;
- [x] Divulgação da realização do projeto com a parceria da Wilson Sons, nas redes sociais e site;
- [ ] Possibilidade de ação conjunta com outro projeto, mediante interesse do patrocinador.\*

#### **PÚBLICO ATENDIDO:**

- 30

#### **PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:**

- Todas as ações do projeto forão realizadas de maneira presencial.

#### **PERFIL DO PÚBLICO:**

- Jovens e adolescentes com deficiência de 7 a 18 anos de idade.

#### **OBSERVAÇÕES:**

- \* Não houve interesse do patrocinador.



g.

# Primeiras Notas

**Proponente:** Instituto De Desenvolvimento Social Pela Música - IDSM

**Lei de incentivo:** Fundo da Infância e Adolescência

**Valor:** R\$ 250.000,00

**Ano de patrocínio:** 2022

**Status:** A ser realizado

**Período de realização:** Maio/2024 - Dezembro/2024

**Local de realização:** Salvador/BA

## RESUMO DO PROJETO:

O projeto planeja realizar atividades continuadas de formação em música, através da realização de oficinas de musicalização, por meio da prática, da performance musical e intercâmbio artístico e cultural. O atendimento é prioritariamente para crianças em situações de vulnerabilidade.

Além do seu caráter formativo e multiplicador, o projeto traz em seu escopo a meta de reativação do espaço, visando a continuidade das ações no futuro. Neste sentido pretende-se ainda promover a reativação de um dos espaços situados no Parque, uma sala destinada para gravação e transmissão de atividades que serão desenvolvidas.

### ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- Capacitação de crianças e jovens, a partir de atividades de prática musical;
- Acompanhamento psicossocial para os integrantes e seus familiares;
- Realização de 02 (duas) apresentações públicas no Parque do Queimado;
- Reativação de 01 (uma) sala no Parque do Queimado.

### PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- Acionamento da imprensa local;
- Cobertura ampla de divulgação em redes sociais;
- Release para imprensa.

### CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

- Imagem em publicações nas redes sociais do programa NEOJIBA;
- Citação em releases;
- Citação em eventos relacionados ao projeto.

### PÚBLICO ATENDIDO:

- 100\*

### PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- Visto que o projeto ainda não iniciou, não há mensuração.

### PERFIL DO PÚBLICO:

- Crianças, de 6 a 12 anos de idade.

### OBSERVAÇÕES:

\*Visto que o projeto ainda não iniciou, esse número se trata de uma previsão. Por isso, é possível que haja alteração.



# Onda do Saber II

**Proponente:** Projeto Ondas

**Lei de incentivo:** Fundo Municipal do Direito da Criança e do Adolescente (Guarujá)

**Valor:** R\$ 165.545,00

**Ano de patrocínio:** 2022

**Status:** Concluído

**Período de realização:** Fevereiro/2023 - Fevereiro/2024

**Local de realização:** Guarujá/SP

## RESUMO DO PROJETO:

O Onda do Saber II, na capacidade educativa do surf, desenvolve múltiplas potências, como: atividade física, estilo de vida, integração e respeito à natureza, e interação social. Ao considerar o surfe como este conjunto de elementos e, portanto, como prática educativa, o projeto promove uma série de habilidades e valores que refletem em aprendizagens significativas em suas crianças e adolescentes, nos âmbitos intelectual, físico, emocional, cultural e social.

Estas aprendizagens são norteadas a partir de dez competências: conhecimento, pensamento científico, crítico e criativo, repertório cultural, comunicação, projeto de vida, autoconhecimento e autocuidado, empatia e cooperação, responsabilidade e cidadania, consciência corporal e pertencimento ecológico. Para o surfe poder desenvolver essas dez competências é necessário intencionalidade pedagógica e mediação por parte de um educador. No Projeto Ondas, isso se dá a partir da organização em três programas que, integradamente, contribuem para colocá-las em ação.

São eles:

- Onda Esportiva: a prática do surfe como ferramenta educacional;
- Onda do Saber: multiletramento;
- Onda da Convivência: fortalecimento de vínculos e convivência familiar.

# h.

### ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- [x] Programa Onda da Convivência: aulas de surf utilizando o esporte como ferramenta educacional;
- [x] Programa Onda do Saber: Atividades de letramento alfabético, matemático e digital, com práticas pedagógicas relacionadas com a natureza e a prática do surf;
- [x] Programa Onda Esportiva: Práticas de fortalecimento de vínculos entre as crianças e adolescentes, suas famílias e a organização, para garantir sua proteção integral.

### PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- [x] Divulgação em fachada;
- [x] Divulgação em Website;
- [x] Newsletter;
- [x] Publicações em redes sociais;
- [x] Assessoria de Imprensa.

### CONTRAPARTIDAS ACORDADAS E REALIZADAS:

- [x] Divulgação da marca do apoiador nos canais digitais, tenda na praia, materiais de comunicação e na mídia;
- [x] Ação de mutirão de limpeza de praia com a marca do apoiador;
- [ ] Palestra ou live com Jojó de Olivença sobre empreendedorismo social, transformação social através do esporte e desenvolvimento pessoal através da natureza para colaboradores, clientes e outros projetos patrocinados, mediante interesse do patrocinador\*;
- [ ] Evento de voluntariado dos colaboradores da empresa no projeto — como na ação de mutirão de limpeza, mediante interesse do patrocinador\*.

### PÚBLICO ATENDIDO:

- 119

### PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- Todas as ações foram realizadas de maneira presencial.

### PERFIL DO PÚBLICO:

- Crianças, de 7 a 12 anos de idade.

### OBSERVAÇÕES:

- \* Não houve interesse do patrocinador



# 8

PROJETO

CORPORATIVO

BASE DE APOIO

ESTALEIROS

TECON SALVADOR

TECON RIO GRANDE

REBOCADORES E AGÊNCIA MARÍTIMA

PROJETOS DE VERBA REMANESCENTE 2022

PROJETOS DE VERBA REMANESCENTE 2021

DOAÇÕES 2023

a.

# Brasil de Tuhu

**Proponente:** Baluarte Agência de Projetos Culturais Ltda

**Lei de incentivo:** Lei Federal de Incentivo à Cultura

**Valor:** R\$ 700.000,00

**Ano de patrocínio:** 2021

**Status:** Concluído

**Período de realização:** Abril/2021 - Junho/2022

**Local de realização:** Nacional

## RESUMO DO PROJETO:

O Brasil de Tuhu é um programa com ações gratuitas em prol da educação musical no país. Suas ações são inspiradas no Guia Prático do maestro Heitor Villa-Lobos, que percorreu o país documentando cantigas populares ainda nos anos 30 e tinha como sonho ver um Brasil musicalizado. Em homenagem a ele, foi escolhido seu apelido de infância para compor o nome do programa — Villa-Lobos era encantado por locomotivas e imitava o som delas, quando era menino: “Tuhuuu!”

## PÚBLICO ATENDIDO:

- 4.800 pessoas contempladas diretamente.

b.

# Ginga

**Proponente:** De Peito Aberto Incentivo ao Esporte, Cultura e Lazer

**Lei de incentivo:** Lei Federal de Incentivo ao Esporte

**Valor:** R\$ 150.000,00

**Ano de patrocínio:** 2021

**Status:** Concluído

**Período de realização:** Abril/2022 - Março/2023

**Local de realização:** Camaçari/BA

## RESUMO DO PROJETO:

O projeto tem como objetivo preservar o Patrimônio Cultural Imaterial Brasileiro com o fomento da prática da capoeira entre as crianças e os jovens. O projeto conta com a realização de oficinas de capoeira, onde serão ministradas aulas desta arte brasileira centenária e de danças folclóricas afro-brasileiras como: samba de roda, maculelê e puxada de rede, que estão intimamente ligadas nas formações das rodas de capoeira.

## PÚBLICO ATENDIDO:

- 150 pessoas contempladas pelo projeto.

# 9

PROJETO

CORPORATIVO

BASE DE APOIO

ESTALEIROS

TECON SALVADOR

TECON RIO GRANDE

REBOCADORES E AGÊNCIA MARÍTIMA

PROJETOS DE VERBA REMANESCENTE 2022

PROJETOS DE VERBA REMANESCENTE 2021

DOAÇÕES 2023

a.

# Passaporte da Cidadania

**Proponente:** Pastoral do menor

**Lei de incentivo:** Verba direta

**Valor:** R\$ 20.000,00

**Ano de patrocínio:** 2023

**Status:** Concluído

**Período de realização:** Janeiro/2023 - Dezembro/2023

**Local de realização:** Rio de Janeiro/RJ

## RESUMO DO PROJETO:

O projeto articulou e potencializou as alternativas de atendimento às crianças e jovens em “situação de rua”, como uma possibilidade de saída das ruas e o retorno às comunidades. Sendo assim, a partir da construção de uma rede integrada de serviços voltados para a inclusão social, investindo, sobretudo, no fortalecimento de seus laços familiares e comunitários. Para este fim, atua a partir de um ônibus localizado em locais estratégicos da cidade, escolhidos por meio de levantamentos e diagnósticos do contexto social. Este ônibus funciona como ponto de articulação para uma rede estratégica de serviços articulados com o poder público local, comerciantes e o conjunto de iniciativas comunitárias da Igreja Católica.

### ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

[x] Atendimentos sociais, orientações e encaminhamentos sobre os direitos e benefícios sociais e, para as variadas necessidades expressadas pelas famílias;

[x] Cadastro das famílias, avaliação socioeconômica para a inserção no Kit família e para ter a dimensão do número de pessoas a ser alcançadas pelas ações do Projeto;

[x] Rodas de conversa temáticas mensais, com as famílias, desenvolvendo temas geradores de reflexões e pensamento crítico, junto aos participantes, visando promover e fortalecer a cidadania e autonomia e a entrega de cestas básicas como fomento da insegurança alimentar;

[x] Rodas de Conversas realizadas com as crianças e adolescentes como espaço de importância para a escuta e reflexões sobre as expressões que elas trazem de sua realidade;

[x] Atividades pedagógicas e recreativas que promovam bem-estar socioemocional e a convivências de bem viver, sem violência, utilizando vários recursos educativos como: contação de histórias, sessão de filmes e/ou curtas promovendo reflexões sobre os temas, jogos cooperativos, produção de desenhos livres, teatro, música, atividades com literatura e atividades culturais;

[x] Articulação e fortalecimento de ações em Rede.

### PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

[x] Divulgação das ações do projeto nas redes sociais (Facebook, Instagram e site institucional)

### PÚBLICO ATENDIDO:

- 589

### PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- Todas as ações acontecem de maneira presencial.

### PERFIL DO PÚBLICO:

- Crianças e adolescentes de até 18 anos e suas famílias.



# Acolher e Educar

**Proponente:** Obra do Berço

**Lei de incentivo:** Verba direta

**Valor:** R\$ 20.000,00

**Ano de patrocínio:** 2023

**Status:** Em andamento

**Período de realização:** Janeiro/2023 - Dezembro/2025

**Local de realização:** Rio de Janeiro/RJ

## RESUMO DO PROJETO:

Este projeto prevê a garantia de atendimento de qualidade às crianças atendidas pela instituição, para poderem se sentir seguras e acolhidas em suas demandas. A Obra do Berço acredita que os profissionais envolvidos nas tarefas de cuidado têm papel fundamental na vida das crianças acolhidas, responsáveis pelo afeto, carinho, trocas e estímulos com as crianças durante o tempo que permanecem acolhidas na instituição. Sendo assim, é fundamental acompanhar o trabalho, capacitá-los e ouvi-los, valorizá-los e envolvê-los na rotina da instituição, oferecendo condições para desempenharem um trabalho de excelência.

b.

#### ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- [x] Acolhimento de crianças na primeiríssima infância;
- [x] Fornecimento de educação, alimentação e abrigo;
- [x] Acompanhamento de saúde;
- [x] Apoio sociopsicológico.

#### PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- [x] Elaboração do planejamento anual, com meses temáticos e realizações de diferentes atividades relacionadas ao tema escolhido.

#### PÚBLICO ATENDIDO:

- 105

#### PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- Todas as ações acontecem de maneira presencial.

#### PERFIL DO PÚBLICO:

- Crianças na primeiríssima infância, de 0 a 3 anos de idade.



C.

# Oficina de Impressão 3D

**Proponente:** Instituto Rogerio Steinberg

**Lei de incentivo:** Verba direta

**Valor:** R\$ 30.000,00

**Ano de patrocínio:** 2023

**Status:** Concluído

**Período de realização:** Fevereiro/2023 - Dezembro/2023

**Local de realização:** Rio de Janeiro/RJ

## RESUMO DO PROJETO:

Desenvolver participantes socialmente vulneráveis com Altas Habilidades e Superdotação (AH/SD) nos princípios de prototipagem digital, princípios da fabricação digital, instruí-los sobre a operação de uma impressora 3D, modelagem 3D, pós-modelagem e empreendedorismo digital.

### ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- [x] Planejamento dos módulos da Oficina de Impressão 3D;
- [x] Realização do Módulo 1: Conhecendo a impressão 3D: Técnicas e conceitos básicos;
- [x] Realização do Módulo 2: Modelagem 3D básica empregando o Autodesk TinkerCAD;
- [x] Realização do Módulo 3: Pós modelagem: utilização do Ultimaker Cura Slicer;
- [x] Realização do Módulo 4: Possibilidades empreendedoras;
- [x] Realização do IRS Tech e da Mostra de Talentos.

### PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- [x] Cobertura fotográfica dos encontros da Oficina;
- [x] Divulgação da Oficina nas redes sociais do Instituto;
- [x] Divulgação das ações entre a Wilson Sons e o IRS nas redes sociais da Instituição;
- [x] Produção de Relatório;
- [x] Aplicação da logo do patrocinador nas peças da Oficina (disponibilizadas on-line e of-line).

### PÚBLICO ATENDIDO:

- 27

### PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- Todas as ações acontecem de maneira presencial.

### PERFIL DO PÚBLICO:

- Adolescentes, de 12 a 18 anos, socialmente vulneráveis com Altas Habilidades e Superdotação.



d.

# Sonhar Acordado

**Proponente:** Associação Sonhos de Criança

**Lei de incentivo:** Verba direta

**Valor:** R\$ 3.000,00

**Ano de patrocínio:** 2023

**Status:** Concluído

**Período de realização:** Agosto/2023 - Dezembro/2023

**Local de realização:** Rio de Janeiro - RJ

## RESUMO DO PROJETO:

A ONG Sonhar Acordado é uma organização sem fins lucrativos, baseada essencialmente no voluntariado jovem, independente de religião ou filiação política. O principal objetivo é agregar pessoas dispostas a fazer o bem, criar elos de responsabilidade social e auxiliar na formação e no desenvolvimento da sociedade por meio de ações positivas no âmbito cultural, socioambiental, recreativo e esportivo.

#### ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- [x] Oficinas educativas;
- [x] Atividades em brinquedos infláveis;
- [x] Eventos com envolvimento de voluntários.

#### PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- [x] Posts nas mídias sociais;
- [x] Confecção de uniformes;
- [x] Confecção de vídeos institucionais;
- [x] Posts — Mídias sociais;
- [x] Aplicação da logo do patrocinador em materiais audiovisuais;
- [x] Aplicação da logo do patrocinador no uniforme.

#### PÚBLICO ATENDIDO:

- 800

#### PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- Todas as ações foram realizadas de maneira presencial.

#### PERFIL DO PÚBLICO:

- Crianças, de 6 a 10 anos de idade.



e.

# Recicla Ilha - Gestão dos Resíduos Sólidos

**Proponente:** Brigada Mirim Ecológica da Ilha Grande

**Lei de incentivo:** Verba direta

**Valor:** R\$ 20.000,00

**Ano de patrocínio:** 2023

**Status:** Concluído

**Período de realização:** Janeiro/2023 - Dezembro/2023

**Local de realização:** Angra dos Reis - RJ

## RESUMO DO PROJETO:

O projeto Recicla Ilha, introduzido na comunidade da Vila do Abraão, incentiva a reciclagem dos resíduos sólidos urbanos gerados na referida localidade. Por meio deste, contribui-se com a redução do desperdício de materiais que ainda podem ser reaproveitados, auxiliando na preservação do meio ambiente e na economia local. Espera-se que a prática de separação e de entrega dos resíduos no Recicla Ilha faça com que a ação de separar aconteça automaticamente — como tantas outras tarefas realizadas ao longo do dia, por meio de mudança de rotina.

### ATIVIDADES PREVISTAS E REALIZADAS:

- [x] Coleta de resíduos sólidos recicláveis;
- [x] Recebimento de resíduos sólidos recicláveis;
- [x] Triagem dos resíduos sólidos recebidos e coletados;
- [x] Encaminhamento dos materiais para a disposição final adequada dos resíduos sólidos recicláveis gerados na Vila do Abraão;
- [x] Treinamentos dos brigadistas;
- [x] Dois treinamentos on-line.

### PLANO DE COMUNICAÇÃO PREVISTO E EXECUTADO:

- [x] Ações de conscientização na Ilha que reforçam/criam o hábito de coletar os resíduos sólidos, com o intuito de reciclá-los;
- [x] Aplicação da logo do patrocinador em materiais de divulgação do projeto.\*

### PÚBLICO ATENDIDO:

- 32 \*\*

### PÚBLICO ALCANÇADO COM AÇÕES VIRTUAIS:

- 55 pessoas atendidas no treinamento online.

### PERFIL DO PÚBLICO:

- Público de diferentes faixas etárias e segmentos sociais \*\*\*

### OBSERVAÇÕES:

\* O projeto não tem um plano de comunicação próprio. Seu plano de comunicação está atrelado ao da Brigada Mirim

\*\* Embora o público alvo do projeto seja os moradores e turistas da Vila do Abraão, os brigadistas que atuam no projeto possuem de 14 a 17 anos.

\*\*\* Alunos beneficiados diretamente pelo projeto incentivado.



# INVESTIMENTO DE VERBA DIRETA

## I - DOAÇÃO OU PATROCÍNIO SOCIOCULTURAL, SOCIOEDUCACIONAL E/OU ESPORTIVO

INSTITUIÇÃO	PROJETO	VALOR/DOAÇÃO	LOCALIDADE
Escola Técnica Estadual Getúlio Vargas	Doação de Computadores	06 computadores	Rio Grande, RS
Associação Junior Achievement do Rio de Janeiro	Trilha Empreendedora	R\$ 17.000,00	Rio de Janeiro, RJ
Banco de Alimentos	Doações Mensais 2023	R\$ 19.470,60	Rio Grande, RS
Grupo Escoteiro Silva Paes	Doação de Computadores	02 computadores	Rio Grande, RS
Junior Achievement Bahia - JA BAHIA	Trilha Empreendedora Feira de São Joaquim	R\$ 30.000,00	Salvador, BA
Núcleo de Apoio ao Combate do Câncer Infantil - NACCI	Doação de Refeitório	Refeitório inutilizado pelo Tecon Salvador para a Nacci	Salvador, BA
Instituto Restaurarte	Doação de Cestas	101 cestas básicas	Rio de Janeiro, RJ
Centro Educacional Santo Antônio (Associação Obras Sociais Irmã Dulce)	Adote uma Turma OSID	R\$ 150.180,00	Salvador, BA
Comunidade de Pescadores Artesanais do estado do Rio de Janeiro / Capitania dos Portos do Rio de Janeiro	Ação Social dos Pescadores Artesanais	50 lanternas, 50 luvas, 1 lancha durante o evento, 130 garrafas de 1 litro	Rio de Janeiro, RJ
Comunidade de Pescadores Artesanais do estado do Rio de Janeiro	Ação Social dos Pescadores Artesanais	50 bonés	Rio de Janeiro, RJ
Instituição de Caridade Lar Paulo de Tarso	SMS do Bem - Fevereiro	50 cestas básicas	Rio de Janeiro, RJ
Barca Literária	SMS do Bem - Janeiro	25 cestas básicas	Belém, PA

# INVESTIMENTO DE VERBA DIRETA

## I - DOAÇÃO OU PATROCÍNIO SOCIOCULTURAL, SOCIOEDUCACIONAL E/OU ESPORTIVO

INSTITUIÇÃO	PROJETO	VALOR/DOAÇÃO	LOCALIDADE
Associação Junior Achievement do Rio de Janeiro	Trilha Empreendedora 2024	R\$ 19.000,00	Rio de Janeiro, RJ
Associação Beneficente e Cultural Esportiva do Moradores do Bairro Nova Petrópolis e Bairros Adjacentes - ABCEMBNP	Doação de Testes de Covid	6.000 unidades de testes de covid swab nasal	Rio de Janeiro, RJ
Instituto Palazzolo	SMS do Bem - Março	25 cestas básicas	São Bernardo do Campo, SP
Cooperativa Santa Rita	Doação de EPIs	200 calças, 17 botinas pretas, 22 botas brancas, 22 aventais, 4 conjuntos de chuva	Rio Grande, RS
Associação de Combate ao Cancer Infantojuvenil	SMS do Bem - Abril	25 cestas básicas	Porto Alegre, RS
Associação de Caridade Santa Casa de Rio Grande	Doação de Bandejas e Testes de Covid	100 bandejas de plástico e 840 kits de testes rápido	Rio Grande, RS
Esporte Clube Pelotas	Projeto Lobas	R\$ 18.000,00	Rio Grande, RS
APAE - Cariacica	Doação de Material	02 notebook e 01 ventilador	Cariacica, ES
Cariacica Down	Doação de Material	02 notebook, 01 ventilador e 01 cafeteira	Cariacica, ES
Associação Esportiva e Cultural Real	Doação de Cestas Básicas	92 cestas básicas	Rio Grande, RS
Comunidade Terapêutica Vida Nova	Doação de produtos de limpeza e cobertores	13 kits de produtos de limpeza e 40 cobertores	Rio Grande, RS
Lar da Criança Raio de Luz	Doação de produtos de limpeza	13 kits de produtos de limpeza	Rio Grande, RS

# INVESTIMENTO DE VERBA DIRETA

## I - DOAÇÃO OU PATROCÍNIO SOCIOCULTURAL, SOCIOEDUCACIONAL E/OU ESPORTIVO

INSTITUIÇÃO	PROJETO	VALOR/DOAÇÃO	LOCALIDADE
Sociedade São Vicente de Paulo	Doação de cobertores	40 Cobertores	Rio Grande, RS
Soma Negócios Inclusivos LTDA	Programa Soma+Vantagens	R\$ 77.580,00	Salvador, BA
Clube dos Vira-Latas - Grupo e Proteção aos Animais de Ribeirão Pires	Doação de Paletes	250 paletes	Ribeirão Pires, SP
Cão Sem Dono	Doação de Paletes	250 paletes	São Paulo, SP
APOIO Associação de Auxílio Mútuo da Região Leste	Doação de Cobertores	200 cobertores	Campos Elíseos, SP
Cooperativa de Catadores de Resíduos Sólidos e Reciclagem em Geral da Bahia	Doação de Resíduos	Resíduos	Salvador, BA
Associação de Assistência a Criança São Vicente de Paulo	SMS do Bem - Junho	25 cestas básicas	Rio de Janeiro, RJ
Associação Comunitária de Assistência Casa de Mãe Nazinha	SMS do Bem - Maio	25 cestas básicas	Cabedelo, PB
Retiro São João Batista	SMS do Bem - Julho	25 cestas básicas	São João da Barra, RJ
Edilene Nascimento de Oliveira	Ação Social dos Pescadores Artesanais	50 boias	Rio de Janeiro, RJ
Câmara de Moradores e Amigos da Ilha da Conceição	Festa Crianças CMAIC 2023	R\$ 3.540,00	Rio de Janeiro, RJ
Ajudanimal, Grupo de Ajuda e Amparo aos Animais do Abc	Doação de Paletes	250 paletes	Suzano, SP

# INVESTIMENTO DE VERBA DIRETA

## I - DOAÇÃO OU PATROCÍNIO SOCIOCULTURAL, SOCIOEDUCACIONAL E/OU ESPORTIVO

INSTITUIÇÃO	PROJETO	VALOR/DOAÇÃO	LOCALIDADE
Cooperativa Okavango	Doação de Paletes	150 paletes	Diadema, SP
Cooperunindoforcas	Doação de Paletes	1200 paletes	Barueri, SP
Soma Negócios Inclusivos Ltda	SOMA Vantagens 2023	R\$ 17.127,00	Salvador, BA
Associação Comunitária Da Vila Nova	Doação Cestas Básicas - Associação Comunitária da Vila Nova	50 cestas básicas	Rio Grande, RS
Instituto Antonio Brunno Pessoa Sousa	SMS do Bem - Agosto 2023	25 cestas básicas	São Luís, MA
Grupo Espirita Cristao de Santos	SMS do Bem - Setembro 2023	25 cestas básicas	Santos, SP
Suzana Camargo Reis	Doação Uniformes - Artesãs da Barra	uniformes	Rio Grande, RS
Companhia das Docas do Estado Da Bahia	Celebração do dia de São Nicodemus	R\$ 3.900,00	Salvador, BA
Azilo Sao Lazaro	SMS do Bem - Outubro	25 cestas básicas	Salvador, BA
Associação Obras Sociais Irmã Dulce	Doação notebook - Filial Salvador	02 notebook	Salvador, BA

# INVESTIMENTO DE VERBA DIRETA

## II - PATROCÍNIO PROMOCIONAL E/OU INSTITUCIONAL

INSTITUIÇÃO	PROJETO	VALOR/DOAÇÃO	LOCALIDADE
Paróquia Santa Rita de Cássia / Mitra Arquiepiscopal RJ	Batismo do WS Orion	R\$ 500,00	Rio de Janeiro, RJ
Federação das Associações dos Arrozeiros do R.G.S	33ª Abertura Oficial da Colheita do Arroz e Grãos em Terras Baixas	R\$ 11.000,00	Capão do Leão, RS
Centro de Estudos em Logística, Transportes, e Comércio Exterior do Brasil Export - C.E.B.E Ltda	Nordeste Export	R\$ 37.000,00	Salvador, BA
Associação Baiana dos Produtores de Algodão - Abapa	Corrida do Algodão 2022	R\$ 2.000,00	Salvador, BA
Conselho Nacional de Praticagem	Encontro Nacional de Praticagem	R\$ 15.000,00	Gramado, RS
Câmara de Dirigentes Lojistas do Rio Grande	Fórum de Economia Azul - Festimar 2023	R\$ 20.000,00	Rio Grande, RS
Rio Grande Yacht Club	Eventos 2023	R\$ 36.000,00	Rio Grande, RS
Rádio Oceano do Rio Grande Ltda	Jogue Limpo 2023	R\$ 10.000,00	Rio Grande, RS
ACME marketing e eventos Ltda / Autoridade Portuária de Santos S.A.	4º Festival Porto Cidade	R\$ 10.000,00	Santos, SP
ACME marketing e eventos Ltda / Autoridade Portuária de Santos S.A.	4º Festival Porto Cidade	R\$ 10.000,00	Santos, SP
ACME marketing e eventos Ltda / Autoridade Portuária de Santos S.A.	4º Festival Porto Cidade	R\$ 10.000,00	Santos, SP

# INVESTIMENTO DE VERBA DIRETA

## II - PATROCÍNIO PROMOCIONAL E/OU INSTITUCIONAL

INSTITUIÇÃO	PROJETO	VALOR/DOAÇÃO	LOCALIDADE
Vladmi Virgilio Moreira dos Santos	Maratona Ultra 24 horas de Caxias	R\$ 1.600,00	Rio Grande, RS
Centro de Estudos em Logística, Transportes, e Comércio Exterior do Brasil Export C.E.B.E.Ltda	Brasil Export	R\$ 140.000,00	Brasília, DF
Central Das Camisetas Eireli / Jardel Moura Assessoria Esportiva ME	Salvador 10 Milhas	R\$ 20.000,00	Salvador, BA
Federação de Entidades Empresariais do Rio Grande do Sul - Federasul	Tá na mesa	R\$ 68.796,00	Rio Grande, RS
Câmara de Comércio da Cidade do Rio Grande - CCCRG	Tá em Pauta 2023	R\$ 40.000,00	Rio Grande, RS
Vladmi Virgilio Moreira dos Santos	Maratona Ultra X Jordan 2023	R\$ 28.000,00	Rio Grande, RS
Country Club Cidade do Rio Grande	Campeonato Aberto de Golf CCCRG.	R\$ 5.000,00	Rio Grande, RS
SESC Administração Regional no Estado do RS	3a Meia Maratona Pontal da Barra	R\$ 10.000,00	Rio Grande, RS
Instituto Besc	PAINEL - Pacto pela Infraestrutura Nacional e Eficiência Logística 2024	R\$ 24.000,00	Brasília, DF
Sindicato da Indústria de Adubos e Corretivos Agrícolas no Estado do Paraná	Simpósio Sindiadubos 2024	R\$ 36.000,00	Curitiba, PR
Rede Viva Mar Vivo - REDEMAR	II Conferência Oceânica do Brasil	Participação na IIª Conferência Oceânica do Brasil, dentro do X Festival das Baleias	Salvador, BA

# INVESTIMENTO DE VERBA DIRETA

## II - PATROCÍNIO PROMOCIONAL E/OU INSTITUCIONAL

INSTITUIÇÃO	PROJETO	VALOR/DOAÇÃO	LOCALIDADE
ABAPA - Associação Baiana dos Produtores de Algodão	Corrida ABAPA 2023	R\$ 5.000,00	Salvador, BA
Sindicato da Indústria do Trigo no Estado de São Paulo	8º Encontro da Cadeia Produtiva do Trigo	R\$ 6.000,00	São Paulo, SP
Sociedade Brasileira de Hidrografia	Simpósio de Hidrografia	R\$ 7.000,00	Rio de Janeiro, RJ
Luis Renan Paulino	Intercomin 2023	R\$ 3.000,00	Caxias do Sul, RS
André Zenobini Nascimento	Jantar dos Jornalistas 2023	R\$ 4.000,00	Rio Grande, RS
TV do Povo Ltda	2º Encontro Regional Indústria Porto	R\$ 50.000,00	Santos, SP
Câmara de Dirigentes Lojistas do Rio Grande	CriaRG Hackaton	R\$ 25.000,00	Rio Grande, RS
Sindicato dos Práticos dos Portos e Terminais Marítimos do Estado do Rio de Janeiro	Seminário de Emprego de Rebocadores Portuários	R\$ 8.000,00	Rio de Janeiro, RJ
Bossa Turismo Eventos e Comunicação Corporativa Ltda	Instituto Brasileiro de Infraestrutura - IBI	R\$ 20.000,00	São Paulo, SP
Federação de Entidades Empresariais do Rio Grande do Sul - Federasul	Fórum Estadual de Investimentos 2023	R\$ 20.000,00	Rio Grande, RS

BALUARTE  
CULTURA