

PLANO DE TRABALHO DO TERMO DE EXECUÇÃO DESCENTRALIZADA SUDIN N.º 47/2025**1. DADOS CADASTRAIS DA UNIDADE DESCENTRALIZADORA****a) Unidade Descentralizadora e Responsável**

Nome do órgão ou entidade descentralizador(a): **Companhia Nacional de Abastecimento - CONAB.**

Nome da autoridade competente: **João Edegar Pretto**

Número do CPF: *****.904.220-****

Nome da Secretaria/Departamento/Unidade Responsável pelo acompanhamento da execução do objeto do TED: **Diretoria de Desenvolvimento, Inovação e Gestão de Pessoas - Digep**

Identificação do Ato que confere poderes para assinatura: **Resolução Consad nº 009, de 21/03/2023.**

b) UG SIAFI

Número e Nome da Unidade Gestora - UG que descentralizará o crédito: **135100/22211 - Diretoria de Desenvolvimento, Inovação e Gestão de Pessoas - Digep**

Número e Nome da Unidade Gestora responsável pelo acompanhamento da execução do objeto do TED: **135100/22211 - Superintendência de Desenvolvimento e Inovação - Sudin**

2. DADOS CADASTRAIS DA UNIDADE DESCENTRALIZADA**a) Unidade Descentralizada e Responsável**

Nome do órgão ou entidade descentralizada: **Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo - IFSP**

Nome da autoridade competente: **Silmário Batista dos Santos**

Número do CPF: *****.280.538-****

Nome da Secretaria/Departamento/Unidade Responsável pela execução do objeto do TED: **Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo - IFSP**

Identificação do Ato que confere poderes para assinatura: **Decreto de 05 de Abril de 2021, publicado em 06 de abril de 2021, seção 2, página 1**

b) UG SIAFI

Número e Nome da Unidade Gestora - UG que receberá o crédito: **158154 Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo - IFSP**

Número e Nome da Unidade Gestora -UG responsável pela execução do objeto do TED: **158154 – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo - IFSP**

3. OBJETO:

Implementação de ações estratégicas institucionais da Conab, por meio da realização de eventos, de comunicação e marketing institucional voltadas à inovação, modernização e integração dos canais e plataformas digitais, para fortalecimento da imagem institucional e ampliação da comunicação com a sociedade, parceiros institucionais e públicos prioritários, além de promover a sensibilização e a mobilização dos públicos em torno dos temas e das ações desenvolvidas pela Conab com a aquisição de equipamentos que irão subsidiar a implementação das ações de comunicação institucional da Conab e prestação de serviços para realização de eventos da Companhia.

4. DESCRIÇÃO DAS AÇÕES E METAS A SEREM DESENVOLVIDAS NO ÂMBITO DO TED:

4.1. **Período do TED:** 10/2025 a 12/2026

4.2. **Público alvo e área de atuação:**

Companhia Nacional de Abastecimento e seus empregados, agricultores familiares, extrativistas, pequenos produtores e criadores, povos indígenas, quilombolas, sociedade em geral, Ministérios, governos locais e legisladores, executivos de empresas, pesquisadores e acadêmicos, imprensa geral e imprensa especializada.

4.3. **Das principais responsabilidades para a execução do projeto:**

Responsabilidades da Conab

Acompanhar e fiscalizar o desenvolvimento do Projeto.

Validar os produtos entregues.

Aprovar os relatórios entregues.

Responsabilidades do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo - IFSP:

Selecionar e contratar os bolsistas do projeto, bem como gerenciar os pagamentos de bolsas e trâmites administrativos.

Acompanhar e fiscalizar o desenvolvimento do Projeto.

Contratar os serviços de terceiros sendo responsável pela logística do projeto.

Apoiar os eventos institucionais da Companhia.

Adquirir os equipamentos descritos no Plano de Trabalho.

Administrar os recursos financeiros do projeto por meio de Fundação de apoio e/ou licitação, quando aplicável, ou outros instrumentos previstos na gestão pública.

Adquirir/pagar todas as diárias e passagens de todo o projeto, incluindo as da equipe da Conab.

Elaboração de Relatórios de prestação de contas e desempenho do projeto de acordo com o estabelecido e do Relatório final (RCO).

4.4. **Metas e Etapas**

Metas, Etapas e Produtos:

METAS	ETAPAS	PRODUTOS
-------	--------	----------

<p>META 1 Realização de eventos institucionais da CONAB.</p>	<p>ETAPA 1</p> <p>Planejamento e execução de eventos da Companhia ou participação desta em eventos estratégicos e/ou de inovação, podendo incluir ações tais como a contratação de equipe, bem como o fornecimento, instalação e operacionalização de equipamentos e infraestrutura física, sistemas de sonorização, recursos audiovisuais, iluminação cênica e técnica, equipamentos de informática e telefonia, serviços de tradução simultânea e interpretação, alimentação, sinalização interna e externa, mobiliário, ambientação e decoração, logística e transporte, fornecimento de materiais de consumo e de expediente, além da execução de ações de comunicação e divulgação dos eventos, também em alinhamento com a Meta 3.</p>	<p>PRODUTO 1</p> <p>1.1. Planejamento junto à Conab para a realização de eventos da companhia ou participação desta em eventos estratégicos e/ou de inovação durante a vigência do TED, contemplando cronograma, logística, dimensionamento de equipe e recursos necessários.</p> <p>1.2. Execução dos eventos definidos e viabilização da participação da Conab em eventos estratégicos, podendo incluir:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Fornecimento, montagem e desmontagem de toda a estrutura física e mobiliário necessários para a realização. * Disponibilização, instalação e operação de sistemas de som, iluminação e recursos audiovisuais compatíveis com o porte e a finalidade dos eventos * Instalação de recursos de informática e telefonia para apoio técnico, operacional e administrativo durante os eventos. * Disponibilização de profissionais e equipamentos para tradução simultânea ou consecutiva. * Fornecimento de alimentação e serviços correlatos durante os eventos. * Execução de sinalização visual e decoração dos ambientes de forma adequada à identidade do evento. * Disponibilização de veículos e serviços de transporte de pessoas, equipamentos e materiais. * Fornecimento de materiais necessários ao funcionamento administrativo e operacional do evento. <p>1.2. Execução de ações de comunicação e divulgação para promover os eventos junto ao público-alvo.</p>
---	---	---

<p>ETAPA 1</p> <p>Mapeamento e diagnóstico de comunicação anual e dados estratégicos para subsidiar a implementação das ações de comunicação e marketing institucional da Conab.</p>	<p>PRODUTO 2</p> <p>2.1. Relatório analítico (quantitativo e qualitativo) sobre os canais digitais da Conab.</p> <p>2.2. Relatório de mapeamento, diagnóstico e definição dos canais e plataformas digitais da Conab, com vistas a instituir um ecossistema amplo, integrado e estratégico, com objetivos e editoriais específicos para cada canal e plataforma contemplando a estruturação da estratégia de comunicação por meio da organização de temas, mensagens-chave e formatos, alinhados às características e necessidades dos diferentes públicos, incluindo, ainda, o mapa de conteúdo para a Companhia.</p> <p>2.3. Relatório analítico periódico detalhado do desempenho das ações de comunicação e marketing dos conteúdos da Conab nas plataformas/tecnologias digitais com os dados e indicadores da performance institucional, e recomendações de ajuste nas ações de comunicação no ambiente digital para promover engajamento e interação positiva.</p> <p>2.4. Apresentação de ações em consonância com o plano anual de comunicação e marketing digital da Conab.</p>
	<p>PRODUTO 3</p> <p>3.1. No mínimo quatro Iphones 16 Pro - Smartphone de última geração, gravação em 4K, estabilização avançada, 512 GB, câmera de alta performance para foto e vídeo, processador de alto desempenho.</p> <p>3.2. No mínimo quatro baterias externas - Power banks de alta capacidade (mín. 20.000mAh), compatíveis com recarga rápida.</p> <p>3.3. No mínimo dois starlinks mini - Sistema de internet via satélite portátil, alta velocidade, baixa latência, cobertura nacional.</p> <p>3.4. No mínimo quatro kits de microfone de lapela - Modelo Hollyland Lark M2, transmissão sem fio de até 300m, cancelamento de ruído, compatível com câmeras e dispositivos móveis.</p> <p>3.5. No mínimo quatro microfones de mesa - Microfones condensadores de alta sensibilidade, captação direcional, conexão USB/XLR.</p> <p>3.6. No mínimo um drone - Gravação 4K/60fps, sensor CMOS 1/1,3", lente f/1.7, alcance 20km+, detecção de obstáculos 360°, peso ≤ 250g, 3 baterias com 45 min cada, controle com tela, bolsa de transporte</p> <p>3.7. No mínimo dois Macbook Pro - Computador Apple de alto desempenho, tela retina, processador de última geração, memória RAM de alta capacidade (mínimo 24GB), alto armazenamento SSD (mínimo 512GB).</p> <p>3.8. No mínimo 6 Caixas Ativa Yamaha DBR 10 10" Bi Amplificada Preta, Alto Falantes: 10" Resposta Frequência: 52Hz – 20kHz Saídas: XLR3-32 x 1 (CH1 Parallel Through ou CH1+CH2 Mix) Dimensões: Largura: 308 milímetros (12,1") Altura: 493 milímetros (19,4") Profundidade: 289 milímetros (11,4") Peso: 10,5 kg (23,2 libras)</p> <p>3.9. No mínimo 4 Caixas de som Edifier R1000T4 - Potencia: 24Watts RMS (12Wx2) - Agudos: 1,2". - Graves: 4". - Proteção Magnética:</p>

Sim - S / N Ratio: > 85 dB - Distorção: 0.5% - Frequencia response : 75Hz ~ 18KHZ (+/-9dB) - Nível de Entrada: PC: 700mV ± 50mV AUX: 550mV ± 50mV - BivoltImpedancia: 4ohm

3.10. No mínimo 2 Mesa de som digital Soundcraft UI24R USB 1.0 e 2.0: 2 x portas Tipo-A (conecte um mouse e / ou teclado)Saída HDMI simFormato Montagem em rackWi-fi Router Wi-Fi integrado de banda duplaControle Ethernet sim Número de Entradas 24Conexões XLR Mic / Linha: 10 x Combo XLR-1/4 "/ 6,35 mm - Mic: 10 x XLREntrada Hi-Z Canais 1 e 2: modelagem de guitarra / amplificador DigiTechSaída Principal 2 x XLR e 2 x 1/4 "/ 6,35 mm R\$ 8,589.68 0% R\$ 8,589.68 mmEnvios AUX Aux / Monitor Envia: 8 XLR balanceadoUSB USB PLAY: Porta Type-A (reprodução multicanal)USB REC: Porta TypeA (22 canais, gravação direta na memória)USB I / F: porta Type-B (conecta ao computador como 32 I / O interface de áudio) Fone de ouvido Saída de fone de ouvido: 2 x 1/4 "/ 6,35 mm - Linha de entrada Entrada de linha: 2 x RCAFootswitch Evento de pedal de fechamento Gatilho: 1/4 "/ 6,35 mmDimensões (CxLxA): 17,78 x 48,26 x 16,51 cm

ETAPA 2

Aquisição de equipamentos para subsidiar a implementação das ações de comunicação e marketing institucional da Conab

3.11. No mínimo 12 Microfones sem-fio UHF Kadosh K622M Distância de até 80 metros em espaço aberto. Transmissão de Áudio e RF Digital. Criptografia integrada garantindo segurança nas transmissões. Tecnologia PLL para sincronização precisa de frequências. Montagem padrão rack. Varredura de Frequência Automática.

3.12. No mínimo 2 Kits distribuidor de sinal com antena Kadosh D840BR.

3.13. No mínimo 2 Blackmagic Design Audio to SDI Mini Converter - Incorpore áudio em sinais SDI de até 1080p - Quatro conectores de entrada de áudio de 1/4" - Suporta 4 canais de áudio analógico - Suporta 8 canais de áudio AES/EBU - Entrada de backup SDI redundante.

3.14. No mínimo 6 AIDA Imaging Full HD NDI|HX Broadcast PTZ Camera with 20x Optical Zoom, Saídas SDI, HDMI, USB e IP simultâneas, Protocolo NDI|HX; Saídas SDI, HDMI, USB; Zoom óptico de 20x; Controle RS-232, VISCA sobre IP; Até 128 predefinições sobre controle serial.

3.15. No mínimo 2 AIDA Imaging VISCA Serial & IP PTZ Camera Controller; Controle de câmera panorâmica / inclinação / zoom; Comunicação IP e serial RS-232/422; Controle até 7 câmeras PTZ; Suporte VISCA e VISCA sobre IP; Visor de status LCD, botões de silicone.

3.16. No mínimo 2 Computador Desktop; 1 Processador AMD Ryzen 7 5700X3D, 3.0GHz, (4.1GHz Max); 1 ASUS Placa-Mãe ASUS TUF GAMING A520M-PLUS II, AMD AM4, mATX; 1 Kingston Memória RAM Kingston Fury Beast, 8GB, 3200MHz, DDR4, CL16, 1 MSI Placa de Vídeo MSI RTX 3050 Ventus 2X XS OC NVIDIA GeForce, 8GB; 1 SanDisk SSD SanDisk Plus NVMe, 500GB, M.2, PCIe, Gen3, Leitura; Fonte 650W, 80 Plus Bronze, PFC Ativo, Microsoft Windows 11 Home 64-bit

3.17. No mínimo 2 Blackmagic Design DeckLink Duo 2; SD/HD/3G-SDI Input/Output; PCI-E Interface 1080p 4:4:4 by Single-Link 3G-SDI; 10/12-Bit Processing

META 2

Execução das Ações Estratégicas de Comunicação e marketing Institucional no ambiente digital

3.18. 2 Licença Software VMix HD Lifetime

3.19. Instalação e Configuração Serviço de Instalação e Configuração tanto dos equipamentos de Áudio quanto dos equipamentos de Transmissão.

3.20. No mínimo 2 TVs Tamanho 42", Tecnologia LED, Resolução Full HD ou superior, Entrada HDMI, Compatibilidade com padrão VESA

3.21 No mínimo 2 suportes compatíveis com a TV de 42" e com padrão VESA, no material de Aço, na cor preta, com rodinhas para movimentação, com fechamento para compactar quando não estiver em uso e que suporte carga de pelo menos 15 kg

Observação: os equipamentos podem variar, mantendo a qualidade mínima, de acordo com demanda e aprovação prévia da CONAB. A quantidade de equipamentos a ser adquirida fica vinculada ao limite do recurso orçamentário e financeiro.

		<p>PRODUTO 4</p> <p>4.1. Elaboração e divulgação de textos/conteúdos editoriais institucionais - podendo incluir notícias, posts, artigos, cards, entrevistas, notas, comunicados, boletins informativos (newsletters), campanhas educativas, etc..</p> <p>4.2. Criação e divulgação de imagens institucionais por meio de, por exemplo, fotografias, infográficos interativos, ilustrações, banners, apresentações, cards, e-books, relatórios visuais, banners digitais, etc.</p> <p>4.3. Produção e veiculação de conteúdos audiovisuais institucionais, podendo ser por meio de vídeos, tutoriais, guias práticos, reportagens, depoimentos, vinhetas, documentários, compilações (vídeos de colagem), entrevistas, <i>podcast</i>, <i>spot</i>, <i>webinários</i>, enquetes e perguntas interativas, animações e <i>motion graphics</i>, entre outros.</p>
		<p>4.4. Elaboração e disseminação de conteúdos, voltados à comunicação institucional, público prioritário da Conab, os quais, a partir das avaliações da Meta 2 e desdobramentos do projeto, poderão ser, por exemplo:</p> <p>* Conteúdos orgânicos para ambientes <i>web</i>, tais como sites e <i>hotspots</i> institucionais, <i>landing pages</i>, e-mail marketing, <i>blog posts</i>, FAQs interativas, plataformas de dados abertos, <i>dashboards</i>, campanhas de engajamento e performance, divulgação de eventos e serviços, conteúdos institucionais, relatórios e animados por <i>marketing</i> visual e aplicação de inteligência de dados, com base nos dados disponíveis.</p> <p>* Produção e veiculação de conteúdos e elementos gráficos diagramados, voltadas tanto para publicações impressas, quanto para plataformas digitais.</p>
<p>5. JUSTIFICATIVA E MOTIVAÇÃO PARA CELEBRAÇÃO DO TED:</p> <p>A iniciativa de firmar um Termo de Execução Descentralizada (TED) entre a Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB) e o Instituto Federal de São Paulo (IFSP) na área eventos, comunicação digital e inovação possui justificativas sólidas e alto potencial de transformação estratégica. A parceria amplia a presença junto aos públicos estratégicos da Companhia e ampliando sua presença junto aos públicos estratégicos.</p> <p>Desenvolvimento de diagnóstico de planejamento estratégico, plano de negócios, comunicação e marketing digital em parceria com a Conab. A Conab já desenvolve TEDs com instituições parceiras para planejamento estratégico, plano de negócios, produção e divulgação de conteúdos digitais e gestão de redes sociais; produção de conteúdo digital em parceria com a Conab. A Conab já desenvolve TEDs com instituições parceiras para planejamento estratégico, plano de negócios, produção e divulgação de conteúdos digitais e gestão de redes sociais; produção de conteúdo digital em parceria com a Conab.</p> <p>diagnóstico realizado em parceria com a Conab. A Conab já desenvolve TEDs com instituições parceiras para planejamento estratégico, plano de negócios, produção e divulgação de conteúdos digitais e gestão de redes sociais; produção de conteúdo digital em parceria com a Conab.</p> <p>prioritários da Conab. A Conab já desenvolve TEDs com instituições parceiras para planejamento estratégico, plano de negócios, produção e divulgação de conteúdos digitais e gestão de redes sociais; produção de conteúdo digital em parceria com a Conab.</p> <p>A comunicação exerce um papel essencial na construção de materiais colaborativos em parceria com beneficiários e demais <i>stakeholders</i>.</p> <p>A soberania e a segurança alimentar do Brasil. Comunicar-se o território nacional, representa um desafio significativo para os estabelecimentos rurais — o equivalente a 3,9 milhões — pertencem a agricultores familiares ativos, aptos a acessar as políticas públicas do Governo Federal.</p> <p>Nesse contexto, a Conab assume um papel estratégico no combate à fome e pobreza, alinhada à Aliança Global contra a Fome e a Pobreza, lançada no G20. Em parceria com o Ministério do Desenvolvimento Social, a Conab amplia sua atuação para além da regulação de estoques, promovendo a segurança alimentar, para plataformas de redes sociais e abridoras digitais, através de serviços de <i>trading</i> agrícola e compromissos com o desenvolvimento socioambiental e com a inserção qualificada do Brasil em pautas globais.</p> <p>Esse novo papel estratégico, conduzido pela atual gestão da Conab, requer também uma estratégia de comunicação compatível e à altura dos desafios da Companhia. Em abril de 2025, foi apresentado o Planejamento Estratégico de Comunicação Institucional, que propõe uma visão integrada de comunicação, ao mesmo tempo em que reconhece as especificidades dos diferentes públicos, das mensagens e dos canais a serem utilizados, em consonância com os objetivos da Conab. Nesse processo foi identificado um conjunto de desafios relevantes. Entre eles, destacam-se:</p>	<p>4.4. Elaboração e disseminação de conteúdos, voltados à comunicação institucional, público prioritário da Conab, os quais, a partir das avaliações da Meta 2 e desdobramentos do projeto, poderão ser, por exemplo:</p> <p>* Conteúdos orgânicos para ambientes <i>web</i>, tais como sites e <i>hotspots</i> institucionais, <i>landing pages</i>, e-mail marketing, <i>blog posts</i>, FAQs interativas, plataformas de dados abertos, <i>dashboards</i>, campanhas de engajamento e performance, divulgação de eventos e serviços, conteúdos institucionais, relatórios e animados por <i>marketing</i> visual e aplicação de inteligência de dados, com base nos dados disponíveis.</p> <p>* Produção e veiculação de conteúdos e elementos gráficos diagramados, voltadas tanto para publicações impressas, quanto para plataformas digitais.</p> <p>A comunicação exerce um papel essencial na construção de materiais colaborativos em parceria com beneficiários e demais <i>stakeholders</i>.</p> <p>A soberania e a segurança alimentar do Brasil. Comunicar-se o território nacional, representa um desafio significativo para os estabelecimentos rurais — o equivalente a 3,9 milhões — pertencem a agricultores familiares ativos, aptos a acessar as políticas públicas do Governo Federal.</p> <p>Nesse contexto, a Conab assume um papel estratégico no combate à fome e pobreza, alinhada à Aliança Global contra a Fome e a Pobreza, lançada no G20. Em parceria com o Ministério do Desenvolvimento Social, a Conab amplia sua atuação para além da regulação de estoques, promovendo a segurança alimentar, para plataformas de redes sociais e abridoras digitais, através de serviços de <i>trading</i> agrícola e compromissos com o desenvolvimento socioambiental e com a inserção qualificada do Brasil em pautas globais.</p> <p>Esse novo papel estratégico, conduzido pela atual gestão da Conab, requer também uma estratégia de comunicação compatível e à altura dos desafios da Companhia. Em abril de 2025, foi apresentado o Planejamento Estratégico de Comunicação Institucional, que propõe uma visão integrada de comunicação, ao mesmo tempo em que reconhece as especificidades dos diferentes públicos, das mensagens e dos canais a serem utilizados, em consonância com os objetivos da Conab. Nesse processo foi identificado um conjunto de desafios relevantes. Entre eles, destacam-se:</p>	
	<p>1. A replicação uniforme de conteúdos em todos os canais digitais, sem diferenciação clara de públicos ou definição de personas. Embora semelhantes, cada plataforma digital possui perfis distintos de usuários — que variam em localização, faixa etária e interesses — e, portanto, demandam abordagens comunicacionais específicas, com formatos e linguagens adequados a cada contexto.</p> <p>2. Para alcançar audiências diversas e reforçar a autoridade da Conab tanto no cenário nacional quanto nos contextos regionais e locais, recomenda-se a definição de um posicionamento específico para cada rede social, com a adoção de editorias segmentadas. Essa abordagem permite a personalização do conteúdo conforme as características e finalidades de cada plataforma, mantendo-o alinhado aos objetivos gerais da comunicação institucional.</p> <p>3. A autoridade da Conab será progressivamente reconhecida pelo público à medida que os perfis institucionais expandirem seu alcance e obtiverem maior engajamento. Nesse contexto, destaca-se a importância de explorar a figura de novos porta-vozes, especialmente representantes locais, que podem atuar como amplificadores da mensagem institucional. Essa estratégia responde a uma demanda já observada nas interações com os seguidores, os quais demonstram interesse crescente por informações específicas de suas respectivas regiões.</p>	<p>1. A replicação uniforme de conteúdos em todos os canais digitais, sem diferenciação clara de públicos ou definição de personas. Embora semelhantes, cada plataforma digital possui perfis distintos de usuários — que variam em localização, faixa etária e interesses — e, portanto, demandam abordagens comunicacionais específicas, com formatos e linguagens adequados a cada contexto.</p> <p>2. Para alcançar audiências diversas e reforçar a autoridade da Conab tanto no cenário nacional quanto nos contextos regionais e locais, recomenda-se a definição de um posicionamento específico para cada rede social, com a adoção de editorias segmentadas. Essa abordagem permite a personalização do conteúdo conforme as características e finalidades de cada plataforma, mantendo-o alinhado aos objetivos gerais da comunicação institucional.</p> <p>3. A autoridade da Conab será progressivamente reconhecida pelo público à medida que os perfis institucionais expandirem seu alcance e obtiverem maior engajamento. Nesse contexto, destaca-se a importância de explorar a figura de novos porta-vozes, especialmente representantes locais, que podem atuar como amplificadores da mensagem institucional. Essa estratégia responde a uma demanda já observada nas interações com os seguidores, os quais demonstram interesse crescente por informações específicas de suas respectivas regiões.</p>

4. A criação de landing pages voltadas a públicos com interesse em temas ou regiões específicas. Após o impacto inicial gerado pelos canais digitais, o usuário poderá ser conduzido, por meio de um botão de chamada para ação (call to action), a uma página dedicada, com informações detalhadas e organizadas sobre o tema de interesse. Essa estratégia contribui para aumentar a retenção da audiência e oferecer uma experiência de navegação mais objetiva e eficiente, evitando que o usuário se disperse diante da grande quantidade de informações disponíveis no site principal da Conab.

A Conab, como órgão responsável pela política de abastecimento e segurança alimentar no Brasil, pode se beneficiar da expertise do IFSP em gestão de projetos, em inovação tecnológica e comunicação digital, e na organização de eventos de pequeno, médio e grande porte, sendo hoje o maior Instituto Federal do país, com 41 campus e mais 13 em implementação, além de um polo de inovação Embrapii na área de alimentos. Além disso, o IFSP vem desenvolvendo diversos projetos de formação junto a agricultores familiares e organização de eventos em parceria com o MDA, cujas temáticas são atinentes aos objetivos da Conab e seu público alvo. Por outro lado, o IFSP pode ampliar sua atuação e visibilidade por meio da colaboração com uma entidade de grande relevância no cenário nacional, proporcionar experiências formativas à sua comunidade acadêmica e contribuir com o desenvolvimento e inclusão social, cumprindo seus objetivos institucionais em Ensino, Pesquisa e Extensão.

O IFSP se destaca pela excelência na formação profissional, unindo tradição, inovação e compromisso social. Entre os cursos técnicos oferecidos, merecem destaque os de Design Gráfico e Produção de Áudio e Vídeo, que preparam estudantes para atuar de forma criativa e crítica em áreas estratégicas da economia criativa. No curso técnico de Design Gráfico, os alunos têm acesso a uma formação sólida que combina fundamentos estéticos, domínio de ferramentas digitais e compreensão do papel do design na comunicação contemporânea. O IFSP alia teoria e prática, estimulando projetos que integram identidade visual, ilustração, tipografia, produção editorial e mídias digitais, sempre com foco em soluções criativas e funcionais.

Já o curso técnico em Produção de Áudio e Vídeo proporciona uma imersão completa no universo da comunicação audiovisual. Os estudantes desenvolvem competências que vão da captação de som e imagem à edição e finalização, aprendendo a criar conteúdos para cinema, televisão, rádio, internet e novas plataformas digitais. A infraestrutura do IFSP, somada à orientação de professores especializados, garante a vivência prática e a aproximação com os padrões profissionais do setor. Ao unir rigor acadêmico, laboratórios modernos e uma metodologia voltada para a prática profissional, o IFSP consolida sua expertise como referência na formação de profissionais criativos, críticos e preparados para os desafios do mercado de trabalho.

O IFSP conta com diversos cursos na área de Turismo e Hospitalidade, Eventos e Logística, tendo em seu corpo técnico e docente profissionais qualificados que vêm contribuindo com a organização de eventos em parceria com diferentes ministérios. Dentre eles, eventos científicos, culturais, simpósios, feiras da agricultura familiar ou orgânica, eventos que promovem participação social, disseminação de políticas públicas, encontros estudantis, feiras de tecnologia, dentre outros. Tal atuação colabora com a execução de políticas públicas, divulgação científica e desenvolvimento dos territórios, além de ser estratégica para o IFSP no envolvimento de sua comunidade acadêmica e promoção de vivências aos discentes. A trajetória do IFSP, por outro lado, no campo da Agroecologia e Agricultura Familiar apresenta uma vasta gama de projetos de pesquisa, ensino e extensão voltados para o público da agricultura familiar, tradicional, reforma agrária, quilombola, indígena, urbana e periurbana. Essas experiências demonstram a solidez do compromisso social, tecnológico, educacional e de transformação que a instituição tem, caracterizado por várias e diferentes ações que causam impacto no desenvolvimento sustentável, inclusão social e alimentação saudável.

Entre os anos de 2018 e 2023, o IFSP realizou 60 projetos ligados às temáticas da agroecologia em quinze campus diferentes, envolvendo, assim, arranjos produtivos locais de diferentes regiões do estado de São Paulo. Esses projetos impactam diretamente em torno de 6, 7 mil sujeitos da agricultura familiar, tradicional, reforma agrária, quilombolas e indígenas, incluindo também a agricultura urbana e periurbana. Envolveram ainda 600 alunos e 250 servidores em números aproximados. Em parceria com o MDA e INCRA, o IFSP atuou na organização de eventos como o 7o Encontro Paulista de Agroecologia – EPA no município de São Roque (2023), feiras de divulgação dos produtos da agricultura familiar e reforma agrária, Bio Brazil Fair (considerada a maior feira de produtos orgânicos e sustentabilidade da América Latina), simpósios, formações em tecnologias da produção de alimentos saudáveis, formação de agentes territoriais, lançamento do Programa Nacional de Territórios Sustentáveis, dentre outros. A comunicação digital permite à CONAB atingir públicos variados: agricultores familiares, beneficiários dos programas (como PAA), agentes públicos e a sociedade em geral. Ferramentas digitais favorecem a personalização de mensagens, cobertura geográfica ampla e medição de resultados em tempo real — fortalecendo sua missão institucional. Cumpre destacar que os Institutos Federais, conforme Lei no 11892/2008, têm entre suas características e finalidades o desenvolvimento de programas de extensão e de divulgação científica e tecnológica, bem como a consolidação e fortalecimento dos arranjos produtivos, sociais e culturais locais, identificados com base no mapeamento das potencialidades de desenvolvimento socioeconômico e cultural.

A parceria é motivada pela necessidade da Conab na sua comunicação, adotar metodologia de divulgação institucional e intensificar o relacionamento com a sociedade, produtores e governos. Ao se aproximar de um instituto federal de grande prestígio, como o IFSP, a Companhia ganha credibilidade técnica, potencial de inovar, enquanto estudantes e pesquisadores possuem um campo de aplicação real e relevante.

O modelo descentralizado permite operação eficiente, com autonomia para o IFSP desenvolver metodologia e conteúdos na velocidade adequada à dinâmica digital, reduzindo burocracia e dialogando com esse novo contexto de forma ágil e simplificada, bem como organizando os eventos por meio de fornecedores licitados pela instituição. Os produtos (peças, campanhas, matérias, relatórios, ferramentas) serão entregues com qualidade acadêmica e relevância prática, fortalecendo a capacidade da Conab de dar publicidade e transparência aos beneficiários das suas políticas e programas, assim como a toda a sociedade brasileira, refletindo no seu reconhecimento institucional.

A celebração de um Termo de Execução Descentralizada (TED) entre a Conab e o Instituto Federal de São Paulo (IFSP) para o desenvolvimento de ações estratégicas de Comunicação Institucional, relacionadas a eventos representa uma iniciativa de caráter estratégico, que:

- Amplia a visibilidade dos resultados sociais gerados pela atuação da Conab;
- Fortalece a aproximação com os cidadãos, produtores e gestores públicos, por meio de eventos e da oferta de conteúdos digitais acessíveis, transparentes e orientados por dados;
- Fomenta a inovação, a mensuração de resultados, a eficiência comunicacional e o engajamento institucional, alinhando a comunicação aos desafios contemporâneos da gestão pública.

Ademais, com a formalização da parceria será possível a aquisição de equipamentos que garantirão a plena execução do TED, pois possibilitará melhor captação de imagens e vídeos de qualidade profissional. Além de assegurar que a Companhia modernize seus equipamentos de modo a garantir a continuidade do Plano anual de comunicação e marketing digital elaborado pelo Instituto, bem como a promoção de políticas públicas e serviços por meio de eventos institucionais.

Essa parceria fortalece o papel da Conab no cenário da segurança alimentar, reforçando sua imagem como uma instituição moderna, conectada e voltada para o interesse público.

6. SUBDESCENTRALIZAÇÃO

A Unidade Descentralizadora autoriza a subdescentralização para outro órgão ou entidade da administração pública federal?

() Sim

() Não

7. FORMAS POSSÍVEIS DE EXECUÇÃO DOS CRÉDITOS ORÇAMENTÁRIOS:

A forma de execução dos créditos orçamentários descentralizados poderá ser:

() Direta, por meio da utilização capacidade organizacional da Unidade Descentralizada.

() Contratação de particulares, observadas as normas para contratos da administração pública.

() Descentralizada, por meio da celebração de convênios, acordos, ajustes ou outros instrumentos congêneres, com entes federativos, entidades privadas sem fins lucrativos, organismos internacionais ou fundações de apoio regidas pela Lei nº 8.958, de 20 de dezembro de 1994.

8. CUSTOS INDIRETOS (ART. 8, §2º)

A Unidade Descentralizadora autoriza a realização de despesas com custos operacionais necessários à consecução do objeto do TED?

(X) Sim

() Não

O pagamento será destinado aos seguintes custos indiretos, até o limite de 20% do valor global pactuado:

1. Custos operacionais na execução com Fundação de Apoio em conformidade com as Leis nºs 8.958, de 1997; 10.973, de 2004, Decretos nºs 7.423, de 2010, e 9.283, de 2018.

2. Despesas Administrativas e Operacionais - D.A.O. e demais custos operacionais necessários à consecução do objeto do TED, como aluguéis; manutenção e limpeza de imóveis; fornecimento de energia elétrica e de água; serviços de comunicação de dados e de telefonia; taxa de administração; e consultoria técnica, contábil e jurídica, conforme art. 2º do Decreto nº 10.426, de 2020.

3. Serviços de Terceiros - Pessoa Física (valor com encargos de INSS, ISSQN e IR (se for o caso) - a deduzir - sendo os encargos sociais (20%) INSS - Patronal;

4. Serviços de terceiros pessoa jurídica.

9. CRONOGRAMA FÍSICO-FINANCEIRO

METAS	DESCRIÇÃO	Unidade de Medida	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total	Início	Fim
META 1	Realização de eventos institucionais da CONAB.					10/2025	12/2026

Etapa 1	Planejamento e execução de eventos da Companhia ou participação desta em eventos estratégicos e/ou de inovação, podendo incluir ações tais como a contratação de equipe, bem como o fornecimento, instalação e operacionalização de equipamentos e infraestrutura física, sistemas de sonorização, recursos audiovisuais, iluminação cênica e técnica, equipamentos de informática e telefonia, serviços de tradução simultânea e interpretação, alimentação, sinalização interna e externa, mobiliário, ambientação e decoração, logística e transporte, fornecimento de materiais de consumo e de expediente, além da execução de ações de comunicação e divulgação dos eventos, também em alinhamento com a Meta 3.	Conjunto do Produto 1 (conforme planejamento junto à Conab e desdobramento do projeto, limitado ao orçamento disponível)	1	R\$ 6.226.900,00	R\$ 6.226.900,00	10/2025	12/2026
META 2	Execução das Ações Estratégicas de Comunicação e marketing Institucional no ambiente digital						
Etapa 1	Mapeamento e diagnóstico de comunicação anual e dados estratégicos para subsidiar a implementação das ações de comunicação e marketing institucional da Conab.	Conjunto do Produto 2		R\$ 1.025.500,00	R\$ 1.025.500,00	10/2025	12/2026
Etapa 2	Aquisição de equipamentos para subsidiar a implementação das ações de comunicação e marketing institucional da Conab	Conjunto do Produto 3		R\$ 470.000,00	R\$ 470.000,00	10/2025	12/2026

META 3	Desenvolvimento de campanhas de comunicação e marketing em ambiente digital.						
Etapa 1	Produção e divulgação de conteúdos digitais para as plataformas/tecnologias digitais voltados ao fortalecimento da imagem institucional, bem como à construção de materiais colaborativos em parceria com beneficiários e demais stakeholders.	Conjunto do Produto 4		R\$ 1.025.500,00	R\$ 1.025.500,00	10/2025	12/2026

10. CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO

MÊS/ANO	VALOR
OUTUBRO/2025	R\$ 9.000.000,00

11. PLANO DE APLICAÇÃO CONSOLIDADO - PAD

CÓDIGO DA NATUREZA DA DESPESA	CUSTO INDIRETO	VALOR PREVISTO
33.90.39 - Outros Serviços de Terceiros - pessoa jurídica - Contratação de Fundação para Interveniência Financeira	SIM	R\$ 252.100,00
33.90.39 - Outros Serviços de Terceiros - pessoa jurídica	NÃO	R\$ 2.051.000,00
33.90.39 - Outros Serviços de Terceiros - pessoa jurídica	NÃO	R\$ 6.226.900,00
44.90.52 - Equipamentos e Material Permanente	NÃO	R\$ 470.000,00

12. PROPOSIÇÃO

São Paulo/SP, na data da assinatura

Silmário Batista dos Santos

Reitor do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de São Paulo - IFSP

13. APROVAÇÃO

--

Brasília/DF, na data da assinatura

Lenildo Dias de Moraes

Diretor Executivo de Desenvolvimento, Inovação e Gestão de Pessoas da Conab

João Edegar Pretto

Diretor-Presidente da Companhia Nacional de Abastecimento - Conab

Brasília, 10 de outubro de 2025



Documento assinado eletronicamente por **JULIA NUNES OLIVEIRA DE LISCIO**, **Superintendente de Área - Conab**, em 10/10/2025, às 19:31, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º, § 3º, do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **ANDRE LUIZ CARNEIRO BALOCCO**, **Superintendente de Área - Conab**, em 13/10/2025, às 16:35, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º, § 3º, do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Silmario Batista dos Santos**, **Usuário Externo**, em 15/10/2025, às 18:36, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º, § 3º, do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **LENILDO DIAS DE MORAIS**, **Diretor (a) Executivo (a) - Conab**, em 15/10/2025, às 20:55, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º, § 3º, do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **JOAO EDEGAR PRETTO**, **Diretor-Presidente - Conab**, em 31/10/2025, às 19:26, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º, § 3º, do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site: https://sei.agro.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **46456597** e o código CRC **73236EAE**.