



MINISTÉRIO DA INTEGRAÇÃO E DO DESENVOLVIMENTO REGIONAL
SUPERINTENDÊNCIA DO DESENVOLVIMENTO DO NORDESTE

NOTA TÉCNICA Nº 238/2025 - SEI/SUDENE

PROCESSO Nº 59336.001377/2025-01

INTERESSADO: GAB/ASCOM

1. ASSUNTO

1.1. Demanda de patrocínio para a 60ª Exposição Agropecuária e Industrial de Iguatu – EXPOIGUATU, que será realizada entre os dias 4 a 7 de setembro de 2025, no Parque de Exposições Enéas Bandeira Filho, no município de Iguatu (CE).

2. INTRODUÇÃO

2.1. A análise a seguir trata sobre a solicitação de patrocínio pelo Rotary Club de Iguatu, inscrito no CNPJ nº 06.742.498/0001-44, e atende solicitação encaminhada ao Gabinete (SEI 0793047).

2.2. A Ascom é a unidade administrativa da Sudene com atribuição de gerir as ações de comunicação de que trata o art. 4º do Decreto nº 6.555, de 2008.

2.3. O Plano de Comunicação da Sudene 2025 apresenta como objetivo geral o fortalecimento de sua marca junto ao seu público de interesse. E, entre os objetivos específicos, cita a reestruturação da presença de mercado da Sudene e os seus atributos de marca como uma das prioridades.

3. REFERÊNCIAS

3.1. A presente análise de demanda de patrocínio adota como referências:

3.1.1. Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008 (e suas alterações posteriores), que dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal e dá outras providências;

3.1.2. Instrução Normativa SG/PR nº 2, de 23 de dezembro de 2019;

3.1.3. Plano de Comunicação da Sudene 2023- 2024 (SEI 0746303);

3.1.4. Plano Anual de Patrocínio Anual (SEI 0747225).

4. ANÁLISE

4.1. A 60ª Exposição Agropecuária e Industrial de Iguatu, realizada pelo Rotary Club de Iguatu, inscrito no CNPJ nº 06.742.498/0001-44, neste município, entre os dias 4 a 7 de setembro de 2025, é um evento agropecuário, que reúne exposição, julgamento e classificação de animais – bovinos, ovinos, caprinos, suínos e aves; exposição de produtos e serviços agropecuários e industriais; concurso leiteiro; workshops para produtores rurais; feira de negócios; ações sociais e apresentações culturais.

4.2. Seu objetivo é apresentar as potencialidades dos segmentos contemplados no sentido de promover o crescimento da Região Centro Sul do Estado do Ceará e o desenvolvimento de novos negócios para os as áreas de agricultura, comércio, indústria e turismo, com o intuito de reverter o resultado do trabalho em benefício aos menos favorecidos.

4.3. A Expoiguatu é uma oportunidade de movimentação turística no Interior do Estado que promove o crescimento da cidade e cultiva o hábito de visitação às áreas do sertão do Ceará. Além de se tratar de um agente de desenvolvimento para a economia regional, a Expoiguatu é um evento de atração

de turistas para o município. Atualmente o evento recebe uma média de 32 mil visitantes por dia. A entrada é gratuita.

4.4. O evento é também contemplado por diversas ações sociais que atendem a população da região. Dentre elas, a distribuição de leite à famílias carentes, utilizando o produto retirado dos animais que participam do concurso leiteiro. A média de negócios gerados anualmente é de 12,6 milhões de reais durante os cinco dias. Os expositores de animais têm a oportunidade de classificar o seu rebanho, além de receber premiações pelos melhores animais de cada raça.

4.5. Uma estrutura complementar é montada especificamente para os dias do evento, com palcos, tendas, banheiros, pórticos e sinalização, tudo projetado para o atendimento às pessoas com mobilidade reduzida. O gerenciamento de resíduos sólidos também é feito no Parque de Exposições, promovendo a coleta seletiva e o reuso de materiais.

4.6. Realizador do evento, o Rotary Club Iguatu foi fundado há 72 anos e hoje volta as suas ações para o desenvolvimento da Região Centro Sul do Estado do Ceará e para a implementação dos projetos sociais para a população carente da Cidade de Iguatu. Ao longo de sua história o evento vem obtendo o apoio de diversos parceiros, o que garante a sua sustentabilidade e a oportunidade de desenvolvimento contínuo da região que tem a sua economia voltada para a criação de animais.

4.7. Durante o evento serão fomentados negócios nas áreas de agropecuária, indústria, comércio, turismo e entretenimento, e ainda cumprido o papel social de um Club de Rotary, com a promoção de ações sociais para a população da cidade.

4.8. A atual gestão da Sudene estabeleceu como uma de suas prioridades o reposicionamento da Autarquia no debate regional, inclusive com o fortalecimento de sua imagem. Dessa forma, considera importante estar presente em eventos representativos para a região e que dialoguem com os eixos do Plano Regional de Desenvolvimento do Nordeste (PRDNE).

4.9. No Mapa Estratégico da Sudene, há uma diretriz específica para o fortalecimento da imagem da instituição.

4.10. A realização de patrocínios a eventos que valorizem o empreendedorismo, de modo a gerar emprego e renda é uma ação institucional, com o objetivo de divulgar a marca da Sudene, estando presente em importante evento do Nordeste Brasileiro, com sede em um dos 11 estados da área de atuação da Autarquia.

4.11. A ideia de associar a marca da Sudene a um evento que tem como objetivo a promoção do desenvolvimento sustentável, o reconhecimento e valorização da diversidade ambiental, social, cultural e econômica das regiões e ainda a competitividade e equidade no desenvolvimento com sustentabilidade dos processos de produção, engloba os princípios do PRDNE e tem a ver com o programa o “Desenvolvimento da Agropecuária”, do eixo do Desenvolvimento Produtivo, do PRDNE, que aponta como objetivo aumentar a produtividade e competitividade da agropecuária da Área de Atuação da SUDENE, contribuindo para ampliar a segurança alimentar e o aumento da renda regional.

4.12. A escolha de projetos a serem patrocinados pela Sudene recorre aos princípios da racionalidade e eficiência na medida em que apresenta perspectiva de ganhos institucionais de imagem, por meio das contrapartidas apresentadas.

4.13. A decisão de patrocinar a **60ª Expoiguatu** foi uma escolha direta da alta direção da Sudene, que considera ação uma forma de contribuir para o reposicionamento da marca da Autarquia, aproximando-a da população da Região, especialmente de um setor produtivo que tem dinamismo, gera emprego e renda, como é o da agropecuária. Ressalte-se que o público-alvo do evento é também de interesse da Sudene, pois os instrumentos de ação da instituição, como o FNE (Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste), o FDNE (Fundo de Desenvolvimento do Nordeste) e os incentivos fiscais. Vale ressaltar que a Sudene patrocinou o evento em 2024 e obteve excelentes resultados para a visibilidade da marca.

4.14. A agropecuária e a agroindústria, juntas, correspondem a 19% do Produto Interno Bruto (PIB) do estado do Ceará, segundo dados do Centro de Inteligência e Inovação da Agropecuária do Ceará (Ciiagro), da própria Faec.

4.15. Esta ação de patrocínio está alinhada com o Plano de Comunicação 2025 da Sudene e, consequentemente com o Plano de Patrocínio 2025, ambos aprovados pela Diretoria Colegiada da Sudene.

4.16. Considerando que o evento atende as diretrizes estabelecidas no art. 2º do Decreto nº 6.555, de 2008, tais como:

I- afirmação dos valores e princípios da Constituição.

II - atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social.

III - preservação da identidade nacional.

V - reforço das atitudes que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente.

VI - valorização dos elementos simbólicos da cultura nacional e regional.

X - valorização de estratégias de comunicação regionalizada.

XI - observância da eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos.

4.17. A Ascom considera que o evento é uma oportunidade para a Sudene divulgar sua atuação, pois gera repercussão na mídia e boa percepção junto à sociedade, por movimentar importante área produtiva no Ceará, com impacto econômico positivo na região de realização.

4.18. O público presente no evento e o alcance das ações de divulgação do mesmo têm capacidade de alavancar o conhecimento de ações da Sudene.

4.19. A atual Diretoria Colegiada tem a posição de aproximar a Sudene dos atores que dialogam com a promoção do desenvolvimento regional e que essa articulação também se faz com a presença da Autarquia em eventos relevantes para o desenvolvimento de sua área de atuação.

4.20. Considerando que **a realização do patrocínio está condicionada ao atendimento, ao menos, das contrapartidas negociadas previamente.** São elas:

a) Contrapartida de imagem

Impressão das marcas da Sudene e do governo federal impressa em todas as placas de sinalização do evento:

- Pórtico de entrada

- Palco oficial de abertura

- Pavilhões de animais

- Pista de julgamento

- Paredes internas do parque

- 02 (dois) balões tipo blimp

- Camisas do evento – 100 unidades distribuídas aos organizadores e colaboradores

- 02 (dois) telões de LED medindo 3m x 4m localizados em locais estratégicos e de maior circulação no parque;

b) Contrapartida de imagem

Menção da Sudene e do Governo Federal como patrocinadores nas cerimônias de abertura e encerramento oficiais do evento;

c) Contrapartida de mídia

- Divulgação das marcas Sudene e do Governo Federal no Instagram Oficial do Evento (@expoiguatu.official);

d) Contrapartida de mídia

- Chamadas de áudio divulgação das marcas da Sudene e do Governo Federal no sistema de som interno do parque das 8h às 20h durante os dias de evento;

e) Contrapartida de mídia

Divulgação da marca em todas as chamadas de rádio para divulgação da EXPOIGUATU

- Rádios Jornal FM, Antena Sul FM, Nova FM, Mais FM)

- Spots de 30s,

- Frequência de 4x/dia;

f) Contrapartida de mídia

Divulgação das marcas da Sudene e do governo federal em outdoors do evento;

o 10 Pontos (Iguatu e cidades vizinhas);

g) Contrapartida de mídia

• Presença das marcas da Sudene e do Governo Federal nos comerciais e transmissões ao vivo realizados pela TV Centro-Sul (TV

LOCAL/Abrangência nacional) e portal IGUATU.NET.

h) Contrapartidas de Imprensa

- Divulgação de 02 (dois) releases, com citação ao patrocínio da Sudene e do governo federal ao evento;

i) Contrapartidas sociais

- Acesso gratuito a toda a programação do evento (Exposição, concursos, shows, palestras, minicursos) a população em geral;

- Acesso gratuito a oficinas e minicursos realizados durante os dias do evento voltadas a jovens e pequenos produtores rurais (ex: empreendedorismo rural, agroecologia, artesanato, fabricação de queijos etc).

- Espaço para expositores locais: reserva de estandes gratuitos para artesãos, agricultores familiares e microempreendedores da região

- Visitas guiadas para escolas públicas com atividades educativas sobre o agronegócio, sustentabilidade e inovação

- Acessibilidade para públicos específicos (tradutor de LIBRAS ou implementação de legenda em vídeos e VTs exibidos no evento

- Disponibilização de espaços com requisitos de acessibilidade, como existência de rampas, vagas para PCDs no estacionamento;

j) Contrapartidas de ações de promoção da diversidade étnico-racial (obrigatórias)

- Cotas para contratação de colaboradores negros, indígenas e/ou quilombolas nas equipes de produção, recepção, segurança e alimentação

- Palestras ou rodas de conversa sobre diversidade e étnico-racial no campo e no agronegócio, com lideranças locais;

k) Contrapartidas ambientais

- Coleta seletiva com pontos de separação de lixo reciclável e orgânico, em parceria com cooperativas locais

- Parceria com fornecedores locais, reduzindo a pegada de carbono com transporte e logística

- Plantio de árvores nativas para compensar emissões de carbono (envolvendo escolas e visitantes)

- Uso racional de água e energia.

4.21. Os critérios de sustentabilidade são diretrizes que devem ser utilizadas para garantir que suas atividades sejam ambientalmente responsáveis, socialmente justas e economicamente viáveis. A 60ª Expoiguatu adota ações de redução de impacto ambiental, com coleta seletiva de lixo, por exemplo. No aspecto econômico, o evento tem potencial de geração de emprego e renda, bem como o desenvolvimento de atividades econômicas que impactam positivamente na cadeia produtiva da

agropecuária. No aspecto social, há ações de promoção da cidadania previstas, como a realização de oficinas voltadas para jovens.

4.22. Em relação ao planejamento das ações de patrocínio, é preciso ressaltar que esta ASCOM previu recursos orçamentários para este tipo de ação no Plano Anual de Contratações 2025.

4.23. Vale destacar que as características da proposta apresentada pelo Rotary Iguatu, organizador do evento, foram submetidas à matriz de valoração de patrocínios, disponibilizada pela Coordenação-Geral de Patrocínios, subordinada ao Departamento de Mídia e Patrocínio, da Secretaria de Publicidade e Patrocínio, da Secretaria Especial de Comunicação Social do Ministério das Comunicações. Obteve 1.233 pontos, sendo considerado de médio porte (documento anexo abaixo).

4.24. Esta ação de patrocínio está em análise da Coordenação-Geral de Patrocínios, da Secom, de acordo conforme as regras da IN SG/PR nº 2/2019.

5. CONCLUSÃO

5.1. Diante do exposto nesta Nota Técnica, a Ascom concorda com a realização do patrocínio a 60ª Exposição Agropecuária e Industrial de Iguatu – EXPOIGUATU, no valor de R\$ **40.000,00 (quarenta mil reais)**.



Documento assinado eletronicamente por **Andrea Arraes de Alencar Pinheiro, Assessor de Comunicação e Marketing Institucional**, em 10/06/2025, às 09:59, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.sudene.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0804917** e o código CRC **C126D5D0**.