



Ministério da Educação  
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais  
IFSULDEMINAS

APRESENTAÇÃO Nº3/2023/ASCOM - IFSULMG/IFSULDEMINAS

### **Briefing para contratação de agência de publicidade**

Este briefing com especificações para o Plano de Comunicação Publicitária do IFSULDEMINAS, referente ao ano 2023 contém:

- Situação geral, com um breve histórico do IFSULDEMINAS (inclui relação dos municípios onde há unidades ou polos de rede e a lista de cursos oferecidos, separados por modalidade);
- Desafio de comunicação (inclui quadro com relação candidato/vaga do Vestibular 2023/1º semestre e Vestibular 2022/2º semestre);
- Objetivos de comunicação: gerais e específicos;
- Público-alvo;
- Praças;
- Período da campanha;
- Verba referencial para investimento;
- Fontes para conseguir outras informações sobre a instituição;
- Recursos próprios de comunicação;
- Esforços anteriores de comunicação;

### **SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA**

#### **1. Situação Geral**

Criado em dezembro de 2008, o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais originou-se a partir da fusão de três antigas escolas agrotécnicas localizadas nos municípios de Inconfidentes, Machado e Muzambinho. Assim, essas três unidades tornaram-se campus, formando uma só instituição e assumindo um novo compromisso: o desenvolvimento regional por meio da excelência na educação profissional e tecnológica.

Nossa missão é "promover a excelência na oferta da educação profissional e tecnológica em todos os níveis, formando cidadãos críticos, criativos, competentes e humanistas, articulando ensino, pesquisa e extensão e contribuindo para o desenvolvimento sustentável do Sul de Minas Gerais". Sendo assim, o IFSULDEMINAS passou a atuar nos seguintes níveis: Ensino Médio Integrado ao técnico, Ensino Técnico Subsequente (nas modalidades presencial e a distância), Ensino Técnico Concomitante ao Ensino Médio; Programa de Educação de Jovens e Adultos (PROEJA), cursos FIC (Formação Inicial Continuada, sendo cursos de curta duração), Graduação e Pós-Graduação.

Legalmente, o IFSULDEMINAS – autarquia federal – é uma instituição de educação superior, básica e profissional, pluricurricular e multicampi. Tem por finalidade formar e qualificar profissionais no âmbito da educação técnica e tecnológica, nos diferentes níveis e modalidades de ensino, para os diversos setores da economia. Além disso, deve realizar pesquisa aplicada e promover o desenvolvimento tecnológico de novos processos, produtos e serviços, em estreita articulação com os setores produtivos e a sociedade, especialmente de abrangência local e regional, oferecendo mecanismos para a educação continuada.

A partir de 2010, três unidades em Passos, Poços de Caldas e Pouso Alegre tiveram suas atividades iniciadas, culminando na formação de três novos campi. Nesses municípios, foram investidos recursos na construção e reforma de prédios próprios, com infraestrutura e equipamentos capazes de atender à demanda de alunos. Cursos técnicos, técnicos integrados ao Ensino Médio, graduações e especializações são oferecidos.

Em 2013, o IFSULDEMINAS passou a estar presente nas cidades de Três Corações e Carmo de Minas, com a instalação do campus avançado. Esse tipo de unidade oferece cursos técnicos, mas não tem autonomia administrativa e pedagógica, ficando vinculada à Reitoria, localizada em Pouso Alegre.

Atuando em dezenas de cidades por meio da oferta de cursos técnicos e superiores nas modalidades presencial e a distância, o IFSULDEMINAS tem como objetivo ampliar o acesso ao ensino tecnológico e profissionalizante nos 178 municípios de abrangência do Instituto, beneficiando cerca de 3 milhões de pessoas, direta ou indiretamente. Articulando a tríade Ensino, Pesquisa e Extensão, a instituição trabalha em função das necessidades regionais, capacitando mão de obra, prestando serviços, desenvolvendo pesquisa aplicada que atenda às demandas da economia local e projetos que colaborem para a qualidade de vida da população. No Campus Muzambinho, por exemplo, o laboratório de Bromatologia permite à comunidade atestar a qualidade da água consumida; em Machado, crianças com patologias cerebrais fazem tratamento gratuito no Centro de Equoterapia; em Inconfidentes, uma incubadora de empresas difunde o empreendedorismo e insere empresas no mercado.

O IFSULDEMINAS também atua na região por meio dos chamados "polos de rede". Os polos são unidades que funcionam em parceria com prefeituras municipais, permitindo a oferta de cursos nos locais onde o Instituto ainda não tem sede própria. São mais de 50 polos de ensino presencial e a distância, localizados em Minas Gerais e São Paulo.

Por oferecer cursos em diversos níveis e em diferentes municípios, o IFSULDEMINAS possui um público heterogêneo, que envolve adolescentes, jovens e adultos. Nossa faixa etária de atuação principal abrange desde adolescentes de 14 anos a jovens de 25 anos. A oferta de cursos subsequentes, cursos de formação inicial continuada (FIC), superiores e pós-graduações contribui para que o público atendido pelo IFSULDEMINAS atinja também adultos com mais de 25 anos.

Com a divulgação sistemática de nossos processos seletivos, pretendemos fortalecer o nome de nossa instituição, uma vez que, como Instituto Federal, somos muito novos, comparados a universidades federais da

região, como Unifal, Unifei e UFLA, e também a faculdades privadas, como PUC Poços, Univás, Unis e Unifeg. Um de nossos pontos fracos é ainda não sermos referência como instituição educadora, apesar de termos cursos de graduação com notas 4 e 5 (a mais alta) na avaliação de reconhecimento do Ministério da Educação.

Os cursos oferecidos pelo IFSULDEMINAS visam atender uma demanda crescente no Sul de Minas e no Leste de São Paulo: a qualificação de mão de obra para atuar em indústrias e empresas que já se instalaram na região ou que estão vindo para cá. Além disso, atuamos na área de formação de professores e em cursos voltados para a agropecuária. Para o 1º semestre de 2022, foram ofertadas 3.565 vagas, divididas em oportunidades para 44 cursos técnicos e 39 superiores, além de uma especialização técnica.

Saiba mais sobre o IFSULDEMINAS:

<https://portal.ifsuldeminas.edu.br/index.php/o-instituto>

Saiba mais sobre as vagas ofertadas no 1º semestre de 2022:

<https://portal.ifsuldeminas.edu.br/index.php/encerrados-vestibulares2018/5772-processo-seletivo-ensino-tecnico-e-superior-2023-1-semester>

## **Rede Federal**

O IFSULDEMINAS compartilha da mesma proposta de outros 48 institutos federais. Ao todo, são 661 unidades em todo o Brasil, que atendem a aproximadamente 1 milhão de estudantes de diversos níveis. Juntas, essas instituições formam a Rede Federal de Educação Profissional e Tecnológica, da qual também fazem parte dois CEFETs (Centros Federais de Educação Tecnológica), uma universidade tecnológica e o Colégio Pedro II.

<http://redefederal.mec.gov.br/>

## **2. Desafio de Comunicação**

Por ser uma instituição nova, criada há quinze anos, o IFSULDEMINAS ainda não é suficientemente conhecido na região. Grande parte da população sul mineira não sabe ou sabe pouco sobre sua existência e sua missão educadora. O fato de oferecer cursos em diversas modalidades e níveis, além de ser uma instituição multicampi, torna mais complexo o entendimento sobre o que é o Instituto Federal e que serviços oferece à população.

Em sua configuração, o IFSULDEMINAS se diferencia da universidade, pois oferece cursos técnicos e Ensino Médio Integrado. Também é distinto de uma escola pública convencional, como as escolas estaduais, que oferecem apenas os ensinos fundamental e médio regular. Além disso, não pode ser comparado aos centros de ensino do Sistema S, pois não possui apenas cursos técnicos. Dessa forma, se configura como uma instituição que agrega modalidades de ensino diversas, que abarcam desde o Ensino Médio à pós-graduação, oferecendo cursos como as universidades, as escolas públicas estaduais e os centros de ensino do Sistema S.

O IFSULDEMINAS possui grandes diferenciais até mesmo comparado a escolas particulares, como

professores de alto nível, em sua maioria com doutorado. Cursos com alta avaliação no MEC, com notas 4 e 5. Um ensino aliado à extensão e pesquisa, propiciando maior aprendizado e experiência para os alunos. Diversas oportunidades de bolsas de projetos, estágios e auxílios estudantis. Em alguns campi, contamos com alojamentos para os alunos. Laboratórios e infraestrutura. Os três campi mais antigos, ex - Escolas Agrotécnicas, são escolas fazendas, oportunizando um contato na prática.

Um outro desafio é a capacidade de criar uma campanha institucional que possa suprir as necessidades distintas de cada campus e ao mesmo tempo de cada curso, que podem ter públicos tão diferentes. É necessário ter estratégias para abranger as demandas específicas de cada curso em algumas etapas. Já que a falta de procura por alguns cursos é um grande problema institucional. A falta de matriculados, pode acarretar no fechamento de um curso.

O trabalho publicitário a ser desenvolvido deve evidenciar essas características peculiares do Instituto Federal e, ao mesmo tempo, firmar o nome da instituição junto ao público, mostrando os seus diferenciais. É preciso criar maneiras de divulgar o processo seletivo de forma direta e objetiva para que todas as classes sociais entendam o que é o IFSULDEMINAS, de que forma ele pode atender aos diversos interesses da população e como é feito o ingresso em seus cursos.

O desafio é elaborar uma campanha publicitária, de âmbito especialmente regional, que torne o Instituto conhecido por seu público e que traduza as informações técnicas sobre cursos de forma didática e clara. É preciso informar que se trata de uma instituição pública e gratuita, capaz de atender a todas as classes sociais e de formar profissionais qualificados para ir ao encontro das demandas do mercado de trabalho regional.

Com a campanha de divulgação, queremos aumentar nossa relação candidato/vaga no Vestibular e promover o nome da instituição. A proposta de campanha publicitária deve apresentar soluções para essa questão.

### **3. Objetivos de Comunicação – Geral e Específicos**

#### **3.1 – Gerais**

Comunicar o público jovem e adulto sobre as vantagens de se tornar um aluno do IFSULDEMINAS, gerando maior número de inscrições e matrículas nos processos seletivos em geral, diminuindo a taxa de evasão escolar e consolidando a marca como referência em educação no Sul de Minas Gerais e Leste de São Paulo.

#### **3.2 – Específicos**

a – Informar sobre a variedade de cursos gratuitos ao alcance da população;

b – Informar e tornar compreensível os diferenciais do IFSULDEMINAS;

### **4. Públicos-alvo**

#### 4.1. Público Primário:

a) Jovens de 14 a 25 anos. Queremos chegar a alunos de escolas públicas e privadas e a jovens que buscam oportunidades de capacitação profissional. Grande parte do nosso público é formada por residentes da zona rural, moradores de cidades com menos de 50 mil habitantes e por integrantes de famílias de baixa renda (classes C, D e E).

b) Adultos com mais de 27 anos que buscam uma profissionalização ou transição de carreira.

#### 4.2. Público Secundário: pais e familiares do público primário.

### 5. Praças

Toda a região Sul de Minas e também o Leste do estado de São Paulo. Essa área abrange 178 cidades em Minas Gerais e outras 30 no interior de São Paulo. O trabalho a ser elaborado deverá ser estratégico em cidades com mais de 50 mil habitantes que são próximas às unidades do IFSULDEMINAS ou que possuem campus, como Alfenas, São Sebastião do Paraíso, Poços de Caldas, Pouso Alegre, Varginha, Passos, Três Corações, São Lourenço, Guaxupé, Ouro Fino entre outras.

A campanha deverá chegar à população que reside nas cidades onde o Instituto Federal possui campus e também nos municípios vizinhos a elas. Os campi de Muzambinho, Poços de Caldas e Inconfidentes estão próximos à divisa com o estado de São Paulo. Por isso, a necessidade de inserir locais como Mogi Mirim, São José do Rio Pardo, São João da Boa Vista, Mococa, Tapiratiba, Caconde e Casa Branca, Socorro, Bragança Paulista nas ações de divulgação.

### 6. Período

A campanha deverá ser realizada no segundo semestre, compreendendo o principal processo seletivo do IFSULDEMINAS, para ingresso no semestre seguinte do ano subsequente. O período de inscrições geralmente é de setembro a outubro.

### 7. Verba Referencial para Investimento

No cálculo da alocação dos valores para a produção, veiculação, exposição e ou distribuição da campanha de que trata o edital, a licitante utilizará como referencial a verba de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), para todo o período previsto no item 6 acima.

### 8. Pesquisas e Outras Informações

Na internet, é possível obter mais dados sobre o IFSULDEMINAS e suas unidades. Na página

www.ifsuldeminas.edu.br, estão disponíveis informações institucionais, o catálogo de cursos e o link para o site de cada campus, onde um conjunto de dados a respeito do Instituto Federal pode ser consultado.

Nosso Manual de Uso e Aplicação da Logomarca também está disponível no portal institucional e deverá ser considerado na elaboração de toda a campanha publicitária.

## 9. Recursos Próprios de Comunicação

A Diretoria de Comunicação do IFSULDEMINAS realiza serviços de assessoria de imprensa para divulgar a instituição. O setor poderá dar todo o suporte para fortalecer os serviços prestados e fornecer informações sobre veículos de comunicação da região e sobre canais de comunicação interna, como a Ouvidoria Institucional. A equipe é formada por jornalistas, programadores visuais, técnicos em audiovisual e publicitários.

Além disso, o setor poderá fornecer as logomarcas da instituição (em formatos diversos), dar mais informações e orientar os trabalhos da empresa contratada. O Instituto Federal tem páginas oficiais no Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn YouTube, que poderão ser utilizadas para a divulgação. O conjunto de sites institucionais, que envolve a página da Reitoria e de oito campi, também é um recurso a ser disponibilizado para uso durante as ações de divulgação.

## 10. Esforços anteriores de comunicação

Atualmente, às campanhas de vestibulares da instituição são de responsabilidade da Diretoria de Comunicação (DICOM), porém às ações de comunicação passam por diversos atores. No final de 2022, foi recriada uma diretoria de ingresso, com o intuito de fortalecer todo o processo seletivo, como forma de ingresso, provas, processos, etc. Em cada campus, há uma Comissão Permanente de Processo Seletivo (COPESE), formada por profissionais distintos e, geralmente, com profissionais das Ascom dos campi também.

Na campanha do processo seletivo 1º semestre de 2021, foi utilizado uma verba de R\$ 300.000,00, sendo utilizada cerca de 241.000,00 em mídia (distribuída em rádio: R\$ 150.000,00; Redes sociais: R\$ 87.000,00; adesivos de carros: R\$ 4.500,00). A criação da campanha foi feita pela DICOM, bem como às artes e o planejamento de mídia das rádios. Já o planejamento de redes sociais e inserção nas rádios, foi realizado pela agência.

<b>Ingresso no 1º Semestre de 2022</b>	
<b>Nível do Curso</b>	<b>Nº de Inscritos</b>
Cursos Técnicos	5.491

Cursos Superiores	2.467
-------------------	-------

Em 2022, por se tratar de um ano eleitoral, e passarmos pelo período de defeso, a instituição teve que passar por uma aprovação junto ao TSE para poder veicular a sua campanha. Como a campanha foi aprovada depois do início das inscrições, o investimento foi menor. Porém, com algumas estratégias de comunicação como por exemplo a criação de um concurso cultural, o número de inscritos teve um crescimento.

Em 2022, foram investidos cerca de R\$ 135.000,00 em toda a campanha, incluindo planejamento de redes sociais, produção de material gráfico e veiculação de mídias (sendo rádio: R\$ 59.000,00; redes sociais: R\$ 60.000,00; materiais gráficos: R\$ R\$ 12.000,00).

Nesta campanha, foram produzidos materiais gráficos como cartazes, folders e adesivos de carro. Foram veiculados três spots, em que um deles era voltado para os pais. Foram anunciados mais de 40 conteúdos nas redes sociais (Facebook e Instagram). Criação de diversos conteúdos que geravam relacionamento e informação ao público nas redes sociais. Conteúdos em collab com os campi que aumentaram a nossa taxa de engajamento de não seguidores. Criação de um concurso cultural, onde os alunos tinham que criar vídeos sobre o IFSULDEMINAS, que trouxe um engajamento muito grande durante o período de veiculação. Live tira dúvidas. Vídeos e tutoriais.

Às artes, bem como o tema da campanha pode ser encontrada facilmente em nossos perfis: @ifsuldeminas.

<b>Ingresso no 1º Semestre de 2023</b>	
<b>Nível do Curso</b>	<b>Nº de Inscritos</b>
Cursos Técnicos	6.696
Cursos Superiores	6.051

É importante ressaltar que além das ações de comunicação criadas pela DICOM e agência, os campi realizam ações como visitas às escolas para entrega de folders e cartazes. Há eventos abertos para as escolas, como o IF de Portas Abertas onde estudantes da região visitam os campi e conhecem os cursos, dentre outros.

Compreendemos que há um movimento nacional de uma queda na procura pelo ensino regular, principalmente, no ensino superior. Por isso, precisamos de estratégias inovadoras e focadas em resultados. Trazendo uma relação de investimento x resultado (número de matriculados). Gostaríamos de ampliar os nossos meios de comunicação no digital como o uso de Youtube, Tik Tok, LinkedIn, Google e Spotify sem perder de vista o nosso público mais vulnerável que nem sempre possui acesso a internet, como no caso dos alunos de famílias mais pobres ou residentes na zona rural.

Documento assinado eletronicamente por:

- **Jacssane do Couto Andrade, DIRETOR(A)** - CD3 - IFSULDEMINAS - ASCOM - IFSULMG, em 19/05/2023 11:17:24.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 19/05/2023. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifsuldeminas.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 353622

Código de Autenticação: 1938d03bfb



Documento eletrônico gerado pelo SUAP (<https://suap.ifsuldeminas.edu.br>)  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais