

Chega ao mercado agência especializada em impacto social

📅 24/10/2019

Récem-lançada pelo o Instituto Ekloos, a Agência Kio já atua com empresas como Invepar, Instituto Triunfo, e a Coca-Coca Femsa.



O Instituto Ekloos, pioneiro no modelo de **Aceleradora Social** no Brasil, que já auxiliou mais de 400 iniciativas de impacto social a se organizarem melhor e ampliar seu trabalho, acaba de lançar uma agência de publicidade, chamada **Kio**.

O melhor do marketing social está aqui.

A iniciativa de trabalhar também com a comunicação surgiu em 2007, quando Andrea Gomides, idealizadora do instituto, desenhou sua estratégia para o Instituto Ekloos. Foi investigando as necessidades das mais de 490 mil organizações sem fins lucrativos no Brasil, que ela identificou a importância comunicação.

De acordo com pesquisa da **Fundação Salvador Arena**, feita no ano de 2017, cerca de 95% das Organizações sem fins lucrativos no Brasil ainda não tinham no ano da pesquisa.



Para Andrea, viver em um mundo tecnológico, sem estar na internet é quase como ficar escondido dentro de uma caverna. O instituto havia começado a trabalhar a comunicação das organizações sem fins lucrativos, porém, mesmo com essa área já crescendo dentro do Instituto Ekloos, as atividades ainda ficavam abafadas por outras prioridades. Diante disso, a equipe resolveu com o lançamento da **Agência Kio**, dar vida própria para essa área.

Gomides explica que o objetivo da agência é divulgar iniciativas e programas sociais, para que as organizações ganhem mais visibilidade, de forma que consigam ainda mais recursos para impactar um número maior de beneficiários.

“Nós queremos resolver um problema social de uma forma autossustentável. Nossos planos começam com R\$ 185, por mês e incluem o desenvolvimento de uma comunicação integrada, que vai desde a criação da identidade visual até a gestão de redes sociais. Com preços acessíveis, conseguimos atender um maior número de organizações. Para as empresas os valores são mais altos, mas, seguem o mesmo princípio. Queremos pagar os custos e ampliar o impacto.”, conta a executiva.

Mais informações [aqui](#).

Fonte: Redação.