

# JORNAL DO BRASIL

Segunda-feira, 28 de outubro de 2019 Fundado em 1891

Capa ▾ Colunistas ▾ País ▾ Rio ▾ Economia ▾ Internacional ▾ Esportes ▾ Ciência e Tecnologia ▾ Cultura ▾ Fotos e Vídeos ▾ J Blogs ▾

## Marketing, Propaganda, etc.



05/08 às 00h10

Renata Granchi

### Publicidade sem lucro, uma agência diferente

*Jornal do Brasil*

RENATA GRANCHI, [colunadarenata@jb.com.br](mailto:colunadarenata@jb.com.br)

+A

-A



A arte de fazer acontecer. Andréa Gomides, fundadora do Instituto Ekloos, é uma dessas pessoas que tem em seu histórico a marca de revolucionar práticas de negócio. Na contramão do mercado, ela propõe uma agência de publicidade que não visa lucro e já coleciona cases de sucesso para Coca-Cola e Instituto Invepar. Como isso é possível? É o que ela explica na entrevista desta semana.



Andrea Gomides, fundadora do Instituto Ekloos e da agência Kio (Foto: Divulgação)

#### Como surgiu a ideia da agência de comunicação Kio?

A ideia de trabalhar com a comunicação surgiu em 2007, quando desenhei a estratégia do Instituto Ekloos. Investigando as necessidades das mais de 490 mil organizações sem fins lucrativos no Brasil, identifiquei que uma delas era a comunicação. Só para ter uma ideia, segundo a pesquisa da Fundação Salvador Arena, 95% das Organizações sem fins lucrativos no Brasil não tinham site em 2017. Vivemos em um mundo tecnológico, não estar na internet é quase como ficar escondido dentro de uma caverna.

Começamos a trabalhar a comunicação das organizações sem fins lucrativos, esta área cresceu dentro do Instituto Ekloos, mas ficava abafada pelas outras prioridades. Por isso, resolvemos dar vida própria para essa área e lançamos a Agência Kio.

**O modelo de negócio da agência vai na contramão de uma sociedade capitalista. O objetivo não é o lucro, mas a sustentabilidade da empresa para poder gerar cada vez mais impacto. É isso?**

O objetivo é divulgar iniciativas e programas sociais, para que as organizações ganhem mais visibilidade e com isso consigam mais recursos para impactar um número ainda maior de beneficiários. Nós queremos resolver um problema social de uma forma autossustentável. Nossos planos começam com R\$ 185,00 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.

**Fale um pouco sobre esse modelo de negócio e como é possível uma agência não ter foco em lucro?**

Está sendo cada vez mais utilizado o modelo de negócio social, onde a empresa comercializa um produto ou um serviço que gera impacto social e o seu lucro é reinvestido para o próprio negócio. Trabalhamos assim na Kio. O nosso modelo é de aluguel, as empresas e as organizações sem fins lucrativos não pagam pelo desenvolvimento de um site, por exemplo, são pacotes com diversos serviços que são pagos mensalmente. Assim nossos clientes têm uma agência disponível a qualquer hora para atender suas demandas.

**Quantos clientes a Kio tem hoje no portfólio e quais trabalhos você considera como cases da agência?**

Nós já estamos com mais de 30 clientes, entre organizações sem fins lucrativos, áreas de responsabilidade social de grandes empresas e Institutos. Por exemplo, nós criamos a identidade visual e toda a comunicação do edital da Coca-Cola FEMSA, a maior engarrafadora de Coca-Cola do mundo ([www.ideiasparaummundomelhor.com.br](http://www.ideiasparaummundomelhor.com.br)). Já no caso do Instituto Invepar, nós além de responsáveis pela comunicação, também fazemos a gestão das redes sociais (<http://institutoinvepar.org.br>).

Além das empresas, trabalhamos para diversas organizações sem fins lucrativos, como o Banco da Providência, Favela Mundo e o Lona na Lua, que tem uma história interessante. Nós conhecemos o Lona na Lua através do programa do Caldeirão do Huck em 2015. Achamos a ideia super interessante e resolvemos entrar em contato pelo site. O site estava antiquado e desatualizado, o e-mail de contato não funcionava. Imagina quantas oportunidades eles não perderam, com a visibilidade que ganharam através de um programa da TV aberta, pois as pessoas não conseguiam entrar em contato. Desde 2015 o Lona na Lua é nosso cliente e tem um site moderno e atualizado.

**Você é fundadora do Instituto Ekloos, uma das aceleradoras mais importantes do Brasil. Além dela, você também está a frente da Kio. Como é a sua atuação no dia a dia da agência? Como conciliar as duas?**

Quando se trabalha com paixão, tudo é possível! Mas é sempre bom lembrar que não trabalho sozinha. Tenho duas equipes maravilhosas, comprometidas e apaixonadas pela área social. Isso faz toda a diferença. A Ekloos e a Kio são duas irmãs que se dão muito bem e colaboram, entre si.

**Esta iniciativa é um spin off do Instituto Ekloos. Ela ainda atua de alguma forma na agência?**

Hoje o Instituto Ekloos é o principal cliente da Agência Kio. A Ekloos vai abrir nos próximos meses mais 4 programas de aceleração e vai apoiar mais de 90 organizações sem fins lucrativos e negócios de impacto neste ano, além de fazer o planejamento estratégico das áreas de responsabilidade social de algumas empresas. A Kio é responsável por toda a comunicação da Ekloos.

**Quais empresas que você considera que são modelos ideais como clientes para a Kio?**

Nós vivemos em um país desigual e as questões sociais precisam ter visibilidade. Além disso, tem muita gente boa desenvolvendo projetos incríveis e invisíveis. Nós queremos trabalhar com quem quer gerar impacto social, por isso podemos atender organizações sem fins lucrativos, negócios de impacto social, áreas de responsabilidade social de grandes empresas, Instituto e Fundações. Isso é, se o seu objetivo é gerar impacto social, você é um cliente potencial nosso.