



# Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação



## DESAFIOS ENFRENTADOS

---

A k + Publicidade trabalha com a essência da comunicação, utilizando ferramentas que unem técnica, conteúdo, planejamento e criatividade.

Para resultados positivos, muita dedicação a cada projeto, uso da tecnologia, investimento em talentos, humildade para reconhecer que temos que aprender mais todos os dias. Assumimos o compromisso de gerar soluções com responsabilidade social, apresentar soluções inovadoras e, principalmente, primar pela excelência no atendimento.

Apresentaremos, para corporificar o presente caderno, como foi desenvolvida a campanha relacionada ao NATAL 2022 da Associação Comercial e Industrial de Catalão, com o comércio sentindo sua crescente pós pandemia e com grandes expectativas para boas vendas na reta final de 2022. Essa campanha está findando nesse momento, mas já deixou saudade.

A segunda campanha selecionada foi mais um case de sucesso desenvolvido para o Sindicato Rural de Catalão. Com o objetivo de fomentar a economia, a cultura e o entretenimento da região, a Expo Catalão 2021 foi um evento recorde de público, em sua 42ª edição. Os resultados obtidos foram extremamente positivos, graças ao empenho de toda a equipe envolvida e a comunicação objetiva e propositiva.

## **CAMPANHA 1 - VIVA ESSE NATAL BEM PRESENTE**

---

A associação comercial de Catalão - ACIC CDL é uma entidade que se preocupa com o futuro daqueles que representa, isto é, os empreendedores do município. Movimentar o comércio local, fortalecer e otimizar o funcionamento dos empreendimentos da cidade, criar vínculos positivos entre comerciantes e consumidores, são os objetivos que nortearam a criação da campanha de natal de 2022: " Viva esse natal bem presente"

### **PROBLEMÁTICA APRESENTADA**

---

Em 2022, o E-Commerce brasileiro (Comércio Virtual) teve o maior crescimento da América Latina, segundo a instituição de pesquisa RetailX Country Reports. O crescimento do consumo pela internet representa um risco para os empreendedores do varejo local, que enfrenta dificuldades para competir com os preços ofertados na rede. Empreendedores das lojas físicas possuem despesas como manutenção e área de estoque, quadro de funcionários para atendimento, energia elétrica e outros custos que, a depender do setor, inviabiliza a possibilidade de oferecer preços mais competitivos que aqueles oferecidos pelos grandes nomes do e-commerce.

Como representante dos empreendedores de uma cidade, a gestão da ACIC-CDL necessita posicionar-se ante as adversidades enfrentadas por seus associados, buscando solucionar os problemas enfrentados por eles. Dadas essas circunstâncias, um dos desafios da ACIC-CDL é criar formas de atrair os consumidores para o comércio local e unificar a categoria dos empreendedores, com o objetivo de somar forças e conquistar mais autonomia para a entidade. Com essa problemática, nos foi proposta a criação de uma campanha de Natal para o mês de dezembro, que superasse as dificuldades apresentadas, demonstrasse a força e atuação da atual gestão e promovesse a adesão dos associados e consumidores à campanha.

### **OBJETIVOS ESTABELECIDOS E ALCANÇADOS**

---

A campanha "Viva esse natal bem presente" buscou evocar nos consumidores em potencial sentimentos de nostalgia relacionadas ao período natalino. Transmitir sensações de acolhimento, conforto e encanto pela "magia do natal" foi um dos objetivos que nortearam a criação da peças que compuseram essa campanha, buscando resgatar, nas memórias afetivas do público, motivação para continuar a tradição de sair de casa para comprar presentes. Tratou-se de ressignificar o momento da escolha dos presentes, peças da

decoreção natalina, os alimentos da ceia e todos os itens que compõem o imaginário deste período que precede o natal, como um momento prazeroso, afetivo e nostálgico.

Para equilibrar tradição e contemporaneidade, estabeleceu-se, também, o objetivo de ambientar as cenas e fotografias com a atualidade, utilizando recursos que trouxeram modernidade à campanha, promovendo identificação. Como por exemplo, a comunicação feita através de aplicativo de mensagem instantânea que acontece no VT - peça principal desta campanha -, e o uso de imagem de uma influenciadora digital conterrânea para compor a campanha.

Para que se obtivesse os resultados almejados, tornava-se indispensável a adesão dos comerciantes. As estratégias criadas conseguiram despertar nos associados as expectativas necessárias para engajar no planejamento e se envolver com a campanha, fortalecendo-a.

Todos os mecanismos e recursos utilizados tiveram como objetivo produzir insights que despertassem desejo nos consumidores de vivenciar a agradável e tradicional experiência de realizar suas compras de natal no comércio local. Em decorrência desses esforços, atingiu-se as metas de crescimento exponencial das vendas, resgate da autoestima dos empreendedores físicos, reposicionamento e valorização da imagem da associação, aumento no fluxo do comércio, bem como expressiva melhora na qualidade dos vínculos entre clientes e comerciantes, no momento das vendas.

## FICHA TÉCNICA DAS PEÇAS APRESENTADAS

---

### PEÇA 1 - MÍDIA ELETRÔNICA

BANNER PARA REDES SOCIAIS (Publicado em Instagram Facebook e Twitter)

As redes sociais foram expressivamente importantes na divulgação da campanha. A referida peça foi criada com o objetivo de atingir o público das redes sociais de forma orgânica e patrocinada, sendo postada tanto nas redes do cliente, como também nos perfis comerciais dos associados que aderiram à campanha. Destaca-se a escolha de uma influenciadora digital para ilustrar a peça como fator importante para o alcance de sucesso obtido com as postagens.

### PEÇA 2 - MÍDIA IMPRESSA

OUTDOOR 9x3m (Veiculado por Ponto P Painéis)

O objetivo da criação desta peça foi conseguir comunicar a mensagem da campanha através da leitura rápida e de fixação objetiva aos transeuntes. A peça foi impressa e instalada em pontos estratégicos de grande movimentação, promovendo a campanha e reforçando a imagem do cliente.

### PEÇA 3 - MÍDIA IMPRESSA

ADESIVO 50X50cm (Exibido em comércios associados)

Para sinalizar aos consumidores quais comércios aderiram ao projeto, tornou-se possível a criação desta peça. Os adesivos foram impressos e colados nas vitrines, fachadas e/ou outros locais de fácil visualização, como forma de demonstrar a força e expressividade da campanha, decorar os ambientes e provocar nos associados a sensação de co-participação, despertando maior engajamento destes com a campanha.

### PEÇA 4 - MÍDIA ELETRÔNICA

Vídeo (Veiculado por Tv Anhanguera e publicado em redes sociais)

O objetivo da criação do VT foi sintetizar a mensagem da campanha em 30 segundos, através de um texto claro e objetivo, transmitindo sensações de acolhimento, conforto e encanto pela “magia do natal”, ao mesmo tempo em que comunica o necessário e realiza a chamada para as compras. A escolha de veicular o vídeo tanto em TV aberta quanto nas redes sociais cumpriu o objetivo proposto: atingir público de diferentes idades, interesses e contextos.

### PEÇA 5 - MÍDIA ELETRÔNICA

Jingle (Veiculado por Nova Liberdade FM e Cultura FM)

Os jingles são uma ferramenta de comunicação muito importante que possibilitam

## FICHA TÉCNICA DAS PEÇAS APRESENTADAS

---

comunicar uma mensagem através de músicas de fundo, efeitos sonoros e outros recursos. Valendo-se disso, o jingle da campanha foi criado com o objetivo de ser uma melodia natalina agradável, de rápida memorização e que evocasse sentimentos de acolhimento, nostalgia, conforto e encanto, produzindo insights positivos relacionados a campanha.

Catalão, 22 de dezembro de 2022

---

Marconi Nunes Macedo  
Direção - OAB/GO 44520

---

Isadora Lúcio de Souza  
Direção de Arte - CPF:058.492.791-64

---

Roberto Vítor Domingos de Oliveira  
Design - CPF: 061.039.891-16

---

Riuler Luciano da Silva  
Redação - CPF: 123.335.546-57

**PEÇA 1 - MÍDIA ELETRÔNICA**

**BANNER PARA REDES SOCIAIS (Instagram/facebook/Twitter)**

*Viva esse Natal*

*bem presente*

A magia do Natal está aqui.  
**Nosso comércio, nossa prosperidade!**

ACIC  
Associação Comercial  
Industrial e Serviços  
de Catalão

CDL  
Câmara de Dirigentes  
Lojistas de Catalão

Sindilojas  
Catalão

CÂMARA MUNICIPAL DE CATALÃO  
Solidário e Comprometido  
desde 1927

**Sempre ao lado do comerciante**

## PEÇA 2 - MÍDIA IMPRESSA

OUTDOOR 9x3m (Veiculado por Ponto P Painéis)



### PEÇA 3 - MÍDIA IMPRESSA

ADESIVO 50X50cm (Exibido em comércios associados)



## **PEÇA 4 - MÍDIA ELETRÔNICA**

Vídeo (Veiculado por Tv Anhanguera e publicado em redes sociais)

## **PEÇA 5 - MÍDIA ELETRÔNICA**

Jingle (Veiculado por Nova Liberdade FM e Cultura FM)

## DECLARAÇÃO

Atestamos, para quaisquer fins de prova, aptidão de desempenho da empresa **K + PUBLICIDADE**, inscrita no CNPJ sob o nº 12.860.313/0001-07, situada na Avenida José Marcelino – 285 CEP 75701-430, Centro, Catalão-GO, que presta serviços à **ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE CATALÃO** CNPJ 01.304.641/0001-00, principalmente de intermediação e promoção das nossas campanhas oficiais.

Registramos, ainda, que as prestações dos serviços acima referidos apresentaram bom desempenho operacional, tendo a empresa cumprido fielmente com suas obrigações, nada constando que a desabone técnica e comercialmente, inclusive, registramos o sucesso da Campanha de Natal de 2022 que mostrou as potencialidades do nosso comércio e trouxe motivação para nossos associados.

Atenciosamente,

Catalão, 22 de dezembro de 2022.

---

**CESAR ALBERTO SAFATLE**  
Presidente

## **CAMPANHA 2 - EXPO CATALÃO 2022**

---

O Sindicato Rural de Catalão é a entidade realizadora da Exposição Agropecuária conhecida como "Expo Catalão", que é um dos principais eventos de agronegócios do estado de Goiás.

A Feira representa o produtor rural da região e suas atividades, destacando a sua diversidade produtiva. O setor participa com 2,0% no total da produção agropecuária do Estado de Goiás, com destaque para a cultura de soja, milho, para a silvicultura e a extração vegetal. No calendário anual, a Expo Catalão é a atividade vitrine que dá sustentação e visibilidade ao produtor rural, através da exposição de seus produtos e opções de geração de negócios.

### **PROBLEMÁTICA APRESENTADA**

---

Em função da pandemia de Covid-19, a Expo Catalão, tradicionalmente realizada anualmente, passou por um hiato de 2 anos, cumprindo as orientações sanitárias das instituições responsáveis. Com isso, surgiu a necessidade de criar algo novo, que atendesse as expectativas do público já sedento por eventos, principalmente os tradicionais.

Diante do cenário em que pessoas ainda estavam receosas em sair de casa e participar de eventos abertos ao público, havia uma imensa preocupação quanto à arrecadação através da venda de ingressos. Por se tratar de um evento de grandíssimo porte, os custos com a própria estrutura também representavam um problema a ser resolvido. Afinal, após dois anos, os valores para a própria produção da festa haviam aumentado cerca de 150%, somando a isso a falta de ações incentivadoras voltadas ao setor do comércio e indústria, para abraçar, participar e patrocinar o projeto.

Era necessário então, por vários fatores, criar uma exposição que contivesse o glamour necessário, no sentido de orgulhar os participantes e atrair os olhares do empreendedorismo, além de suprir as expectativas do grande público que esperou pelo evento por tantos meses a fio. O desafio, portanto, era também o resgate moral e motivacional da entidade.

Junto à nova diretoria, a Agência K + Publicidade foi uma parceira determinante na realização da Expo Catalão 2022, considerada a melhor dos últimos tempos. Com a proposta de uma festa temática, a novidade teve como tema "Las Vegas do Cerrado".

## OBJETIVOS ESTABELECIDOS E ALCANÇADOS

---

Essa junção do tradicionalismo goiano com os traços da cidade de Las Vegas, famosa pela vida noturna vibrante, com cassinos 24 horas e outras opções de entretenimento, foi uma explosão nas redes sociais já no lançamento do projeto, assegurando o sucesso para os 10 dias de atrações e eventos.

O grande destaque foi a decoração de todo o parque, levando o público ao mundo dos cassinos, sem perder a essência goiana, uma novidade que agradou em cheio tanto os produtores, expositores, como o público em geral. O tema trouxe para o parque famílias inteiras, utilizando diversas opções de cenários para fotos, possibilitando que os visitantes se interessassem em vestir roupas a caráter, entre outros exemplos de interatividade, gerando um engajamento surpreendente em todas as plataformas digitais.

Como uma das estratégias de comunicação elaboradas pela agência, juntamente com a diretoria do Sindicato Rural, o parque agropecuário ganhou novo layout e, a festa, ações que possibilitaram dar visibilidade à Expo Catalão, proporcionando uma aproximação entre público, expositores e entidade. Assim, a feira agropecuária tornou-se de fato uma vitrine para o agropecuarista.

Outras ações importantes foram desenvolvidas na Expo Catalão, dentre elas a Expo Canta, Expo Kids, Festival de Receitas do Campo, Expo Negócio. A grande novidade apresentada na edição de 2022, em produtos oferecidos, foi o Espaço "Paquetá Lounge". A inovação foi necessária, visto que o espaço tradicional – camarote – foi amplamente comercializado, esgotando-se em pouco tempo. Foi uma revolução positiva, porque mais do que necessário, o novo espaço ofereceu diferenciais, como DJs e uma ampla pista panorâmica, com visão privilegiada do palco.

A proposta gerou resultados surpreendentes, não apenas pelas novidades, mas pelas atrações apresentadas (os diferenciais), assim como pela divulgação maciça nos veículos de comunicação em mídia e não mídia. A feira movimentou, nos 10 dias de festa, uma média de 150 milhões de reais e 180 mil pessoas visitaram o parque.

## FICHA TÉCNICA DAS PEÇAS APRESENTADAS

---

### PEÇA 1 - LOGOTIPO

Todos os meios de comunicação impressos e/ou virtuais

A criação do logotipo teve o objetivo de ser a representação visual responsável pela identificação da exposição. Ele uniu a estética da cultura agropecuária goiana, trazendo elementos rústicos que remetem ao meio rural e a estética de Las Vegas, resgatando traços, objetos e referências à cidade turística famosa pela vida noturna vibrante, com cassinos 24 horas e outras opções de entretenimento.

### PEÇA 2 - MÍDIA IMPRESSA

OUTDOOR 9x3m (Veiculado por Ponto P Painéis)

O objetivo da criação desta tradicional peça foi promover as atrações da exposição, divulgar as datas, promover e fortalecer a imagem do evento, destacar a temática e reforçar as vendas de ingressos.. O layout foi criado possibilitando leitura rápida e de fixação objetiva aos transeuntes. A peça foi impressa e instalada em pontos estratégicos de grande movimentação.

### PEÇA 3 - MÍDIA IMPRESSA

Flyer 35x12cm (Distribuído na cidade)

O flyer foi criado com o mesmo objetivo da peça acima: fortalecer a comunicação promocional do evento.

### PEÇA 4 - MÍDIA ELETRÔNICA

BANNER PARA REDES SOCIAIS (Publicado em Instagram Facebook e Twitter)

O carrossel de imagens sequenciais seguindo a mesma identidade visual teve o mesmo objetivo da peça acima: fortalecer a comunicação promocional do evento.

### PEÇA 5 - MÍDIA ELETRÔNICA

Vídeo (Publicado em Instagram, Facebook, Youtube, Site)

O vídeo em questão é a última peça produzida para o evento. Com o objetivo de narrativa global de todo o projeto, consolidando não só evento como também a instituição realizadora. O objetivo é demonstrar a grandiosidade da feira, transmitindo força e poder, despertando o desejo e a expectativa de participar do evento no ano seguinte.

## Relação dos colaboradores envolvidos na criação do conteúdo

---

Catalão/GO, 22 de dezembro de 2022.

---

Marconi Nunes Macedo  
Direção - OAB/GO 44520

---

Isadora Lúcio de Souza  
Direção de Arte - CPF:058.492.791-64

---

Roberto Vítor Domingos de Oliveira  
Design - CPF: 061.039.891-16

---

Riuler Luciano da Silva  
Redação - CPF: 123.335.546-57

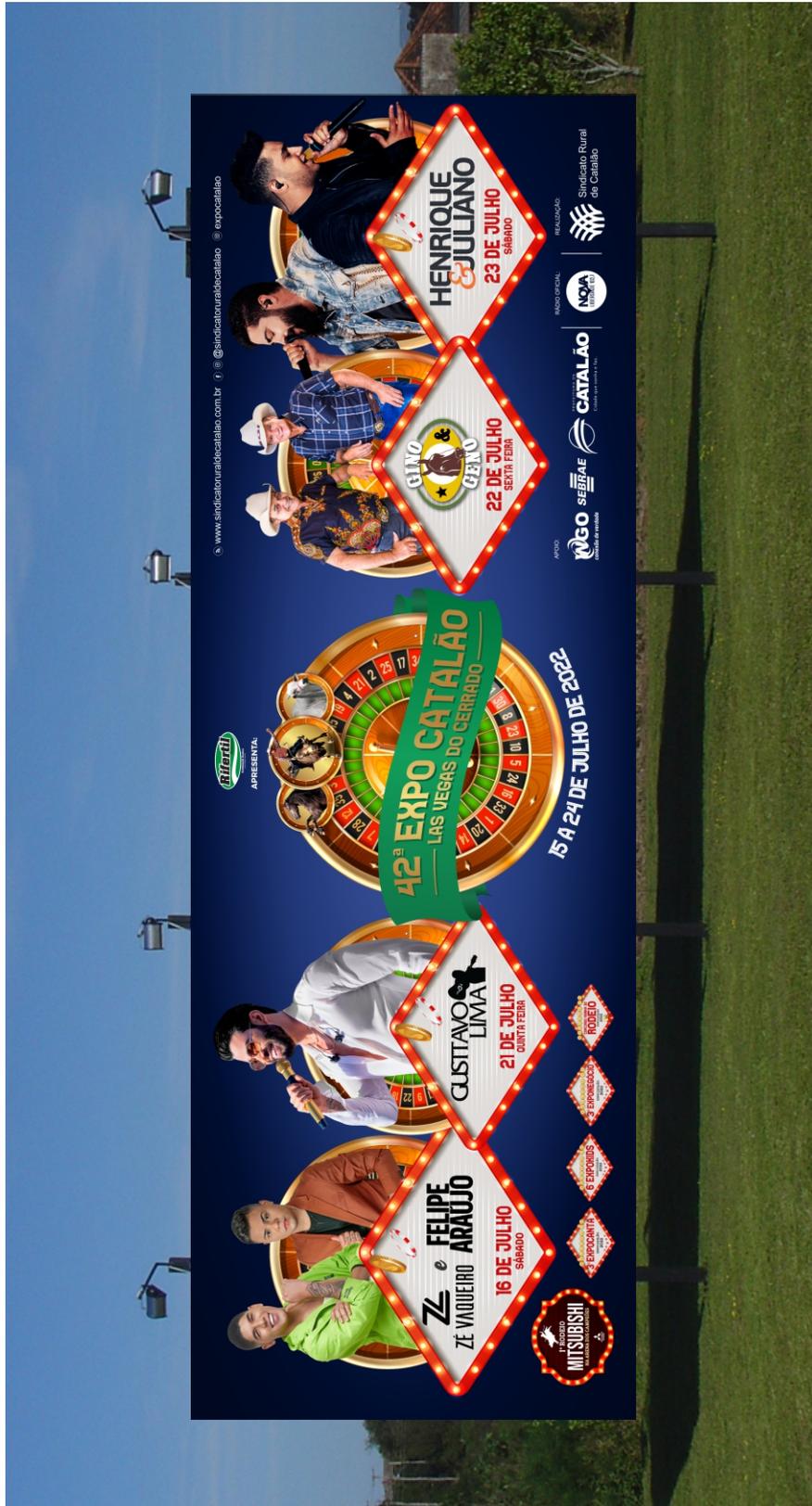
## PEÇA 1 - LOGOTIPO

Todos os meios de comunicação impressos e/ou virtuais



## PEÇA 2 - MÍDIA IMPRESSA

OUTDOOR 9x3m (Veiculado por Ponto P Painéis)



### PEÇA 3 - MÍDIA IMPRESSA

Flyer 35x12cm (Distribuído na cidade)

**Rifertti**  
APRESENTA:

**42ª EXPO CATALÃO**  
LAS VEGAS DO CERRADO

**JMK**  
MITSUBISHI MOTORS  
APRESENTA:

**1º RODRIGO MITSUBISHI**  
NO CERRADO DO CERRADO

**16 DE JULHO**  
SÁBADO  
**FELIPE ARAUJO**  
ZE VAQUEIRO

**21 DE JULHO**  
QUINTA FEIRA  
**CUSTAVO LIMA**  
QUINTA FEIRA

**22 DE JULHO**  
SEXTA FEIRA  
**GINO & GINO**  
SEXTA FEIRA

**23 DE JULHO**  
SÁBADO  
**HENRIQUE & JULIANO**  
SÁBADO

**30 DE JULHO**  
SÁBADO  
**RODRIGO**  
SÁBADO

**3 EXPOCANTÃO**  
**6 EXPOONDS**  
**3 EXPOECCO**  
**RODEIO**

**CAIXA**  
**WGO**  
**SEBRAE**  
**CATALÃO**  
**NOVA**  
**TICKETS PRIME**  
**20TE PRESENTES**  
**PONTOS DE VENDAS: FAVORITA**  
**biniz**  
**DISCOTECA BASTIDOS**  
**Sindicato Rural de Catalão**  
**REALIZAÇÃO**

### PEÇA 4 - MÍDIA ELETRÔNICA

BANNER PARA REDES SOCIAIS (Publicado em Instagram Facebook e Twitter)



## **PEÇA 5 - MÍDIA ELETRÔNICA**

Vídeo (Publicado em Instagram Facebook e Twitter)



Sindicato Rural  
de Catalão

## DECLARAÇÃO

O **SINDICATO RURAL DE CATALÃO**, associação jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ: 01.195.265/0001-55, sediada na Avenida João Netto de Campos, s/n Setor Santa Cruz, na cidade de CATALÃO-GO, CEP 75701-040, neste ato representado por seu Presidente Renato Ribeiro dos Santos, declara para os fins que;

Tivemos firmado no ano de 2019, 2020, 2021 e 2022 contrato de prestação de serviços publicitários com a empresa **K+ Publicidade**. Confirmando a execução de várias campanhas de sucesso, inclusive a citada em caderno específico de Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, contendo algumas peças das várias utilizadas na comunicação da Expo Catalão 2021.

Ao ensejo, apresentamos os nossos votos de estima consideração, respeito e gratidão pelos serviços prestados.

Atenciosamente,

Catalão, 08 de dezembro de 2022.

---

**RENATO RIBEIRO DOS SANTOS**  
Presidente  
Sindicato Rural de Catalão

## TERMO DE ENCERRAMENTO

Nossa proposta é focada no trabalho em conjunto, de forma que todos os envolvidos caminhem juntos usando das ferramentas agregadas e os recursos disponíveis. Dessa forma, para qualquer desafio proposto, buscaremos soluções pautadas na ética, transparência e respeito às opiniões diversas. Trabalhamos com foco no resultado e no desenvolvimento pessoal de todo o time envolvido. Encerramos esse documento em 61 páginas.

Catalão, 22 de dezembro de 2022.

---

K+ Publicidade Ltda  
Marconi Nunes Macedo  
OAB/GO 44.520  
Administrador



**(64) 3442-8601**

K + PUBLICIDADE LTDA

Av. José Marcelino, 285 - Centro - Catalão/GO - Cep 75701-430

[kmaispublicidade.com](http://kmaispublicidade.com) - [contato@kmaispublicidade.com](mailto:contato@kmaispublicidade.com)

