

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO**

Alerandro Sancler Vieira Santos

Semente Criativa: Agência de Comunicação para o Agronegócio

**GOIÂNIA
2024**

Alerandro Sancler Vieira Santos

Semente Criativa: Agência de Comunicação para o Agronegócio

Trabalho de Conclusão de Curso II apresentado como requisito para aprovação no curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da Pontifícia Universidade Católica de Goiás.

Orientadora: Profa. Me. Adriana Rodrigues Ferreira

GOIÂNIA

2024

Alerandro Sancler Vieira Santos

Semente Criativa: Agência de Comunicação para o Agronegócio

Trabalho de Conclusão de Curso II
apresentado como requisito para
aprovação no curso de Comunicação
Social com habilitação em Publicidade e
Propaganda da Pontifícia Universidade
Católica de Goiás.

Orientadora: Profa. Me. Adriana Rodrigues
Ferreira

BANCA EXAMINADORA:

Profa. Me. Adriana Rodrigues Ferreira (orientadora)

Profa. Dra. Luciana Hidemi Santana Namura (avaliadora)

Profa. Me. Luciana Ferreira Serenini do Prado (avaliadora)

“Se você criar um caso de amor com seus clientes, eles próprios farão a sua publicidade.”

(Kotler)

DEDICATÓRIA

Este trabalho é resultado do esforço coletivo e, por isso, dedico a todos que, com carinho, ajudaram a tornar possível este momento de realização.

AGRADECIMENTOS

Ao concluir este trabalho de conclusão de curso, quero expressar minha mais profunda gratidão a todos que, de alguma forma, contribuíram para esta jornada.

Primeiramente, agradeço a Deus por me dar saúde, força e resiliência para superar os desafios ao longo deste caminho. Sem a sua luz, este sonho não teria se tornado realidade. À minha família, meu alicerce, meu porto seguro, meu eterno agradecimento. À minha mãe, pela educação, valores e apoio incondicional em todos os momentos da minha vida. Vocês são a base de todas as minhas conquistas.

Aos meus professores, que com paciência, dedicação e sabedoria, compartilharam seus conhecimentos e me guiaram por este caminho acadêmico. Em especial, a minha orientadora, Profa. Me. Adriana Rodrigues Ferreira, pela qual tenho imensa admiração. Sua orientação foi fundamental para a realização deste trabalho. Sua confiança e críticas construtivas foram essenciais para o meu desenvolvimento.

Aos meus colegas de curso, com quem compartilhei momentos de aprendizado, desafios e conquistas. A parceria de vocês tornou esta jornada mais leve e enriquecedora.

Agradeço também a todos os profissionais e colaboradores que, de direta ou indiretamente contribuíram com informações, recursos e apoio necessário para a concretização deste trabalho, e a todos aqueles que, de alguma forma, estiveram presentes em minha trajetória acadêmica. A cada um de vocês, minha eterna gratidão.

Muito obrigado!

RESUMO

Este trabalho apresenta a proposta de estruturação da Semente Criativa, uma agência de comunicação especializada no segmento do agronegócio no estado de Goiás. O projeto aborda uma ampla gama de assuntos relacionados ao agronegócio em Goiás, com foco especial no crescimento deste setor e no papel da comunicação como ferramenta estratégica para potencializar seu desenvolvimento. O estudo se inicia com uma análise abrangente do agronegócio, destacando sua importância econômica e seu potencial de crescimento, bem como os principais desafios que as empresas enfrentam no setor. O estudo identificou as principais empresas e polos do agronegócio no estado de Goiás, destacando suas contribuições para a economia local e nacional. Foi explorado o papel crucial da comunicação no setor do agronegócio, ressaltando como estratégias eficazes podem impulsionar a visibilidade e a competitividade das empresas. O trabalho apresenta a definição da missão, visão, e valores da Semente Criativa, traz a descrição dos serviços ofertados pela agência, a proposta de estrutura organizacional em células e os sistemas de remuneração que a agência poderá adotar para atrair e reter clientes no campo da comunicação focada no agronegócio. Como toda empresa precisa se comunicar de forma única, foi desenvolvido o manual de identidade da marca e conseqüentemente, o plano de divulgação para lançamento da agência no mercado goiano.

PALAVRAS-CHAVE: Agronegócio. Agência de Comunicação. Semente Criativa.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1.1 Agência Proposta	13
1.2 Análise de Cenário	16
1.2.1 Cenário Econômico Goiano	16
1.2.2 Cenário da Comunicação Focada no Agro.....	17
2. APRESENTAÇÃO DA AGÊNCIA	19
2.1 Definição do Nome	19
2.2 Missão, Visão e Valores	20
2.2.1 Missão, Visão e Valores da Semente Criativa	21
2.3 Estrutura Organizacional	22
2.4 Serviços Ofertados	26
2.5 Sistemas de Remuneração	28
3. ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA	32
3.1 Âmbra Marketing e Eventos Agro	32
3.2 Allgrotech	34
3.3 Inusitada Agro Comunicação	36
3.4 Público-Alvo	41
3.5 Persona	42
3.6 Criação da Marca	43
3.7 Assinatura da Semente Criativa	44
3.8 Manual de Marca da Semente Criativa	44
4. PLANO DE COMUNICAÇÃO	46
4.1 Objetivo e Meta	46
4.2 Público-Alvo	46
4.3 Estratégia de Divulgação	47
4.4 Detalhamento Tático das Ações	48
4.4.1 5W2H aplicado à estratégia de publicidade	49
4.5 Mapa de Integração	53
5. PLANO DE MÍDIA	55
5.1 Estratégia de Publicidade	55
5.3 Cronograma da Campanha	57
5.4 Investimentos	59
5.5 Formas de Avaliação da Campanha	59

6. PLANO DE CRIAÇÃO	61
6.1 Tema da Campanha	61
6.2 Ideia Criativa	61
6.3 Layout das Peças	62
6.3.1 Página inicial do site	62
6.3.2 Layout da Newsletter	64
6.4 Roteiro Institucional	67
REFERÊNCIAS	72
APÊNDICES	76

INTRODUÇÃO

Este Trabalho de Conclusão de Curso se concentra na estruturação de uma agência de comunicação exclusivamente voltada para o setor do agronegócio em Goiás e surgiu de uma necessidade clara que encontrei em meu trabalho, no setor de comunicação e marketing da Agro Ávila (@agroavila). A Agro Ávila é uma empresa que trabalha com operações agrícolas e pecuárias nos estados de Goiás e Mato Grosso. Suas operações agrícolas estão focadas no plantio de soja, milho, sorgo e cana-de-açúcar. Na parte pecuária, a empresa trabalha com confinamento de gado para corte, tendo como carro chefe o boi Angus, possuindo certificação como um dos primeiros e melhores produtores de Angus do Estado de Goiás. Além disso, a empresa também trabalha com arrendamento de terras e armazenagem de grãos nas regiões de atuação. Ao procurar por fornecedores especializados para atender às demandas específicas de comunicação da nossa empresa do agronegócio em Goiás, deparei-me com uma lacuna surpreendente. Não havia agências dedicadas exclusivamente ao agronegócio no estado de Goiás, as que possuíam não tinham know-how para atender a demanda que queríamos; em vez disso, só encontrei agências genéricas que atendiam a uma ampla gama de clientes em diferentes setores, e agências em outros estados que conseguiram me atender.

Dada a importância do agronegócio no cenário econômico local e nacional, e considerando a singularidade desse setor, percebi que havia uma oportunidade de preencher essa lacuna. O agronegócio é um dos pilares da economia brasileira e sua comunicação precisa ser tratada de maneira especializada e estratégica. Essa lacuna me motivou a escolher a criação de uma agência de comunicação focada no agronegócio como meu projeto de TCC, buscando contribuir para o fortalecimento e crescimento sustentável desse setor.

O agronegócio é um pilar fundamental da economia e engloba um vasto conjunto de atividades relacionadas à produção, processamento e distribuição de produtos agrícolas. No estado de Goiás, o agronegócio desempenha um papel fundamental na economia da região e do país como um todo. Com sua localização estratégica no centro-oeste do Brasil e um clima favorável, Goiás se destaca em diversas atividades agropecuárias. Em Goiás, o setor é dinâmico e continua a se expandir e modernizar, desempenhando um papel vital na economia regional e

nacional, gerando empregos e contribuindo para o desenvolvimento sustentável da região.

Segundo pesquisa do Instituto Mauro Borges (2020)¹, em 2019, Goiás era a nona economia brasileira com um PIB maior que R\$ 200 bilhões, representando 2,8% do PIB nacional. Sua renda per capita era maior que R\$ 29 mil. O estudo afirma que esse expressivo resultado se deve à evolução do comércio, do setor industrial e também do agronegócio.

Em entrevista à Agência Brasil Central (2021), o superintendente de Engenharia Agrícola e Desenvolvimento Social da Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Seapa), José Ricardo Caixeta Ramos, afirma que o agronegócio contribui para garantir o crescimento econômico da região Centro-Oeste, notadamente em Goiás. O mesmo ainda explica que o agronegócio cresceu, respeitando os cuidados sanitários, porque houve um aumento de demanda mundial e nacional por alimentos, e que o estado de Goiás, como um grande produtor de grãos e proteína animal, é destaque nacional, tendo a safra agrícola do Estado em 2020/2021 batido recorde de produção².

O estado de Goiás apresenta grandes polos de agronegócio, com grandes complexos de soja e carne onde se destacam cidades como: Rio Verde, responsável pela produção de soja, milho e a produção de frango; Jataí, que atua no processamento de soja e comercialização de óleo e subprodutos; Catalão, com a produção de fertilizantes, mineração e montadoras de máquinas agrícolas; Itumbiara, com importantes indústrias de etanol e açúcar; e Mineiros, onde predomina o plantio de soja, milho, algodão e feijão, com destaque também para a pecuária de corte e de leite³.

Para impulsionar ainda mais o agronegócio, o estado de Goiás conta com grandes empresas responsáveis pelo crescimento e fomento do setor. De acordo com reportagem do Jornal Opção (2023)⁴, o estado tem sete empresas que figuram entre as 100 maiores do país de acordo com a revista Forbes: JBS, de Anápolis; Comigo,

¹ Disponível em: https://www.imb.go.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=79&Itemid=145. Acesso em 31/10/2023.

² Disponível em: <https://www.abc.go.gov.br/noticias/agroneg%C3%B3cio-puxou-o-crescimento-econ%C3%B4mico-de-goi%C3%A1s-em-ano-de-pandemia.html>. Acesso em 31/10/2023.

³ Disponível em: <https://www.faculdadefgi.com.br/post/os-5-maiores-polos-de-agronegocio-em-goias>. Acesso em 31/10/2023.

⁴ Disponível em: <https://www.jornalopcao.com.br/reportagens/goias-tem-7-empresas-entre-as-100-maiores-do-agronegocio-do-brasil-463733/>. Acesso em 01/11/2023.

de Rio Verde; Laticínios Bela Vista, de Piracanjuba; São Salvador Alimentos, de Itaberaí; SJC Bioenergia, de Quirinópolis; Jalles, de Goianésia; e Boa Safra Sementes, de Formosa.

No ano de 2022 o estado de Goiás teve um ótimo resultado se comparado com anos anteriores. Segundo a Agência Cora de Notícias (2023)⁵, o agronegócio goiano encerrou 2022 com crescimento expressivo em faturamento e volume de exportações. O setor arrecadou US\$11,7 bilhões em vendas externas, o que representa um aumento de 62,8% na comparação com 2021. Já o volume exportado cresceu 43,6%, atingindo 18 milhões de toneladas.

Partindo para os dias atuais, especificamente no ano de 2023, é esperado um número maior em exportações, tendo o primeiro semestre do ano atingiu o resultado esperado. Segundo o noticiário da Secretaria de Estado da Casa Civil (2023)⁶,

(...) o complexo de soja foi o grande protagonista das exportações do agronegócio goiano no 1º semestre de 2023. Segundo dados da plataforma Estatísticas de Comércio Exterior do Agronegócio Brasileiro (Agrostat), a cadeia agroindustrial da soja foi responsável por 73,2% do total exportado na primeira metade do ano, seguida por carnes (15,05%) e cereais, farinhas e preparações (4,09%). Com toda a exportação do agro, Goiás faturou mais de US\$6,1 bilhões no semestre.

Para potencializar ainda mais esse crescimento do agronegócio em Goiás e garantir sua sustentabilidade a longo prazo, é imperativo considerar o papel intrínseco da comunicação como ferramenta estratégica. O setor de comunicação, ao se integrar harmoniosamente com o agronegócio, pode não apenas promover a visibilidade dos produtos agrícolas goianos nos mercados nacional e internacional, mas também otimizar processos de distribuição e agregar valor à cadeia produtiva como um todo. Neste contexto, este trabalho se propõe a explorar a interseção entre o agronegócio e a comunicação de marketing no estado de Goiás, vislumbrando não apenas o crescimento econômico, mas também a construção de uma perspectiva sustentável e inovadora para o setor, alinhada com as demandas contemporâneas e as aspirações futuras da economia agrícola goiana.

⁵ Disponível em: <https://agenciakoradenoticias.go.gov.br/70428-exportacoes-do-agronegocio-goiano-crescem-628-em-202>. Acesso em 01/11/2023.

⁶ Disponível em: <https://www.casacivil.go.gov.br/noticias/9771-complexo-soja-responde-por-73-das-exportacoes-do-agro-goiano-no-1o-semester-de-2023.html>. Acesso em 01/11/2023.

A interseção entre o setor do agronegócio e a comunicação representa um campo de análise crucial para compreender e potencializar o crescimento econômico no contexto agrícola. Estes setores não apenas coexistem, mas também se complementam de maneira sinérgica. O agronegócio, que abrange desde a produção primária até a distribuição de produtos agroindustriais, demanda uma estratégia de mercado sólida para maximizar seu alcance e eficácia. A comunicação de marketing, por sua vez, oferece um arsenal de técnicas, desde a pesquisa de mercado até o desenvolvimento de estratégias de branding e comunicação, capazes de catalisar a expansão do agronegócio. Juntos, esses setores podem atuar em diversas frentes, desde a promoção de novas tecnologias agrícolas até a identificação de nichos de mercado promissores.

Ao incorporar as ferramentas de comunicação, o agronegócio ganha a capacidade de não apenas produzir em larga escala, mas também de posicionar seus produtos de forma estratégica, atendendo às demandas e preferências dos consumidores de maneira mais efetiva. As ações e estratégias de comunicação, quando alinhadas às peculiaridades do agronegócio, podem não somente impulsionar a visibilidade e competitividade dos produtos agrícolas, mas também otimizar processos logísticos e agregar valor à cadeia produtiva. Este trabalho se propõe a explorar esse dinâmico e interdependente relacionamento entre o agronegócio e a comunicação, delineando as potencialidades e desafios dessa sinergia para impulsionar o crescimento sustentável e inovador do setor agrícola goiano. Ao compreender as nuances dessa relação, torna-se possível definir estratégias e práticas que promovam não apenas a prosperidade econômica, mas também a resiliência e adaptação do agronegócio diante de um cenário em constante evolução.

1.1 Agência Proposta

Uma agência de comunicação desempenha um papel fundamental no universo corporativo ao fornecer serviços especializados que abrangem a criação, o planejamento e a gestão de estratégias comunicativas e campanhas publicitárias para seus clientes. Pinho relata que:

A comunicação mercadológica, aquela que é projetada para ser persuasiva, para conseguir um efeito calculado nas atitudes e/ou no comportamento do público visado, faz-se pela venda pessoal,

promoção de vendas, merchandising, relações públicas, embalagem, marketing direto, propaganda e publicidade. (2001, p.40).

Seu objetivo principal é facilitar e otimizar a transmissão de mensagens de uma organização ao seu público, garantindo que a comunicação seja eficaz, independentemente do objetivo - seja ele a promoção de produtos e serviços ou o fortalecimento da imagem institucional. Essas agências funcionam como parceiros estratégicos, atendendo às necessidades de marketing de seus clientes. Elas utilizam uma ampla gama de ferramentas e técnicas, incluindo publicidade, marketing digital, mídias sociais, pesquisa de mercado, análise de dados, SEO (Search Engine Optimization), email marketing, entre outras, para criar estratégias personalizadas que maximizem a visibilidade da marca, alcancem o público-alvo e impulsionem o crescimento dos negócios.

As agências de comunicação desempenham um papel fundamental na criação e execução de estratégias de comunicação e marketing, bem como na gestão de campanhas publicitárias. Elas também desempenham um papel importante na análise de dados para medir o desempenho e ajustar as estratégias de acordo com os resultados obtidos.

A importância de uma agência de comunicação é incontestável, pois ela atua como um catalisador na construção e manutenção da identidade e reputação de uma marca, estabelecendo conexões autênticas com seu público-alvo. Através de estratégias bem delineadas e criativas, uma agência de comunicação não só promove o crescimento de seus clientes, mas também os posiciona de forma competitiva em um mercado cada vez mais dinâmico e exigente. Seus serviços não se restringem a um setor específico, mas se estendem a diversas indústrias, desde o varejo e a indústria alimentícia até os segmentos de tecnologia e saúde.

A distinção entre uma agência de publicidade e uma agência de comunicação é fundamental para compreender as nuances e abordagens distintas que cada uma delas adota no cenário empresarial contemporâneo. Embora as agências de publicidade e comunicação compartilhem algumas sobreposições em seus serviços e objetivos, têm focos distintos e especializações que as diferenciam. De acordo com o portal do Sebrae⁷:

⁷ Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-agencia-de-publicidade,76887a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD#apresentacao-de-negocio>. Acesso em 16/11/2023.

As agências de publicidade são responsáveis por planejar, criar, executar e divulgar campanhas de propaganda e marketing para outras marcas e empresas. As campanhas são realizadas através de vários formatos de mídia, como texto, áudio, vídeo, fotos, etc. Dessa forma, o objetivo é comunicar-se de forma assertiva, transformando o público-alvo em cliente.

Enquanto isso, uma agência de comunicação oferece um leque mais amplo de serviços que abrangem todas as formas de comunicação de uma organização.

A agência de comunicação pode auxiliar no planejamento e na implementação do composto de comunicação em esforço integrado com a organização. Nesse contexto, a agência precisa conhecer a empresa, os produtos, as ações dos concorrentes no mercado, a mídia, além de entender a missão, os objetivos e as estratégias de marketing de seus clientes. A agência precisa ser entendida como parceira do anunciante, e assim o é em grandes empresas. Nas de menor porte, há ainda muito receio por parte dos executivos, talvez justificado pelo pouco conhecimento dos seus diretores sobre a verdadeira função da comunicação. (LUPETTI, 2009, p. 55).

O objetivo de uma agência de comunicação é construir e gerenciar a comunicação de uma marca em todos os pontos de contato com os seus diversos públicos, incluindo clientes, parceiros, funcionários e mídia. Elas buscam estabelecer um diálogo consistente e estratégico, ao invés de apenas promover a venda de produtos ou serviços.

A principal diferença entre as duas agências está no escopo de seus serviços. As agências de publicidade são especialistas em campanhas publicitárias e na promoção de produtos e serviços. As agências de comunicação, por outro lado, têm uma abordagem mais holística da comunicação que inclui publicidade, mas também incorpora relações públicas, comunicação interna e outras formas de comunicação para construir a imagem e a reputação de uma organização de forma integrada. Lupetti (2009, p. 55) afirma que “os termos propaganda e publicidade foram substituídos por comunicação, e as agências mais contemporâneas já se reestruturaram para atender a todos os segmentos que seus clientes anunciantes necessitam.”

O agronegócio é um dos pilares da economia global e está em constante evolução. Segundo matéria do portal PropMark⁸, o ecossistema do agronegócio se desdobra em muitas etapas e toda essa engrenagem não funcionaria sem um protagonista: o marketing. Enquanto o agronegócio é uma peça-chave na balança

⁸ Disponível em: <https://propmark.com.br/marketing-agrega-valor-ao-agronegocio-setor-quase-anonimo-para-o-consumidor/>. Acesso em 07/11/2023.

comercial do país, o marketing aparece como ferramenta indispensável para potencializar este setor e agregar valor à essa força produtiva.

Com o avanço tecnológico e a crescente demanda por produtos agrícolas, é essencial que os negócios deste setor sejam visíveis, competitivos e alinhados com as tendências do mercado. A agência proposta visa fomentar esse setor, fornecendo soluções de comunicação especializadas para o agronegócio, incluindo planejamento estratégico de comunicação, marketing digital e eventos.

O mercado-alvo da agência proposta está focado em empresas de insumos agrícolas (sementes, fertilizantes, defensivos), cooperativas e associações agrícolas, produtores e empresas rurais, investidores e bancos com foco em agronegócio, startups de tecnologia agrícola e instituições de ensino, pesquisa e desenvolvimento.

O setor agrícola é dinâmico e apresenta um vasto potencial de crescimento. Com a crescente necessidade de práticas agrícolas sustentáveis, transparência e inovação, uma agência de comunicação especializada pode ser a ponte entre os produtores e um mercado consumidor cada vez mais exigente e informado.

1.2 Análise de Cenário

A análise de cenário visa identificar de forma clara e objetiva as forças e vulnerabilidades de um mercado específico, com o intuito de avaliar a viabilidade de um dado projeto antes de sua implementação. Essa metodologia é amplamente adotada por empresas de todos os tamanhos há vários anos, buscando o momento ideal para introduzir novos produtos ou entrar em novos mercados. Como afirmado por Ligia Affonso (2019, p.7), “avaliar o nível de incerteza de uma oportunidade é fundamental para o sucesso da ação empreendedora”.

1.2.1 Cenário Econômico Goiano

O cenário econômico de Goiás, atualmente, requer um olhar atento às várias forças que moldam a economia do estado. Goiás destaca-se por ser um dos principais estados brasileiros no agronegócio, mas sua economia é diversificada, abrangendo também indústrias e serviços. De acordo com o Jornal JA7⁹, no acumulado dos 10

⁹ Disponível em: <https://ja7.com.br/2023/11/06/goias-alcanca-marca-historica-com-mais-de-28-mil-empresas-abertas-nos-primeiros-10-meses-de-2023.html>. Acesso em 07/11/2023.

primeiros meses deste ano, o estado de Goiás celebra a criação de 28.398 novos CNPJs, apontando para a possibilidade de superar o seu próprio recorde histórico até o final de 2023. Os dados revelam um cenário de crescimento econômico e empreendedorismo na região, de acordo com informações fornecidas pela Junta Comercial de Goiás (Juceg).

Em termos de agronegócio, Goiás se beneficia de uma posição geográfica estratégica no coração do Brasil, facilitando o transporte e a exportação de commodities, além de incentivos no setor do agronegócio. O estado é um dos maiores produtores de soja, milho, cana-de-açúcar e carnes, o que contribui significativamente para sua economia, é o que destaca o portal de comunicação Brasil 61¹⁰:

O Produto Interno Bruto de Goiás (PIB goiano), no segundo trimestre de 2023, cresceu 3,4% comparado ao mesmo período do ano passado. No acumulado no ano, o PIB de Goiás manteve um crescimento positivo de 3,1% e nos últimos 12 meses acumulou uma alta de 4,5%. A alta foi puxada pelo bom desempenho do setor da agropecuária, em especial pelo aumento da produtividade do milho e da soja. Os dados fazem parte do boletim sobre a Conjuntura Econômica de Goiás, realizado pelo Instituto Mauro Borges de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (IMB).

O desenvolvimento tecnológico no campo e a crescente adoção de práticas agrícolas sustentáveis têm impulsionado a produtividade, mesmo diante de desafios climáticos e flutuações no mercado global. Portanto, a economia de Goiás, marcada pela força do agronegócio e por uma diversificação em ascensão, enfrenta tanto desafios quanto oportunidades. A habilidade do estado em adaptar-se às mudanças do mercado global, investir em tecnologia e infraestrutura e promover uma gestão econômica sustentável definirá o seu sucesso no cenário econômico presente e futuro.

1.2.2 Cenário da Comunicação Focada no Agro

Tendo realizado uma sondagem do mercado goiano de agências de comunicação foi possível perceber que há poucas agências com o foco específico no agronegócio, e as que existem, possuem um pouco know-how no setor. Existem algumas agências que atendem outros setores e que possui o agronegócio como um leque de possibilidade, como é o caso da Rowan Marketing 360 (@rowanmarketing),

¹⁰ Disponível em: <https://brasil61.com/n/go-crescimento-do-pib-goiano-e-puxado-pelo-aumento-de-producao-da-soja-e-de-milho-bras239838>. Acesso em 07/11/2023.

que possui em seu portfólio clientes como a Agrosol Sementes e Fertilizantes, Nutrepampa Nutrição, Cofertil Industria de Fertilizantes, Solotek e outras, mas não é especializada. Podemos citar ainda algumas agências goianas de pequeno porte que atendem o setor, como por exemplo:

- Âmbra Marketing e Eventos Agro (@ambramktagro);
- Allgrotech Marketing Agro (@allgrotech);
- Cerrado Propaganda (@cerradopropaganda);
- Inusitada Agro Comunicação (@inusitada.agro);

Portanto, o setor é caracterizado por uma concorrência crescente e diversificada. Isso impõe a necessidade de diferenciação por meio de serviços altamente especializados e customizados, como relações públicas, marketing de influência e eventos especializados, que podem incluir feiras de agronegócio e rodadas de negócios.

Outro ponto de atenção é a comunicação de crise e a gestão da reputação, que são particularmente importantes em um setor suscetível a fatores de risco variados, como volatilidade de preços, questões ambientais e sanitárias. Agências que podem oferecer expertise em mitigar esses riscos e comunicar eficientemente em tempos de crise possuem uma vantagem competitiva no mercado.

A análise do cenário mercadológico para agência de comunicação focada no agronegócio goiano é promissora, mas exige adaptabilidade, conhecimento especializado e uma abordagem estratégica que esteja alinhada com as tendências de mercado e as expectativas de um setor que está no centro da economia do estado de Goiás.

2. APRESENTAÇÃO DA AGÊNCIA

2.1 Definição do Nome

Definir um nome para uma marca é um processo criativo e estratégico que requer reflexão e pesquisa. Começa com a compreensão clara do negócio, dos seus valores, do público-alvo e da proposta de valor que a marca deseja comunicar. Um nome de marca eficaz deve encapsular a essência do que a empresa representa e também deve ser atraente para os consumidores.

Lupetti (2009) explica que a marca deve ser fácil de pronunciar, memorável e distinguível de concorrentes. Deve-se verificar se o nome comunica positivamente sem conotações indesejadas em outras línguas ou culturas, se é apropriado para o mercado e se evoca as emoções ou associações desejadas, e que não tenha problemas em nível internacional, por isso a autora sugere quatro pontos de controle: “aceitabilidade do nome, significados existentes, conotações negativas e pronunciabilidade.” (LUPETTI, 2009, p.06).

É crucial também verificar a disponibilidade do nome. Isso inclui pesquisa em registros de marca, domínios de internet e redes sociais para garantir que o nome não esteja sendo usado por outra empresa, especialmente dentro do mesmo setor. Legalmente, o nome escolhido não deve infringir marcas registradas existentes. Portanto, uma pesquisa de marca registrada é essencial antes de finalizar o nome.

Para definição do nome, utilizou-se os quatro pontos de controle citados por Lupetti (2009), além de consulta em registros e mídias sociais. O nome definido para a agência é "Semente Criativa".

A escolha do nome "Semente Criativa" para a agência de comunicação especializada no agronegócio carrega em si uma riqueza simbólica e estratégica que alinha perfeitamente com o propósito da empresa.

Primeiramente, "Semente" é uma palavra que ressoa fortemente com o setor do agronegócio, pois representa o início do ciclo de vida no campo, simbolizando potencial, crescimento e origem. Ao incorporar este termo, a agência estabelece imediatamente uma conexão visceral com a indústria agrícola, comunicando um profundo entendimento das raízes e dos processos que seus clientes valorizam. Por outro lado, "Criativa" reflete a essência e o diferencial da agência, enfatizando que, além de um sólido conhecimento do setor agrícola, a empresa possui uma veia

inovadora e um pensamento original na abordagem da comunicação. Esta palavra transmite a capacidade da agência de pensar fora da caixa, produzindo ideias e soluções inovadoras para a comunicação no agronegócio.

A junção das duas palavras, "Semente Criativa", forma um nome que é não apenas memorável e fácil de pronunciar, mas também conota uma promessa: a de que cada estratégia de comunicação plantada pela agência irá germinar, crescer e florescer, assim como uma semente bem cultivada. A metáfora invoca a ideia de que o trabalho da agência não é instantâneo, mas sim um investimento a longo prazo, que cresce e se desenvolve em conjunto com o negócio do cliente.

Além disso, a escolha de "Semente Criativa" para a marca demonstra uma percepção clara de sustentabilidade e respeito ao meio ambiente, valores cada vez mais importantes no agronegócio contemporâneo. É um nome que se alinha com as tendências de mercado que apontam para uma agricultura consciente e inovadora.

Em termos de marketing e posicionamento de marca, "Semente Criativa" é um nome com grande potencial de branding, oferecendo múltiplas possibilidades visuais e conceituais para o desenvolvimento de logotipos, slogans e campanhas. A defesa deste nome se baseia, portanto, na sua capacidade de encapsular a identidade e os valores da agência, ao mesmo tempo em que ressoa positivamente com o público-alvo do agronegócio.

2.2 Missão, Visão e Valores

Dentro da esfera organizacional, a compreensão da identidade e direcionamento de uma empresa é essencial não apenas para os gestores, mas também para os stakeholders envolvidos. Nesse contexto, os conceitos de missão, visão e valores emergem como pilares centrais que definem e orientam o caráter e as aspirações de uma organização.

A missão é frequentemente caracterizada como o propósito fundamental ou a razão de ser de uma organização. Ela responde à pergunta: "Por que existimos?". De forma mais ampla, Lupetti (2009, p. 165) diz: "a missão é a razão de ser da organização, ou seja, o porquê e para que a empresa está sendo aberta". A missão serve como uma bússola, orientando a organização em suas atividades diárias e garantindo que ela permaneça fiel ao seu propósito central.

Por outro lado, Lupetti (2009) diz que a visão de uma organização é representada por um sonho, ou seja, um objetivo a longo prazo. Trata-se de uma declaração ambiciosa, mas alcançável, do que a organização deseja se tornar ou do impacto que pretende ter em um horizonte de médio a longo prazo. Enquanto a missão se concentra no presente e define o propósito atual da empresa, a visão é orientada para o futuro, proporcionando um destino claro e inspirador. É a visão que motiva e direciona os esforços da empresa para inovações, crescimento e superação de desafios.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Coaching¹¹, os valores dizem respeito aos princípios que orientam todas as posturas da empresa e de sua equipe. Uma vez definidos, todos devem trabalhar para colocá-los em prática em todos os relacionamentos com clientes, fornecedores e parceiros. Nesse sentido, trata-se dos alicerces da organização, pois representam tudo aquilo que ela acredita e quais são seus princípios e convicções.

Em suma, missão, visão e valores são componentes cruciais da identidade organizacional. Eles fornecem direção, inspiração e princípios éticos para as empresas, servindo como pilares que sustentam a estratégia e a cultura corporativa. Quando claramente definidos e autenticamente vivenciados, esses elementos podem potencializar o alinhamento, o engajamento e a coesão dentro das organizações, culminando em uma performance diferenciada no mercado.

2.2.1 Missão, Visão e Valores da Semente Criativa

A Semente Criativa é uma agência de comunicação que, fiel ao seu nome, visa fornecer soluções de comunicação inovadoras, criativas e eficazes que ajudem a promover o crescimento e a sustentabilidade no setor do agronegócio. Para compreender a essência e o direcionamento desta agência, é fundamental explorar sua missão, visão e valores, elementos que, juntos, traçam o perfil e as aspirações da organização.

- a) Missão: Fomentar o crescimento e a visibilidade de empresas do setor do agronegócio através de estratégias de comunicação personalizadas.

¹¹ Disponível em: <https://www.ibccoaching.com.br/portal/rh-gestao-pessoas/o-que-e-visao-missao-organizacional/>. Acesso em: 16/11/2023.

- b) **Visão:** Projetando-se para o futuro, a Semente Criativa aspira ser reconhecida como a principal referência em comunicação para o agronegócio em Goiás. A agência visualiza um cenário onde sua marca é sinônimo de inovação, eficácia e profundo conhecimento do setor agro, sendo a parceira ideal para empresas que buscam se destacar e crescer de maneira sustentável no mercado.
- c) **Valores:**
- Criatividade:** Utilizamos nossa maior expertise para entregar projetos únicos e surpreendentes;
 - Inovação:** Buscamos constantemente novas ideias e abordagens para manter nossos clientes à frente no mercado;
 - Integridade:** Agimos com honestidade e transparência em todas as nossas interações;
 - Comprometimento:** Estamos dedicados ao sucesso dos nossos clientes e à excelência em todos os projetos;
 - Sustentabilidade:** Valorizamos práticas que promovem o equilíbrio ambiental, social e econômico;
 - Colaboração:** Acreditamos no poder da colaboração e na construção de relações fortes com clientes, parceiros e comunidades;
 - Adaptação:** Mantemos a flexibilidade para nos adaptarmos às mudanças do mercado e às necessidades dos clientes.

A identidade da "Semente Criativa" reflete uma filosofia de trabalho que combina uma paixão pela agricultura com a vanguarda da comunicação, garantindo que as estratégias de marketing dos clientes não só germinem, mas também floresçam em um ambiente competitivo.

Ao definir a missão, visão e valores da Semente Criativa, torna-se evidente o compromisso da agência em se consolidar como uma força transformadora na comunicação para o agronegócio. Estes pilares, cuidadosamente definidos, não apenas guiam a agência em sua jornada, mas também atestam sua dedicação e expertise em gerar valor e impacto no setor.

2.3 Estrutura Organizacional

As agências de comunicação podem adotar diferentes estruturas organizacionais, cada uma com suas particularidades, vantagens e desafios. A discussão sobre esses tipos de estrutura é fundamental para entender como as agências atendem às demandas dos clientes, se adaptam às mudanças do mercado e inovam em seus serviços. Segundo Dantas (2015, p.68),

A organização pode ser entendida como o processo de dispor pessoas e outros recursos para realizar tarefas a serviço de um propósito comum. Trata-se de uma função da administração que só é possível se houver planejamento. A organização exige que pessoas saibam o que irão fazer e quais suas atribuições, o que costuma ser definido em um documento denominado guia de competências.

Tradicionalmente, agências de comunicação seguem um modelo hierárquico, com uma clara divisão entre os departamentos de planejamento, atendimento, criação, mídia e produção. Nesta configuração, cada departamento tem funções bem definidas e o fluxo de trabalho segue uma sequência lógica e linear, partindo do briefing do cliente até a execução e a análise de resultados.

De acordo com Lupetti (2009, p.27), “existem vários tipos de estrutura organizacional. Entre as chamadas estruturas tradicionais encontram-se as estruturas funcionais, divisionais, matriciais e por células.” Para aprofundarmos um pouco mais, e definirmos a estrutura organizacional da Semente Criativa, discutiremos os modelos de estruturas tradicionais para então chegarmos a uma conclusão.

Brandão (2015) afirma que nas estruturas funcionais cada departamento representa uma função e o trabalho é realizado de acordo com as operações principais do departamento. Em conclusão, a estrutura funcional de uma agência de comunicação é vital para o seu sucesso. Ela deve ser projetada não apenas para maximizar a especialização e eficiência, mas também para ser suficientemente flexível para se adaptar a um ambiente de mercado em constante mudança.

No que diz respeito a Estruturas Divisionais ou por clientes, Brandão (2015, p.76) diz que:

Nas estruturas divisionais ou por cliente, cada unidade atende a um cliente ou grupo de clientes, como se cada uma delas possuísse uma estrutura organizacional. Pessoas com diferentes tarefas e habilidades, que trabalham no mesmo produto, servem a clientes semelhantes e/ou operam na mesma região geográfica. São comuns entre as organizações que trabalham com diversos produtos, vários territórios e clientes. Esse tipo de estrutura organizacional, portanto, é ideal para agências que lidam com vários clientes diferentes.

Por fim, ao adotar uma estrutura divisional, as agências precisam ponderar cuidadosamente como equilibrar a necessidade de personalização do serviço com a eficiência operacional, explica o autor. As estratégias podem incluir a utilização de equipes multifuncionais que trabalham em várias divisões, promovendo uma cultura de compartilhamento e colaboração e implementando tecnologias que facilitam a comunicação e a gestão de projetos entre divisões.

A estrutura organizacional matricial é um modelo híbrido que combina aspectos das estruturas funcionais e divisionais. Em uma agência de comunicação isso pode significar que os funcionários se reportam a mais de um chefe ou sistema de comando. Brandão (2015) explica que as estruturas matriciais agrupam equipes multifuncionais para misturar suas forças técnicas e seu potencial integrador. Os profissionais pertencem a grupos de trabalhos diferentes, podendo trabalhar em várias frentes ao mesmo tempo e, conseqüentemente, respondem a comandos diferentes.

Nas estruturas por células, Brandão (2015, p.79) afirma que:

(...) profissionais de diferentes departamentos e funções trabalham juntos no mesmo projeto e desempenham diversas funções, o que permite que a empresa explore os potenciais intelectuais de seus funcionários e faça com que eles compartilhem seus conhecimentos, habilidades e experiências para ganhar vantagem competitiva. Sob a orientação de um líder (da área de planejamento ou atendimento), as células desenvolvem o trabalho com ênfase no consenso e na tomada de decisão do grupo. Essas estruturas são criadas para aperfeiçoar as relações laterais e resolver os problemas da organização e são comuns em organizações pequenas, que trabalham com um ou poucos produtos ou serviços. No caso das agências, profissionais de diferentes departamentos trabalham juntos no desenvolvimento de campanhas para alcançar o máximo de impacto nos consumidores, na satisfação de seus clientes, na qualidade dos serviços e na produtividade.

A chave para o sucesso com uma estrutura por células é garantir que haja uma comunicação eficaz e sistemas que promovam a colaboração entre as células. Ferramentas de gestão de projetos e plataformas de comunicação interna podem ajudar a manter todos alinhados e a partilhar conhecimento.

Além disso, é essencial que haja uma cultura organizacional forte que transcenda as células individuais, com valores claros e uma missão que unifique a agência. Liderança e treinamento consistentes são críticos para garantir que todos os membros da equipe entendam e estejam alinhados com esses valores centrais.

Por fim, há também as estruturas por projeto, que segundo Brandão (2015, p.80-81),

Nesse caso, a empresa adota a departamentalização interna funcional tradicional, porém alterando sua estrutura organizacional temporariamente por projeto que abraça, de modo a que equipes específicas se dediquem especificamente a ele. A estrutura, portanto, pode se alterar constantemente em função da complexidade de cada projeto. Quanto maior o número de projetos maior será o tamanho da organização. A estrutura tem objetivos e prazos bem definidos e se aplica bastante a agências de publicidade, haja vista seus serviços típicos de consultoria e assessoria de comunicação publicitária.

Considerando o que foi exposto sobre estrutura organizacional, a Semente Criativa adotará a estrutura de modelo celular, devido à sua eficácia em promover a integração entre as diversas áreas da equipe. Essa configuração é essencial para a agência, que foca no setor do agronegócio e requer um entendimento detalhado das necessidades individuais de cada cliente, permitindo uma customização aprofundada dos serviços oferecidos.

A escolha dessa estrutura busca promover uma melhor colaboração entre todos os departamentos, otimizando o trabalho em equipe para atender as demandas com maior eficiência e fluidez, reduzindo assim os tempos de entrega.

A estrutura a ser adotada compõe um conjunto de 5 células, composta pelos setores de:

- Atendimento;
- Campo Estratégico;
- Semente Criativa;
- Pulverização;
- Fertilização.

A fim de adotar uma maior integração de todos os departamentos, assim diminuindo prazos e tendo mais eficácia nos projetos. A demanda inicial permeia a área que envolve atendimento, campo estratégico e semente criativa. O atendimento coleta informações essenciais do cliente para posteriormente se reunir com os departamentos de campo estratégico e semente criativa. Durante essa conversa conjunta entre Atendimento, Campo Estratégico e Semente Criativa, é elaborado uma pesquisa de tendências com o Campo Estratégico, de acordo com os objetivos, necessidades e lacunas do cliente. Nesse sentido, os profissionais nessa área têm a responsabilidade de determinar a alocação mais adequada dos recursos de

investimento e a estratégia de comunicação mais eficaz para cada cliente, incluindo as demandas de relações públicas e treinamento e capacitação de equipes.

Posteriormente, a demanda é encaminhada para um departamento que combina criação e produção. O setor de Semente Criativa, composto pelo diretor de arte, o redator e o produtor audiovisual iniciam o processo de criação das peças visuais, dando forma ao projeto. Concomitantemente, o projeto entra em contato com o departamento de Pulverização para a realização de vídeos, edição, fotografia e desenvolvimento de sites e aplicativos. Após a conclusão do material, o projeto retorna ao departamento de atendimento, que se comunica com o cliente e solicita sua aprovação para as peças criadas.

Se o projeto for rejeitado, ele retorna aos departamentos de Atendimento, Campo Estratégico, e Semente Criativa para uma reestruturação. Por outro lado, se o projeto for aprovado, ele é encaminhado ao departamento de Fertilização, onde profissionais especializados em análise de conteúdo, análise de SEO e Social Media entram em ação com o objetivo de direcionar e investir os recursos nas ferramentas digitais apropriadas. Ao finalizar a campanha, a equipe de Fertilização prepara relatórios e os encaminha ao departamento de atendimento para apresentação dos resultados aos clientes.

Figura 1: Estrutura Organizacional Semente Criativa



Fonte: autoria própria

2.4 Serviços Ofertados

- **Consultoria em Inteligência Estratégica para o Agro:** Consultoria especializada em marketing agro para ajudar os clientes a desenvolverem estratégias eficazes de comunicação. Isso inclui análise de mercado, identificação de público-alvo e aconselhamento sobre as melhores táticas de promoção para atingir seus objetivos.

- **Gestão de Mídias Sociais:** Criação e publicação de conteúdo relevante, interagindo com os seguidores e monitorando o desempenho das campanhas. Isso ajudará a construir uma presença online e aumentar o engajamento da marca.
- **Criação de Conteúdo:** Produção de conteúdo de alta qualidade, como artigos, blogs, vídeos e infográficos, relacionados ao agronegócio. Isso ajudará a informar, educar e envolver o público-alvo, estabelecendo a autoridade da marca no setor.
- **Otimização de Mecanismos de Busca (SEO):** Implementação de estratégias de SEO para melhorar a visibilidade do site do cliente nos mecanismos de busca. Isso inclui pesquisa de palavras-chave, otimização de conteúdo e análise de concorrência.
- **Publicidade Online:** Planejamento e execução de campanhas de publicidade online, como anúncios no Google Ads e mídia social paga, para direcionar o tráfego qualificado ao site do cliente e aumentar as conversões.
- **Desenvolvimento de Sites e Aplicativos:** Criação de websites e aplicativos personalizados que atendam às necessidades exclusivas do agronegócio. Isso inclui design responsivo, funcionalidades avançadas e uma experiência do usuário otimizada.
- **Gestão de Relações Públicas:** Gerenciamento da imagem pública do cliente, ajudando a construir relacionamentos com a mídia, organizando eventos e divulgando notícias e informações relevantes para o setor agrícola.
- **Análise de Dados e Relatórios:** Realização de análises detalhadas de dados para avaliar o desempenho das campanhas de marketing e fornecimento de relatórios personalizados para orientar as decisões estratégicas.
- **Produção Audiovisual:** Criação de vídeos promocionais, educacionais e outros conteúdos audiovisuais para destacar produtos, serviços e iniciativas agrícolas de nossos clientes.
- **Programas de Treinamento e Capacitação:** Oferta de programas de treinamento personalizados para equipes internas de clientes, capacitando-as a compreender e implementar estratégias de comunicação eficazes.

Esses serviços abrangem uma ampla gama de necessidades no setor do agronegócio, permitindo que a Semente Criativa ofereça soluções abrangentes de comunicação para os nossos clientes.

2.5 Sistemas de Remuneração

A prestação de serviços é uma das áreas econômicas mais complexas quando se trata de determinar a remuneração. Tanto em empresas de comércio quanto na indústria, o valor das transações comerciais geralmente é estabelecido com base no preço das mercadorias trocadas. No entanto, no contexto da prestação de serviços na indústria da Publicidade e Propaganda, não há troca de mercadorias tangíveis, e nenhum objeto concreto pode ser utilizado para definir valores e preços. Portanto, é crucial compreender como o mercado publicitário opera e como se baseia na precificação de serviços, para garantir que tanto os clientes quanto a agência não saiam prejudicados.

De acordo com a legislação, incluindo a Lei nº 4.680/65, que estabelece a profissão de Publicitário e Agenciador de Propaganda, e o decreto 57.690/66, que regulamenta as atividades desses profissionais e agências, existem sete formas de remuneração em vigor:

1. Fee mensal fixo: Nesse modelo, a agência e o cliente concordam com um valor mensal fixo que deve ser pago pelo cliente em troca de um conjunto de serviços acordados. No entanto, esse modelo pode apresentar limitações na cobrança de valores adicionais.
2. Remuneração por resultados: A remuneração nesse modelo é baseada nos resultados positivos alcançados pelo cliente após a conclusão de uma campanha. Não inclui comissões de mídia ou veiculação e requer uma organização rigorosa no planejamento de marketing.
3. Fee mensal fixo acrescido de um percentual sobre os resultados: Este modelo combina o fee mensal fixo com a remuneração por resultados, oferecendo vantagens adicionais à agência, que recebe um percentual sobre os resultados da campanha.
4. Markup: O markup envolve a diferença entre o custo de serviços fornecidos por terceiros e o preço final cobrado pela agência. Isso permite que a agência inclua custos operacionais internos e gere lucro.

5. Honorários acrescidos de cláusula de resultados: Neste modelo, a agência cobra comissões obrigatórias pelos serviços prestados, com a possibilidade de um acréscimo caso os objetivos do cliente sejam alcançados.
6. Comissões estabelecidas pela lei com descontos progressivos: Aqui, as comissões sobre serviços de veiculação e produção são determinadas por lei, com descontos progressivos de acordo com o investimento do cliente.
7. Contrato de participação: Nesse formato, a agência é remunerada com base em um percentual fixo sobre as vendas do cliente, independentemente do planejamento de marketing ou da mensuração de resultados.

A escolha do modelo de remuneração depende da situação específica da agência e das necessidades do cliente. Algumas agências optam por adotar mais de um modelo para atender a diversos tipos de clientes. Cada modelo de remuneração possui suas vantagens e desafios, e um bom conhecimento dessas opções permite à agência negociar valores de maneira eficaz e atender às expectativas de clientes e prestadores de serviços. Assim sendo, a Semente Criativa optou por adotar diferentes modelos de remuneração, como o fee mensal fixo, o markup e o contrato de participação, para atender a uma variedade de clientes e situações específicas no mercado.

Para a forma de remuneração em caso de fee mensal, adotaremos o modelo a depender do contexto que seja mais benéfico para agência e cliente, como por exemplo em casos de contratos de prestação de serviços contínuos. Se a Semente Criativa oferece serviços de comunicação contínua, como gerenciamento de mídia social, produção de conteúdo regular, monitoramento de reputação online, ou consultoria estratégica em andamento, uma taxa mensal pode ser uma maneira eficaz de estruturar os acordos contratuais. Isso permite que os clientes paguem um valor fixo mensal em vez de pagar separadamente por cada serviço. Um cliente que valoriza a previsibilidade financeira pode apreciar o fee mensal, pois ajuda a simplificar o processo de faturamento e orçamento para os clientes, tornando mais fácil para eles planejarem seus investimentos com comunicação.

Para o caso de fidelização do cliente, ao oferecer um contrato de longo prazo com valor mensal, a Semente Criativa pode incentivar a fidelização dos clientes. Isso cria um relacionamento a longo prazo em que ambas as partes têm interesse em manter a parceria e obter resultados consistentes. Também em caso de serviços manutenção

de sites, atualizações regulares ou outros serviços que exigem atenção contínua, uma taxa mensal pode ser uma maneira eficiente de cobrar por esses serviços.

A adoção de um markup para a Semente Criativa, pode ser apropriada em determinados contextos, especialmente quando se lida com serviços que envolvem custos variáveis e margens de lucro desejadas. Algumas situações em que podemos considerar a aplicação de markup na agência é o caso da precificação de serviços variáveis, se a agência oferece uma ampla gama de serviços com custos variáveis, como produção de conteúdo, design gráfico, anúncios pagos e outros, um sistema de markup pode ajudar a estabelecer preços de venda consistentes para esses serviços. Agora, se possuímos metas específicas de margem de lucro que deseja alcançar em projetos, a aplicação de um markup pode ajudar a garantir que preços de venda estejam alinhados com essas metas.

Na questão de transparência na precificação, o markup pode ser uma maneira transparente de comunicar como os preços são calculados aos clientes. Isso pode ajudar a construir confiança e compreensão em relação à estrutura de preços da agência. Se a agência cria projetos sob medida para clientes, o uso de um markup pode ajudar a estabelecer preços que refletem a complexidade e o valor do trabalho realizado. O markup pode ser útil também ao estimar os custos e os lucros em projetos futuros. Isso permite que calculemos rapidamente o preço de venda com base nos custos estimados e nas margens de lucro desejadas. Para serviços com custos variáveis, como publicidade digital, o markup pode simplificar a precificação, permitindo que seja adicionado uma porcentagem predefinida sobre os custos para determinar o preço de venda.

Por fim, se a agência adotar o tipo de remuneração como contrato de participação, também conhecido como acordo de participação nos resultados, é uma forma de compartilhar os benefícios e os riscos de um projeto. Alguns contextos em que a Semente Criativa pode considerar a adoção de contratos de participação é em parcerias de marketing conjunto, se a agência deseja colaborar com outras empresas no agronegócio em Goiás para lançar campanhas de marketing conjuntas, podemos estabelecer contratos de participação para compartilhar custos e resultados. Isso pode ser particularmente útil em campanhas promocionais de grande escala ou eventos específicos. Se a Semente Criativa está envolvida em projetos de comunicação de longo prazo que têm o potencial de gerar resultados substanciais para o cliente ao longo do tempo, como a construção de uma marca sólida, podemos oferecer um

contrato de participação. Isso demonstra nosso comprometimento em compartilhar os riscos e recompensas do projeto. Agora, se formos desenvolver um produto ou serviço inovador voltado para o agronegócio, um contrato de participação pode ser usado para determinar como os lucros serão compartilhados com base no sucesso do produto ou serviço no mercado.

Em programas de afiliados podemos adotar contratos de participação para recompensar parceiros ou afiliados com base no desempenho das vendas ou na obtenção de leads de qualidade para os clientes no agronegócio. Se estivermos trabalhando com startups ou empreendedores no agronegócio em Goiás, podemos considerar a adoção de contrato de participação que permitam uma participação nos lucros em troca de serviços de consultoria ou suporte estratégico. Já em projetos de *co-branding*, onde duas marcas colaboram para criar uma campanha de marketing conjunta, um contrato de participação pode ser usado para determinar como os custos e os benefícios serão compartilhados.

3. ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

No cenário competitivo atual entender a dinâmica da concorrência é essencial para o sucesso de qualquer empreendimento. Segundo o Portal Administradores¹², análise de concorrência, também chamada de análise de mercado, consiste em monitorar de forma regular alguns aspectos dos concorrentes de uma empresa, que são identificados como negócios que oferecem produtos e/ou serviços similares.

Ainda, segundo o Portal Administradores, esse estudo é fundamental em etapas como planejamento e gerenciamento de vendas, pois permite a identificação de riscos e oportunidades capazes de prejudicar ou impulsionar seus resultados. Por meio dessa análise, é possível descobrir vantagens competitivas que devem ser exploradas pelo negócio, e esse ponto é um grande diferencial quando levamos em conta a competitividade do mundo corporativo.

No atual cenário econômico globalizado as organizações enfrentam um ambiente altamente competitivo, onde a presença de concorrentes é uma realidade inevitável. Nesse contexto, compreender o papel e a natureza dos concorrentes torna-se crucial para o sucesso de qualquer empreendimento. Corrêa (2008) cita que:

A atuação de um produto no mercado é idêntica à de uma competição. Muitos a consideram uma verdadeira guerra de mercados, em que cada marca busca a liderança ou uma melhor posição. Nessa movimentação toda, há ataques e defesas, sempre objetivando levar alguma vantagem. Se essa é a situação, precisa-se conhecer a concorrência antes de tudo, porque a sobrevivência da empresa, seu produto ou serviço, dependerá também do que ela fizer. (Corrêa, 2008, p.54)

Partindo desta fala, apresenta-se a seguir os principais concorrentes da Semente Criativa, para que seja possível compreender com mais propriedade o mercado atual e seja possível desenvolver as melhores estratégias para o negócio.

3.1 Âmbra Marketing e Eventos Agro

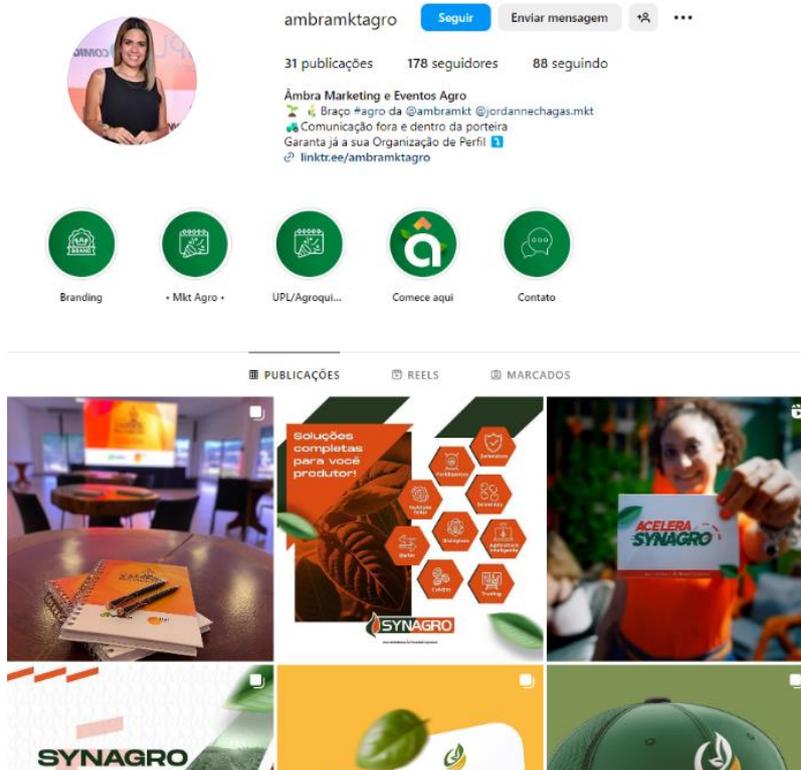
A Âmbra, segundo informações retiradas da sua conta do Instagram, atua com serviços similares aos que serão prestados pela Semente Criativa e atende o mesmo porte de clientes pretendidos. É uma agência que está em atuação desde 2022 com

¹² Disponível em: <<https://administradores.com.br/noticias/analise-da-concorrenca-por-que-e-como-fazer-para-se-destacar-no-mercado>>. Acesso em 05/03/2024.

o foco em atender as necessidades de médio e grandes clientes. Trabalha com uma metodologia simples e prática, apresentando soluções diretas para seguir o resultado através de técnicas de marketing digital e inbound marketing. A agência presta os seguintes serviços: Marketing Digital, Branding, Design. Gestão de Redes Sociais, Assessoria de Eventos.

Atualmente a agência conta com uma carteira com os seguintes clientes: F Petrovics, Agro Rios, Agro Pinheiro, Agroquima, Marciano Agro, Synagro, Cooperativa Comigo dentre outros. A Âmbra conta com a sua conta do Instagram com uma baixa frequência de publicações, baixo número de seguidores, e um baixo engajamento dos conteúdos postados como: novos clientes, trabalhos realizados, reposts e conteúdo de venda direta. Ela não possui um Google meu negócio ativado, o que se torna uma oportunidade para nós, levando em consideração que o uso do mesmo aumentará nossas buscas no Google e aumentará nossa visibilidade. O endereço da mesma foi buscado nos principais sites de busca, porém sem sucesso. Com essa busca e análise, podemos observar que a empresa atua de forma online.

Figura 1: Instagram



Fonte: Página do Instagram Âmbra Marketing e Eventos Agro¹³

¹³ Disponível em: <https://www.instagram.com/ambramktagro/>. Acesso em: 06 de mar. 2024.

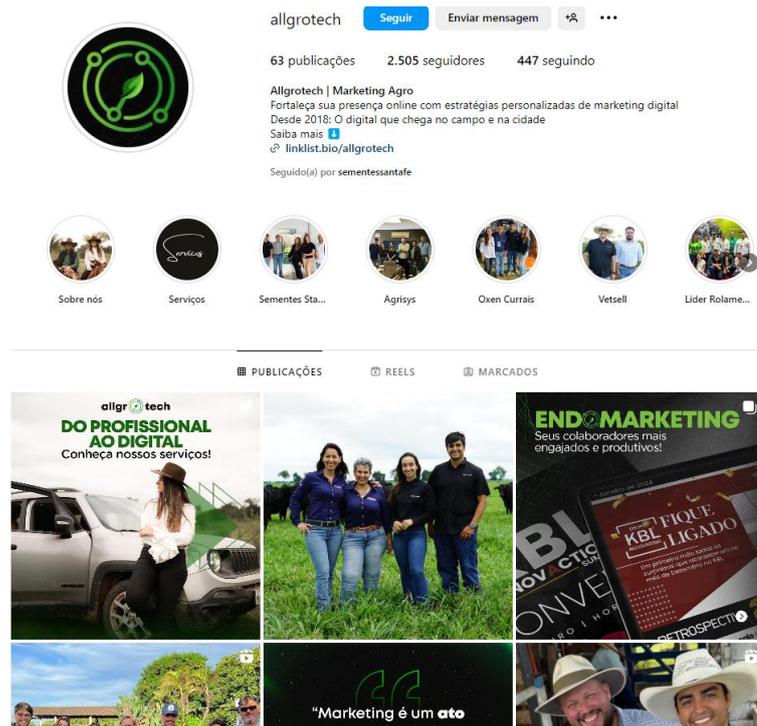
3.2 Allgrotech

A Allgrotech é uma agência que está desde 2018 no mercado, segundo informações contidas na sua própria biografia do Instagram¹⁴. A agência adotou um posicionamento que transmite autoridade como empresa de marketing digital voltada para o agro. A agência também possui a mesma lista de serviços prestados pela Semente Criativa e atendem a mesma faixa de clientes, fazendo dela uma concorrente de mercado. Na agência, são ofertados os seguintes serviços: gestão estratégica de redes sociais, redação, design, captação de conteúdo audiovisual, gestão de tráfego pago.

Atualmente a agência conta com uma carteira com clientes como: Sementes Santa Fé, Agrisys Agrícola e Oxen Currais. A Allgrotech é uma concorrente direta do segmento e tem a vantagem de já estar estabelecida no mercado atual e com sua experiência adquirida ao longo dos anos de mercado. Em suas redes sociais, é possível observar uma movimentação semanal com stories majoritariamente institucionais e algumas tentativas de criação de conteúdo no feed. A agência conta com seguidores, que interagem em suas publicações e possui um número alto de engajamento em suas publicações. A agência ainda conta com uma página no Spotify, com alguns podcasts sobre os assuntos relacionados ao setor. A empresa conta com um Google meu negócio incompleto, com pouca ou nenhuma informação e sem avaliações de clientes para validar seus serviços. A sede fica em Goiânia (Rua P-5, 43 - St. Dos Funcionários).

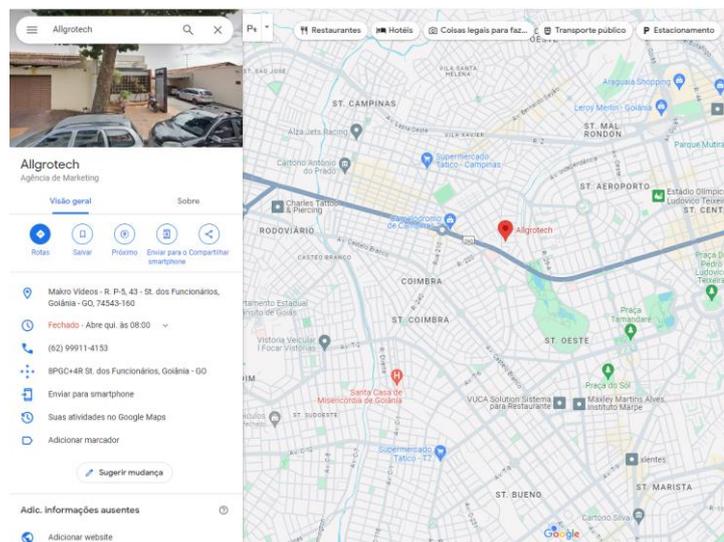
Figura 2: Instagram

¹⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/allgrotech/>. Acesso em: 06 de mar. 2024.



Fonte: Página do Instagram Allgrotech¹⁵

Figura 3: Google Maps

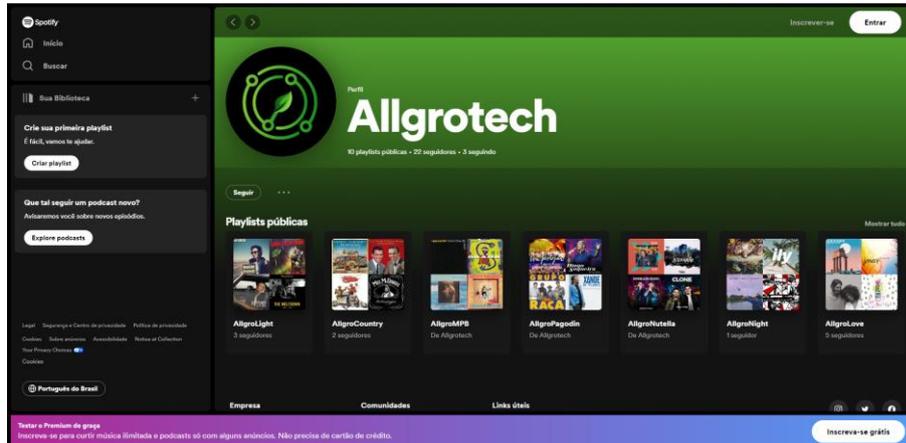


Fonte: Página da Allgrotech no Google Maps¹⁶

Figura 4: Spotify

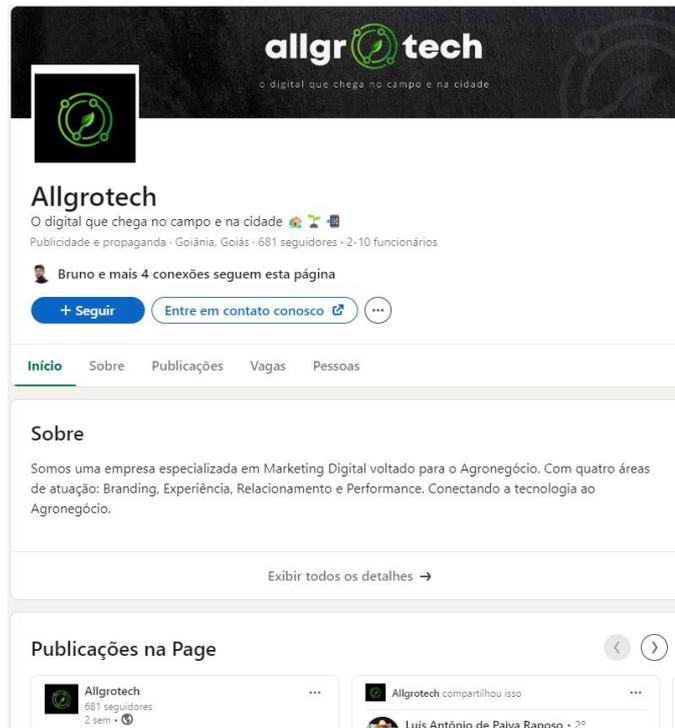
¹⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/allgrotech/>. Acesso em: 06 de mar. 2024.

¹⁶ Disponível em: <https://www.google.com/maps/place/Allgrotech/@-16.6747134,-49.2805246,17z/data=!3m1!4m6!3m5!1s0x935ef39cb3a00071:0xb9cbb141afc3a927!8m2!3d-16.6747186!4d-49.2779497!16s%2Fg%2F11shkj30j3?authuser=0&entry=ttu>. Acesso em: 06 de mar. 2024.



Fonte: Página da Allgrotech no Spotify¹⁷

Figura 5: LinkedIn



Fonte: Página da Allgrotech no LinkedIn¹⁸

3.3 Inusitada Agro Comunicação

¹⁷ Disponível em:

<https://open.spotify.com/user/luisraposozoot?si=oDvXkQGUTimSa8icC03oGw&nd=1&dlsi=71e00a5ff6c24a82/>. Acesso em: 06 de mar. 2024.

¹⁸ Disponível em: <https://www.linkedin.com/company/allgrotech/>. Acesso em: 06 de mar. 2024.

A Inusitada Agro Comunicação é uma agência que tem 8 anos de mercado de acordo com informações da aba 'Sobre' do seu perfil no LinkedIn¹⁹, e uma boa consolidação diante dos médios e grandes clientes que a empresa atende. Contam com uma gama de serviços voltados para Branding, Digital e Mídia, como: estratégias criativas, redes sociais, ativação de marcas, feiras, eventos e sites, de acordo com a lista de serviços prestados disponíveis no seu perfil do Instagram e Site.

Atendem uma carteira de clientes de médio porte, como: Foco Agronegócios, Agreg Sementes, Plantae Gestão Agrícola, Pecforte Nutrição Animal, Primavera John Deere, Meta Consultoria Agrícola, Inovagro, Agro Galaxy, CampoBom Insumos Agrícolas, Sindicato Rural de Jataí, VMG Bioenergia.

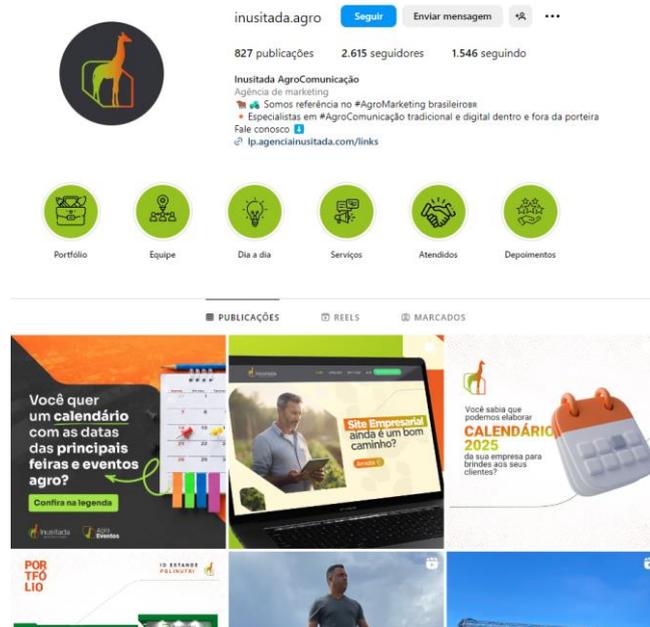
Atualmente em suas redes sociais (Instagram, LinkedIn, Facebook, Youtube e X) a agência se encontra com uma baixa frequência de postagens no feed e stories, mas com publicações em formato institucional, voltado para venda e promoção de serviços. A Inusitada Agro Comunicação conta com uma carteira boa de clientes, mas com uma baixa visibilidade nas pesquisas e no uso de suas redes sociais (Instagram, LinkedIn, Facebook, Youtube e X), deixando sua atuação na internet bem vazia e sem informações claras de contato, porém, o seu site é bem trabalhado e possui uma linguagem bem persuasiva.

A empresa também produz alguns e-books com temas como: Marketing para Agroeventos; Calendário de Datas Comemorativas do Agro; Marketing e Vendas no Agro; Guia de Boas Práticas nas Redes Sociais²⁰; e disponibiliza para públicos com interesse, e conseqüentemente podem se tornar futuros parceiros ou clientes. A agência também possui conta no Youtube, LinkedIn e Facebook, todas com atividade, porém, na mesma frequência que o Instagram. No Google Maps a empresa apresenta todas as informações de contato e dispõe de uma boa avaliação, sendo sua sede localizada em Jataí (Rua A-1, 406 - St. Epaminondas I).

Figura 6: Instagram

¹⁹ Disponível em: <https://www.linkedin.com/company/allgrotech/> . Acesso em: 06 de mar. 2024.

²⁰ Disponível em: <https://lp.agenciainusitada.com/links>. Acesso em 13 de mar. 2024.



Fonte: Página da Inusitada Agro no Instagram²¹

Figura 7: LinkedIn



Fonte: Página da Inusitada no LinkedIn²²

Figura 8: Site

²¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/inusitada.agro/>. Acesso em: 06 de mar. 2024.

²² Disponível em: <https://www.linkedin.com/company/agenciainusitada/>. Acesso em: 06 de mar. 2024.



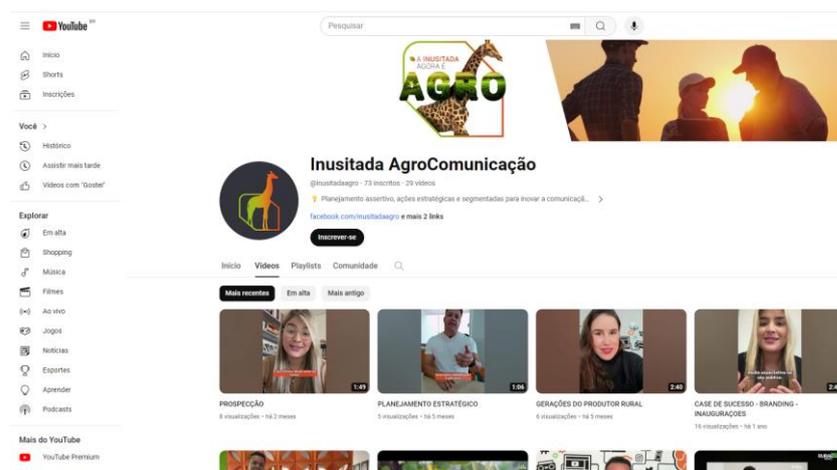
Fonte: Inusitada na Web²³

Figura 9: Facebook



Fonte: Inusitada no Facebook²⁴

Figura 10: Youtube



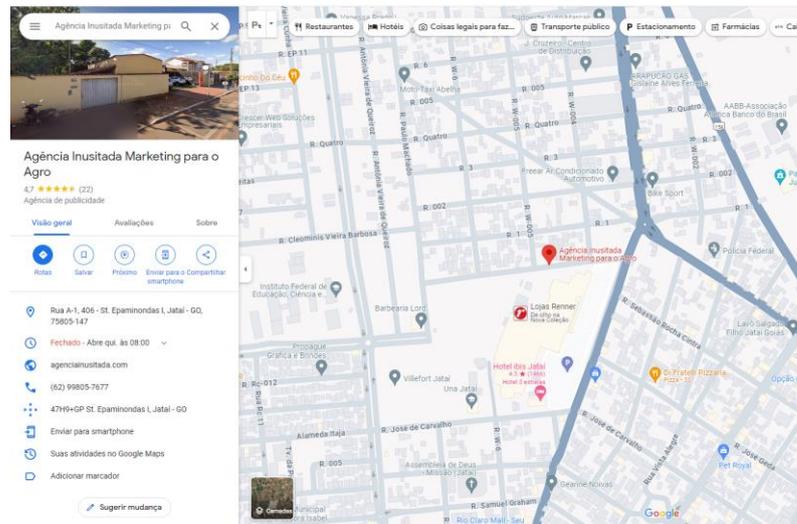
Fonte: Página da Inusitada no Youtube²⁵

²³ Disponível em: <https://agenciainusitada.com/>. Acesso em: 06 de mar. 2024.

²⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/agenciainusitada>. Acesso em: 06 de mar. 2024.

²⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/@inusitadaagro/videos>. Acesso em: 06 de mar. 2024.

Figura 11: Google Maps



Fonte: Página da Inusitada no Google Maps²⁶

A Âmbra Marketing e Eventos Agro, no mercado desde 2022, tem enfrentado dificuldades para construir uma audiência sólida, isso é perceptível ao analisarmos o seu perfil no Instagram, com uma baixa frequência de publicações e interações em seu conteúdo, o que oferece uma oportunidade para a Semente Criativa aplicar estratégias de marketing digital. Enquanto isso a Allgrotech, no mercado desde 2018 e vista como uma autoridade no setor, apresenta uma discrepância notável em sua presença online relativamente baixa, marcando outra área onde a Semente Criativa pode buscar superação, especialmente no engajamento digital e interação com a comunidade.

Por outro lado, a Inusitada Agro Comunicação, com 8 anos de experiência e ampla atuação em diversos canais de comunicação, atende importantes empresas do setor, destacando-se como o principal concorrente da Semente Criativa, estabelecendo padrões de sucesso com uma estratégia de marketing integrada eficaz e uma sólida base de clientes.

Frente a esses competidores, a Semente Criativa pode se destacar enfatizando a inovação e a personalização de seus serviços. Uma estratégia de conteúdo e SEO eficaz pode não apenas construir a autoridade online da marca, mas também melhorar significativamente o engajamento nas suas redes sociais, Instagram, LinkedIn,

²⁶ Disponível em: https://www.google.com/maps/place/Ag%C3%AAncia+Inusitada+Marketing+para+o+Agro/@-17.8712196,-51.7307463,17z/data=!4m7!3m6!1s0x93626c42e2c27a4d:0x29b686694cc3b9b0!4b1!8m2!3d-17.8711324!4d-51.7307276!16s%2Fg%2F11c5s6n_mg?authuser=0&entry=ttu. Acesso em: 06 de mar. 2024.

Facebook, Youtube, X, e outras plataformas de conteúdo. Campanhas de marketing direcionadas, focadas em audiências específicas negligenciadas pela concorrência podem oferecer um caminho rápido para o crescimento. Além disso, uma análise de mercado contínua permitirá à Semente Criativa ajustar suas estratégias de forma ágil, mantendo-se sempre um passo à frente.

Em conclusão, a Semente Criativa está bem posicionada para se tornar uma líder inovadora no setor de comunicação para o agronegócio. Aproveitando as lacunas deixadas pela concorrência, onde existe uma discrepância na presença digital relativamente baixa, e se valendo de uma abordagem multicanal e de serviços diversificados há um potencial considerável para rápido crescimento. O sucesso dependerá da habilidade da agência em implementar eficazmente suas estratégias planejadas e de se adaptar às dinâmicas de mercado, garantindo assim sua posição como uma força disruptiva no setor.

3.4 Público-Alvo

O conceito de público-alvo representa a base fundamental de qualquer estratégia eficaz de marketing, sendo crucial tanto para a segmentação do mercado quanto para o direcionamento apropriado de recursos financeiros em campanhas e iniciativas empresariais. É por meio da identificação precisa do público-alvo que as empresas conseguem alocar seus investimentos de maneira mais eficiente dentro do ambiente competitivo em que operam. Uma autoridade renomada no campo do marketing, Philip Kotler (2010, p.16), em Fundamentos do Marketing 3.0, define público-alvo como: “[...] possíveis compradores dos produtos da empresa, usuários atuais, pessoas que decidem ou influenciam; grupos, públicos específicos ou o público geral. O público-alvo exerce uma influência fundamental nas decisões do comunicador sobre o que, como, quando, onde e para quem dizer.”

A Semente Criativa define seu público-alvo focando em diversos segmentos dentro do setor agrícola, visando empresários, gestores e profissionais de decisão que procuram elevar sua presença de mercado e otimizar o posicionamento de suas marcas com abordagens inovadoras em marketing e comunicação. Os públicos incluem proprietários de fazendas, cooperativas agrícolas, fornecedores de insumos como sementes, fertilizantes e pesticidas, empresas de maquinário e tecnologia voltadas ao agronegócio, além de instituições de ensino e pesquisa ligadas ao setor.

Amplia-se também para agências de apoio ao agronegócio. A persona detalhada a seguir oferece uma compreensão mais específica e aprofundada desses públicos-alvo.

3.5 Persona

João Silva, 42 anos, representa o público-alvo ideal para a Semente Criativa. É proprietário e gestor de uma empresa agrícola de porte médio no interior de Goiás, dedicada principalmente à produção de soja, milho e gado, com uma nova aposta na produção de algodão de alta qualidade. Formado em Agronomia e com especialização em Gestão Agroindustrial, João é apaixonado por inovação e tecnologia aplicadas ao campo, além de ser um defensor das práticas sustentáveis e responsáveis na agricultura.

Os principais interesses de João giram em torno da expansão de mercado para seus produtos, tanto nacionalmente quanto para exportação, e ele está sempre em busca de novas formas de utilizar o marketing digital para destacar sua empresa. João enfrenta desafios como aumentar a visibilidade da sua marca, comunicar efetivamente a qualidade e sustentabilidade dos seus produtos, adaptar-se às inovações tecnológicas e práticas sustentáveis sem comprometer a produtividade e se diferenciar em um mercado altamente competitivo.

Os objetivos de João incluem posicionar sua empresa como referência em produção sustentável de alta qualidade no setor agro, expandir o alcance de mercado dos seus produtos com foco em exportação, melhorar as estratégias de marketing digital para atrair novos negócios e implementar inovações que aumentem a produtividade e a sustentabilidade. João é um consumidor assíduo de conteúdo especializado em agronegócio e tecnologia, mantendo-se ativo em redes sociais como LinkedIn e Instagram para novidades do setor e networking, além de participar de webinars e eventos online sobre tendências do agronegócio.

Para atender às necessidades de João, a Semente Criativa pode desenvolver soluções de comunicação que alinhem a visão de sua empresa com as últimas tendências em sustentabilidade e inovação, ajudando a ampliar a visibilidade de seus produtos nos mercados desejados através de estratégias de marketing digital focadas. Criando uma narrativa de marca que ressalte os compromissos com qualidade e responsabilidade ambiental de sua empresa e utilizando canais digitais para alcançar

audiências chave no Brasil e no exterior. A Semente Criativa tem a oportunidade de posicionar a empresa de João como líder em práticas agrícolas e pecuárias inovadoras e sustentáveis.

3.6 Criação da Marca

A concepção de uma marca frequentemente é simplificada à escolha de um nome, logotipo e slogan. No entanto, essa visão subestima a complexidade do processo, que envolve o desenvolvimento de diversos elementos que enriquecem e definem os objetivos da marca. Portanto, criar uma marca é um procedimento muito mais abrangente, que atribui identidade, voz e propósito à mesma.

A designer Alina Wheeler (2008, p.12) compreende que "marca é a promessa, a grande ideia e as expectativas que residem na mente de cada consumidor a respeito de um produto, de um serviço ou de uma empresa. [...] A marca é como a escrita manual. Ela representa alguma coisa". Ainda sobre a mesma linha de pensamento, Wheeler declarou que:

A marca entrou no dicionário de todos. O termo é como um camaleão: o significado pode mudar de acordo com o contexto. [...] A marca tornou-se um sinônimo do nome de uma empresa e da sua reputação. As marcas estão gravadas em nossa vida diária, como em 'vamos xerocar isto ou 'essa máquina não é uma Brastemp. A obra de Andy Warhol e Heidi Cody lembra-nos da força sempre presente das marcas como símbolos culturais. Mesmo aqueles que não sabem com clareza o que é uma marca desejam uma (WHEELER, 2008, p. 12).

Em certas definições, adota-se uma perspectiva mais abrangente e subjetiva, considerando a marca como um componente de um sistema mais intrincado que cria valor tanto para consumidores quanto para empresas. Assim, Joan Costa (2011, p.99) fala sobre as marcas como "sistemas complexos, dotados de elementos interdependentes, que precisam ser gerenciados e coordenados com eficiência, numa gestão que deve combinar e controlar os elementos reais e simbólicos da marca, assim como os seus suportes e meios que servem para difundir o seu discurso".

Assim, depois de criar a marca, começa o desenvolvimento de uma identidade visual, fundamentada em conceitos que formam a personalidade da marca e definem sua expressão perante o público. O designer Gilberto Strunck (2001, p.57) define identidade visual como o "conjunto de elementos gráficos que vão formar a personalidade visual de um nome, ideia, produto ou serviço." Segundo o autor, esses

elementos devem informar substancialmente, à primeira vista, estabelecendo um nível ideal de comunicação com quem os vê.

Dessa forma, fica evidente a necessidade de construir marcas com clareza de propósito e razão, mantendo alinhamento com a missão, visão e valores do negócio. Nesse contexto, a Semente Criativa surge como um projeto planejado para refletir seus ideais em sua marca.

3.7 Assinatura da Semente Criativa

A *tagline* "Comunicação para o Agro" é uma escolha estratégica que destaca claramente o foco da Semente Criativa no agronegócio. Ela é simples e direta, facilitando a memorização e o reconhecimento da marca, além de reforçar a imagem da agência como especialista no campo do agronegócio. Ao atrair clientes que buscam expertise específica, a *tagline* aumenta a relevância e a percepção de valor da agência. Alinhada aos valores de praticidade e eficiência do setor, "Comunicação para o Agro" diferencia a Semente Criativa de agências genéricas e apoia a construção de uma identidade de marca forte e coesa. Ela permite flexibilidade para expandir o portfólio de serviços e responde diretamente às demandas do mercado, sinalizando que a agência está preparada para ajudar o setor a comunicar suas iniciativas e alcançar seus objetivos.

3.8 Manual de Marca da Semente Criativa

Este documento garante a consistência e a integridade da nossa marca em todas as comunicações. Ele fornece diretrizes claras para a aplicação correta dos elementos visuais, assegurando uma identidade visual coerente e um reconhecimento imediato da marca. O manual inclui nossa visão, missão e valores, além de orientações sobre o uso do logotipo, tipografia, paleta de cores, elementos gráficos e aplicações em materiais impressos e digitais. Seu uso adequado é essencial para manter a imagem profissional da Semente Criativa, refletindo nosso compromisso com a excelência no agronegócio.

Visualize aqui abaixo através do QR Code o Manual de identidade, ou consulte também no apêndice deste trabalho o Manual de Identidade completo.

Figura 12: QR Code Manual de Identidade



Fonte: Autoria própria

4. PLANO DE COMUNICAÇÃO

4.1 Objetivo e Meta

Para elaborar um plano de comunicação é fundamental iniciar pela definição de objetivos e metas. Essa fase visa estabelecer alvos tanto qualitativos quanto quantitativos.

Os objetivos, segundo Chiavenato e Sapiro (2003, p. 71), “são traçados tendo em vista uma situação desejada, ou seja, um escopo que a organização almeja e pretende alcançar para o seu futuro”. Já a meta, de acordo com Kuzaqui (2016, p.21), “refere-se à informação de âmbito quantitativo. Por isso, elas compreendem, geralmente, períodos de um ano fiscal, em que a instituição estará mais próxima de seus objetivos a cada meta superada”.

O principal objetivo deste plano de ação é tornar a Semente Criativa conhecida como uma agência altamente especializada em comunicação para o agronegócio, com foco específico no estado de Goiás. Estamos comprometidos em realizar no prazo de seis meses, entre julho de 2024 a dezembro de 2024, utilizando abordagens multifacetadas, incluindo relações públicas, publicidade e canais digitais. Nosso objetivo é garantir que a Semente Criativa seja reconhecida como uma parceira de comunicação confiável, com foco em resultados.

4.2 Público-Alvo

Antes de determinar quais estratégias e táticas de comunicação serão empregadas, a Semente Criativa prioriza a definição do público-alvo da campanha. Este público-alvo consiste em um grupo específico de consumidores que compartilham características similares. São potenciais perfis de clientes para os serviços oferecidos. Quanto mais abrangentes e precisos forem os dados coletados, mais eficaz será a identificação do público-alvo, proporcionando uma compreensão mais profunda daqueles que se adequam à campanha. Segundo Kotler:

O processo deve começar tendo-se em mente um público-alvo bem definido: possíveis compradores dos produtos da empresa, usuários atuais, pessoas que decidem ou influenciam; indivíduos, grupos, públicos específicos ou o público em geral. O público-alvo exerce uma influência fundamental nas decisões do comunicador sobre o que, como, quando, onde e para quem dizer. (Kotler 2000 p. 572)

A Semente Criativa já possui um público-alvo definido, concentrando seus esforços de campanha nesse segmento. Priorizamos trabalhar com clientes que mantenham relações B2B (Business to Business), limitando nossa segmentação a negócios localizados exclusivamente no estado de Goiás. Nosso público-alvo inclui:

- Profissionais e escritórios de agronegócio;
- Estabelecimentos de agropecuária de pequeno e médio porte;
- Lojas de maquinário agrícola, pecuário dentre outras com foco em pequenas e médias empresas;
- Empresas e produtoras de animais e commodities de pequeno e médio porte.

4.3 Estratégia de Divulgação

4.3.1 Publicidade

A estratégia de publicidade tem como objetivo posicionar a Semente Criativa como uma referência no mercado do agronegócio goiano. Pretende-se realizar a divulgação da agência em canais de comunicação físicos e digitais. Assim, são propostas as seguintes ações:

- Campanha de apresentação dos serviços da Semente Criativa e dos benefícios de uma comunicação eficaz no agronegócio, para veiculação em canais digitais e eventos do setor.
- Parcerias com influenciadores do setor do agronegócio para publicização da Semente Criativa, alcançando novos públicos.
- Publicidade e participação com stands em feiras e eventos do setor do agronegócio.

4.3.2 Estratégia Digital

A Semente Criativa vai contar com presença no meio digital por meio da abertura de canais e da produção de conteúdo de interesse do público-alvo, de forma a promover a interação com a marca, gerar visibilidade para a agência e divulgar seu posicionamento de especialista em comunicação para o setor do agronegócio. As ações a serem desenvolvidas:

- Criação de site institucional, otimizado para SEO sobre os serviços, e formas de atuação da Semente Criativa no agronegócio.
- Criação de perfil no Instagram, Facebook, LinkedIn, Tiktok, Youtube e Google Meu Negócio para compartilhamento de conteúdo informativo, casos de sucesso, dicas e notícias relevantes para o público-alvo.
- Realização de webinars onde especialistas da Semente Criativa compartilharão insights sobre as tendências e melhores práticas de comunicação no agronegócio.
- Envio de newsletters periódicas, com atualizações do mercado e novidades da agência para os clientes do agronegócio.
- Desenvolvimento de campanhas segmentadas de anúncios online em plataformas como Google Ads e redes sociais, utilizando palavras-chave de interesses específicos do público agrícola.

4.4 Detalhamento Tático das Ações

O detalhamento tático para ações é uma abordagem estratégica fundamental para a gestão eficaz de projetos e iniciativas. De acordo com Sant'Anna (1998, p. 206), “a descrição tática está relacionada com os detalhes utilizados para se alcançar um alvo”.

Para traçar de modo eficiente o planejamento tático é preciso escolher uma metodologia realmente eficaz. Uma metodologia que pode fazer a diferença na hora de implantar o planejamento estratégico. Para a Semente Criativa, optamos por utilizar a metodologia 5W2H.

Segundo o portal Sebrae²⁷, “a ferramenta 5W2H transforma em ações práticas toda a análise e a formulação de estratégias idealizadas para o plano de ação. O 5W2H é, portanto, um checklist que indica as atividades, os prazos e as responsabilidades de todos os envolvidos em um projeto”. O método é composto por sete perguntas-chave, cujas respostas fornecem diretrizes precisas para a implementação de uma estratégia ou plano. As cinco perguntas "W" se referem a "o que" (*what*), "quem" (*who*), "quando" (*when*), "onde" (*where*) e "por que" (*why*),

²⁷ Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/5w2h-o-que-e-para-que-serve-e-por-que-usar-na-sua-empresa> Consulta em 18/04/2024.

enquanto as duas perguntas "H" se concentram em "como" (*how*) e "quanto" (*how much*).

Ao aplicarmos o método 5W2H ao detalhamento tático para ações, é possível definir claramente os objetivos da ação, identificar as partes responsáveis pela sua execução, estabelecer um cronograma preciso para as atividades, determinar os locais onde serão realizadas as ações, compreender as razões por trás da iniciativa e desenvolver estratégias eficazes para a sua implementação. Além disso, o método também permite avaliar os recursos necessários e os custos envolvidos na realização das atividades.

Nas ações específicas do detalhamento tático optamos por apresentar as informações referentes aos custos, "*How Much* (Quanto Custa)", em tabela à parte.

4.4.1 5W2H aplicado à estratégia de publicidade

5W	WHAT (O QUE)	Elaboração da campanha
	WHY (POR QUE)	Para aumentar a visibilidade da marca e seu posicionamento.
	WHERE (ONDE)	Veiculação em canais digitais e eventos físicos.
	WHO (QUEM)	Time Campo Estratégico e Semente Criativa
	WHEN (QUANDO)	Início veiculação: 15 de agosto de 2024.
2H	HOW (COMO)	Criação de peças gráficas, audiovisuais e brindes.

5W	WHAT (O QUE)	Divulgação com 3 influenciadores
	WHY (POR QUE)	Gerar reconhecimento para a Semente Criativa e promover o seu diferencial de agência especializada no agronegócio.
	WHERE (ONDE)	Perfis oficiais dos influenciadores selecionados.
	WHO (QUEM)	Influenciadores do setor do agronegócio. @julianokeys – Locutor de rodeio, radialista da Brahma FM e apresentador de shows e eventos. Com quase 60 mil seguidores e perfil verificado, possui autoridade no setor e tem bastante influência com o público-alvo da Semente Criativa; @amanda.leticia – influenciadora e homenageada pela Câmara Municipal de Goiânia em sessão Mulheres do Agro. Possui 115 mil seguidores e tem seu perfil verificado, com influência e vivência no setor do agro, está presente em diversos shows e eventos. @arthurjunqs – agrônomo, influenciador e compositor da cantora Ana Castela. Conta com 267 mil seguidores e possui seu perfil verificado.
	WHEN (QUANDO)	Agosto/setembro de 2024.
2H	HOW (COMO)	Divulgação em formato de vídeo para os stories, feed e reels, incluindo a presença na agência.

5W	WHAT (O QUE)	Divulgação em feiras e eventos do agronegócio.
	WHY (POR QUE)	Divulgação da Semente Criativa e reforço do posicionamento.
	WHERE (ONDE)	Agritrend. Interleite Brasil e Festa Nacional da Melancia.
	WHO (QUEM)	Time Campo Estratégico e Semente Criativa
	WHEN (QUANDO)	Agrotrend – Encontro Estadual de Mercado Agropecuário, acontece de 01 a 02 de agosto em Goiânia-GO. Interleite Brasil, ocorre de 14 a 15 de agosto no Centro de Convenções de Goiânia. 45° Festa Estadual e 30° Festa Nacional da Melancia, acontece em setembro de 2024 (ainda sem data definida), em Uruana-GO.
2H	HOW (COMO)	Patrocínio como marca que apoia, stand de divulgação, distribuição de material institucional e brindes, realização de palestra etc.

4.4.2 5W2H aplicado à estratégia digital

5W	WHAT (O QUE)	Criação de Site.
	WHY (POR QUE)	Divulgação da agência e captação de lead.
	WHERE (ONDE)	Web.
	WHO (QUEM)	Time Atendimento e Semente Criativa.
	WHEN (QUANDO)	Agosto de 2024
2H	HOW (COMO)	A estrutura deve contar com abas como: Home, Quem Somos, Serviços, Nosso Time, Contato, Formulário de cadastro para receber a newsletter.

5W	WHAT (O QUE)	Criação de perfis nas redes sociais e divulgação de conteúdos informativo, casos de sucesso, dicas e notícias relevantes para o público-alvo.
	WHY (POR QUE)	Divulgação, construção de autoridade e criação de relacionamento.
	WHERE (ONDE)	Instagram, Facebook, LinkedIn, Youtube e TikTok.
	WHO (QUEM)	Time Semente Criativa, Campo Estratégico, Atendimento, Pulverização e Fertilização.
	WHEN (QUANDO)	Permanente, com início em agosto de 2024
2H	HOW (COMO)	Criação das contas em cada rede citada, além de produção e publicação dos conteúdos.

5W	WHAT (O QUE)	Newsletter
	WHY (POR QUE)	Para manter o relacionamento com o público-alvo.
	WHERE (ONDE)	Envio mensal por e-mail a clientes cadastrados no site, pelas redes sociais ou por meio de mailing construído na presença nas feiras.
	WHO (QUEM)	Setor de Pulverização da Semente Criativa.
	WHEN (QUANDO)	Envio mensal, a partir de Agosto de 2024.
2H	HOW (COMO)	Envio de acordo com a base de clientes e leads cadastrados.

5W	WHAT (O QUE)	Anúncios patrocinados
	WHY (POR QUE)	Ampliar os públicos, alcançando novos usuários interessados em marketing e comunicação para o agronegócio, gerando tráfego para o site/redes sociais, com foco no LinkedIn.
	WHERE (ONDE)	Google, Facebook, Instagram, LinkedIn e Youtube.
	WHO (QUEM)	Time Pulverização.
	WHEN (QUANDO)	Início em agosto de 2024.

2H	HOW (COMO)	Campanhas segmentadas para topo, meio e fundo de funil, de acordo com a estratégia de cada campanha.
----	------------	--

5W	WHAT (O QUE)	Webinars sobre conteúdos de marketing para o setor do agronegócio.
	WHY (POR QUE)	Para criar autoridade para marca, propor soluções em marketing agro, além de uma troca de conhecimento entre os espectadores do webinar.
	WHERE (ONDE)	Instagram e Youtube.
	WHO (QUEM)	Especialista em negócios da Semente Criativa e convidados.
	WHEN (QUANDO)	Início em outubro de 2024 e periodicidade mensal, antes do envio da newsletter.
2H	HOW (COMO)	Em formato de seminário, onde um apresentador conduz o assunto, por meio das plataformas digitais.

4.5 Mapa de Integração

Para uma melhor visualização e compreensão das ações propostas para a Semente Criativa, a fim de realizar o seu objetivo, abaixo detalhamos visualmente o esquema de integração de todas as ações em prol de um único objetivo – “tornar a Semente Criativa uma agência reconhecida em comunicação para o agronegócio”.

Figura 13: Integração das ações



Fonte: Autoria própria

5. PLANO DE MÍDIA

O propósito da mídia é orientar, definindo os objetivos e os melhores locais de veiculação para uma campanha já planejada. A Semente Criativa busca se destacar como uma agência digital de renome em Goiás e para sua campanha, cujas ações principais estão no ambiente digital, foram elaboradas estratégias que visam alcançar cerca de 96.000 impressões, o que corresponde a 40% das 240.000 impressões que as plataformas do Meta projetam para o público-alvo pretendido pela semente Criativa em Goiás. A campanha terá duração de seis meses, com as ações sendo realizadas de julho a dezembro de 2014.

5.1 Estratégia de Publicidade

Divulgação em feiras e eventos: A estratégia de publicidade tem como objetivo fortalecer a presença da Semente Criativa no mercado do agronegócio, aumentar o reconhecimento da marca e gerar leads qualificados durante eventos e feiras do setor. A Semente Criativa participará de eventos e feiras relevantes no agronegócio, como: Agrotrend – Econtro Estadual de Mercado Agropecuário, dias 01 e 02 de agosto em Goiânia-GO; Interleite Brasil, dias 14 e 15 de agosto no Centro de Convenções de Goiânia e 45° Festa Estadual e 30° Festa Nacional da Melancia, em setembro de 2024 (ainda sem data definida), em Uruana-GO, onde a presença da agência terá maior impacto e alcance junto ao público-alvo.

Estratégia Digital

- **Criação de Site:** O lançamento do site está programado para agosto de 2024, marcando o início da campanha de lançamento da agência, onde o público poderá acessar informações sobre os serviços oferecidos, e os contatos da empresa. Este canal será desenvolvido internamente pela própria agência, eliminando assim os custos com terceiros.
- **Redes Sociais:**
 1. Instagram: Será viabilizada a interação com o público por meio de estratégias de conteúdo e impulsionamento, oferecendo atividades como a publicação de vídeos institucionais, fotos de trabalhos

realizados, transmissões ao vivo, Reels, filtros e conteúdos mais. Serão realizadas três postagens por semana, totalizando 12 publicações mensais, enquanto as postagens patrocinadas serão feitas mensalmente ao longo de seis meses.

2. Facebook: A página de fãs proporcionará mais espaço para incluir informações importantes, como contatos, links e localização, além de manter a mesma frequência de atividades do Instagram. Isso será crucial, pois permitirá a execução de campanhas e a divulgação de conteúdo em ambas as plataformas. Ao vincular a Página ao Instagram, será possível patrocinar em ambos os canais, impulsionando a visibilidade da Semente Criativa.
 3. YouTube: O foco será em publicações de vídeos institucionais e futuras campanhas da Semente Criativa, além de servir como um potencial canal para projetos audiovisuais subsequentes. O canal manterá uma frequência de um vídeo por mês, podendo aumentar conforme novos projetos conduzidos pela agência.
 4. LinkedIn: Trata-se de uma plataforma de mídia social voltada para objetivos profissionais e empresariais, o que se alinha com o público-alvo da Semente Criativa, que tem uma abordagem B2B. Nesse sentido, é essencial criar uma página empresarial para compartilhar artigos e conteúdos relevantes e direcionados ao público-alvo. Com isso, há uma grande oportunidade para a agência se destacar ao postar conteúdo relacionado à sua área de atuação e, assim, atrair a atenção desejada na plataforma. Foi estabelecido um cronograma de três postagens mensais.
- Newsletter: Esta será uma ferramenta essencial para a Semente Criativa se posicionar como autoridade e referência em comunicação para o agronegócio, com envios mensalmente para sua base de clientes, prospects e stakeholders no setor do agronegócio. O principal objetivo é fornecer conteúdo relevante, atualizações sobre os serviços da agência, notícias do setor e dicas úteis para os interessados, fortalecendo assim o relacionamento com o público-alvo e aumentando o reconhecimento da marca. A newsletter será enviada mensalmente para garantir consistência e relevância. Quanto ao formato, será elaborada de forma atrativa e visualmente atraente, com uso de imagens,

gráficos e design responsivo para garantir uma boa experiência de leitura em diferentes dispositivos.

- Anúncios ADS: O Google é uma das principais ferramentas para buscar serviços atualmente. Portanto, a colocação de anúncios patrocinados na primeira página de resultados do Google é uma maneira eficaz de atrair clientes em potencial que estão procurando pelos serviços oferecidos pela Semente Criativa. Os anúncios direcionarão os usuários para o site da empresa, onde poderão obter mais informações e solicitar uma reunião ou um orçamento. Os anúncios patrocinados serão exibidos em palavras-chave como "agência de marketing agro" e "agro marketing".
- Webinars: Será uma ferramenta chave para posicionar a Semente Criativa como uma autoridade no campo da comunicação e marketing para o agronegócio. O objetivo principal é fornecer conhecimento especializado e insights relevantes para o público-alvo, estabelecendo a agência como uma referência no setor e gerando leads qualificados. Os webinars serão realizados ao vivo e terão uma duração média de 60 minutos, incluindo apresentação, palestra e sessão de perguntas e respostas. Os participantes terão a oportunidade de interagir com os palestrantes e compartilhar suas próprias experiências e dúvidas. Os webinars serão promovidos por meio de diferentes canais, incluindo redes sociais, e-mail marketing, blog da empresa, influenciadores do setor e anúncios pagos. Além disso, a Semente Criativa utilizará seu banco de dados de contatos e redes de relacionamento para alcançar um público relevante. Durante os webinars, os participantes serão incentivados a se inscreverem na lista de e-mails da Semente Criativa para receberem conteúdo adicional e atualizações sobre futuros eventos. Essa estratégia permitirá a captação de leads qualificados para alimentar o funil de vendas da agência.

5.3 Cronograma da Campanha

O Cronograma da Campanha abaixo é dedicado a organização e alinhamento das atividades que irão ser realizadas no período de 6 meses, com projeção de julho a dezembro de 2024, conforme definido na meta da campanha. A mesma terá suas

ações em meses específicos, e demarcados em mídias e formatos para uma maior clareza da equipe que irá executar e trabalhar o objetivo da campanha.

Tabela 1: Cronograma da Campanha referente ao período de 01/07/2024 a 31/12/2024

Ação	Mídia	Formato	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Veiculação de peças para Feed e Stories	Instagram Facebook e LinkedIn.	Feed, Reels e Vídeo	X	X	X	X	X	X
Criação do site	Google	Website	X	X	X	X	X	X
Veiculação dos Vídeos	Youtube, Instagram e LinkedIn	1920x1080 Full HD e 4K	X	X		X	X	X
Envio da Newsletter	Newsletter	E-Mail Marketing	X	X	X	X	X	X
Agrotrend	Banners e stand	Evento		X				
Interleite Brasil	Banners e stand	Evento		X				
Festa Nacional da Melancia	Banners e stand	Evento			X			
Webinar	Instagram e Youtube	Live		X	X	X	X	X
Tráfego pago	Instagram Facebook e LinkedIn.	Campanha	X	X	X	X	X	X

Fonte: Autoria própria

5.4 Investimentos

A Semente Criativa será encarregada de criar os layouts da campanha, abrangendo a concepção do site, material impresso, presença nas redes sociais, fotografia e produção audiovisual, sem incorrer em custos adicionais para a agência. Abaixo, na tabela de orçamento, estão especificados os itens que serão terceirizados para produção.

Tabela 2: Previsão de Investimentos

PUBLICIDADE	UNIDADES/ PERÍODO	PREÇO UNITÁRIO	PREÇO TOTAL
Influenciadores	3	R\$8.000,00	R\$24.000,00
Patrocínio Interleite	1	R\$15.000,00	R\$15.000,00
Patrocínio Agrotrend	1	R\$15.000,00	R\$15.000,00
Patrocínio Festa Nacional da Melancia	1	R\$15.000,00	R\$15.000,00
Kit Brindes Personalizados	750	R\$80,00	R\$60.000,00
DIGITAL	UNIDADES/ PERÍODO	PREÇO UNITÁRIO	PREÇO TOTAL
Hospedagem Site e Domínio	1 ano	R\$600,00	R\$600,00
Anúncios patrocinados Facebook e Instagram	6 meses/180 dias	R\$30,00	R\$5.400,00
LinkedIn ADS	6 meses	R\$650,00	R\$3.900,00
Youtube	6 meses	R\$500,00	R\$3.000,00
Plataforma Newsletter	12 meses	R\$825,00	R\$825,00
INVESTIMENTO TOTAL: R\$142.725,00			
Custo médio de aquisição por cliente: R\$1,48.			

Fonte: Autoria própria

5.5 Formas de Avaliação da Campanha

Segundo William Edwards Deming, pai da Gestão da Qualidade, em sua obra, *Qualidade: A revolução da Administração* (1990), “não se gerencia o que não se mede, não se mede o que não se define, não se define o que não se entende, e não há sucesso no que não se gerencia”. Portanto, avaliar o desempenho de uma campanha de comunicação é imprescindível para a gestão do negócio.

Como a campanha tem como objetivo tornar a Semente Criativa reconhecida como uma agência altamente especializada em comunicação para o agronegócio, com foco específico no estado de Goiás, no período de julho a dezembro de 2024, utilizamos a integração de ações de diferentes naturezas, como anúncios nas redes sociais e eventos, por conta disso pode-se utilizar uma variedade de métricas e métodos de avaliação. Seguem os definidos:

1. Engajamento nas redes sociais: Análise de métricas como curtidas, comentários, compartilhamentos e cliques nos anúncios veiculados no Instagram, Facebook, Youtube e LinkedIn.
2. Alcance e impressões: Quantitativo de pessoas que foram alcançadas pelos anúncios no Instagram, Facebook, Youtube e LinkedIn, e quantas vezes esses anúncios foram exibidos (impressões).
3. Taxa de conversão: Acompanhamento de quantas pessoas realizaram uma ação desejada após ver os anúncios, como clicar em um link, preencher um formulário ou fazer uma compra. Essa métrica é essencial para avaliarmos o retorno sobre o investimento da campanha (ROAS).
4. Tráfego no site: Utilizaremos ferramentas de análise da web para monitorar o tráfego direcionado ao site da Semente Criativa.
5. Feedback dos participantes de eventos e webinars: Conduziremos pesquisas de satisfação ou feedback direto dos participantes, fornecendo insights sobre a percepção da marca, a eficácia da mensagem e o impacto da presença nos eventos.
6. Geração de leads: Com o objetivo de gerar leads, acompanharemos as métricas diretas atribuídas à campanha e o número de leads qualificados gerados por meio dos canais de comunicação utilizados.
7. Custo por resultado: Calcularemos o custo médio para alcançar cada resultado desejado (por exemplo, custo por clique, custo por lead), permitindo avaliar a eficiência da campanha.

6. PLANO DE CRIAÇÃO

6.1 Tema da Campanha

A campanha "Conectados dentro e fora do campo" tem como objetivo mostrar a sinergia entre a tecnologia moderna e as práticas agrícolas tradicionais, destacando como a conectividade, seja por meio de tecnologias digitais ou de redes de colaboração, potencializa o trabalho no campo, promovendo uma agricultura mais eficiente, sustentável e lucrativa.

Esse tema é extremamente relevante para o agronegócio atual por várias razões. Primeiro, a inovação tecnológica está transformando a agricultura. Ferramentas como IoT, drones, sensores e softwares de gestão agrícola são essenciais para modernizar as práticas agrícolas e aumentar a produtividade. Segundo, a sustentabilidade é uma prioridade crescente e a integração de práticas sustentáveis é fundamental. Conectar-se dentro e fora do campo inclui adotar tecnologias que permitem o uso mais eficiente dos recursos naturais, contribuindo para a preservação ambiental. Terceiro, a colaboração é vital no agronegócio. A campanha enfatiza a importância das conexões entre agricultores, pesquisadores, fornecedores e clientes para o sucesso do setor.

Para a Semente Criativa, essa campanha oferece inúmeros benefícios. Posiciona a agência como inovadora e alinhada com as necessidades contemporâneas do agronegócio, aumentando seu reconhecimento no mercado. A ideia de conectividade ressoa com os stakeholders do setor e com o público em geral, fomentando maior engajamento nas plataformas digitais e eventos da Semente Criativa. Além disso, destaca a agência como uma parceira estratégica, capaz de integrar tecnologia e comunicação para fortalecer o setor agrícola.

6.2 Ideia Criativa

A execução da ideia criativa inclui a produção de conteúdo digital, como vídeos e newsletter, que mostram casos de sucesso onde a conectividade dentro e fora do campo fez e/ou faz a diferença. Também serão organizados eventos e workshops que reúnam agricultores, tecnólogos e especialistas para discutir e demonstrar as inovações tecnológicas no agronegócio. Nas redes sociais, campanhas interativas

com hashtags como #ConectadosNoCampo promoverão discussões e o compartilhamento de experiências.

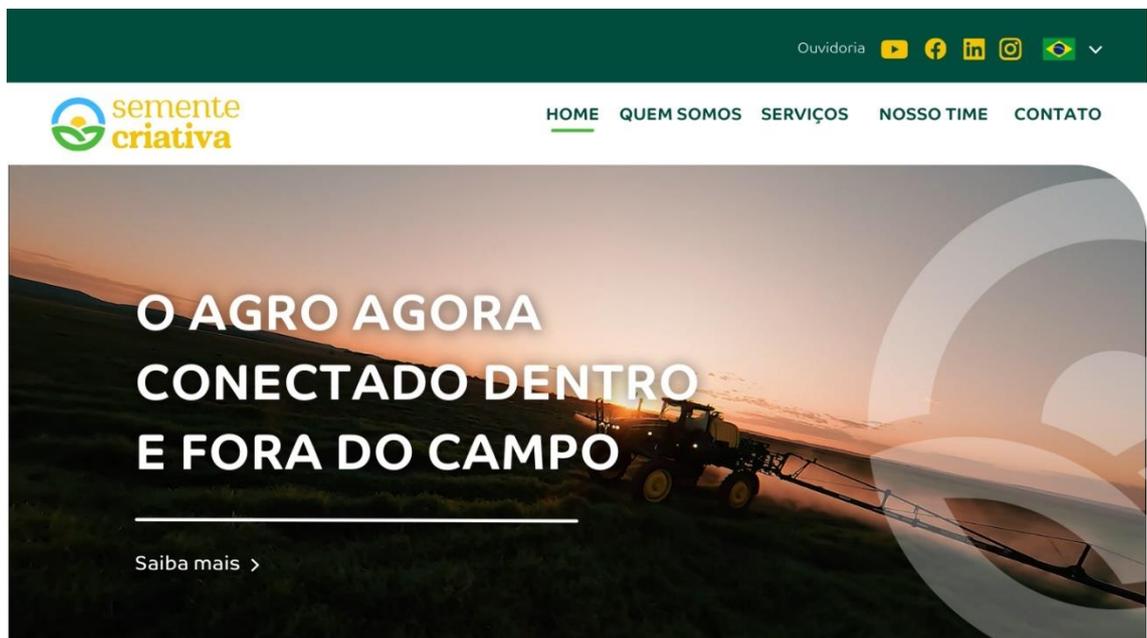
Os resultados esperados com a campanha incluem o aumento da visibilidade da Semente Criativa, mostrando-a como líder em inovação e comunicação no agronegócio; o fortalecimento de relacionamentos, criando novas oportunidades de negócios e parcerias estratégicas; e a educação e sensibilização do público sobre a importância da conectividade e inovação no agronegócio, promovendo práticas sustentáveis e tecnológicas.

6.3 Layout das Peças

As peças que serão utilizadas para este plano de divulgação foram criadas seguindo o tema da campanha – ‘conectado dentro e fora do campo’, todas seguindo o manual de identidade da Semente Criativa. Abaixo, apresentaremos algumas peças e o roteiro para produção do vídeo institucional.

6.3.1 Página inicial do site

Figura 14: Início/capa do site



Fonte: autoria própria

Figura 15: Meio do site – Serviços

NOSSOS SERVIÇOS

Impulsionamos negócios duradouros e sustentáveis

<p>Publicidade</p> <p>Com campanhas criativas e personalizadas, desenvolvemos a melhor solução para impulsionar o seu negócio, tudo isso com expertise para irmos longe!</p> <p>SAIBA MAIS</p>	<p>Marketing Digital</p> <p>Definimos as mais recentes e atualizadas estratégias de Marketing Digital para impulsionar o seu negócio, tudo isso de forma personalizada.</p> <p>SAIBA MAIS</p>	<p>Campanhas</p> <p>Com expertise no setor, criamos campanhas publicitárias de acordo com o seu objetivo e garantimos um trabalho estrategicamente criativo.</p> <p>SAIBA MAIS</p>	<p>Criação de Marcas</p> <p>Através de um profundo estudo de acordo com a necessidade do nosso cliente, desenvolvemos marcas criativas únicas para o agronegócio.</p> <p>SAIBA MAIS</p>

Fonte: autoria própria

Figura 16: Meio/fim do site – Notícias

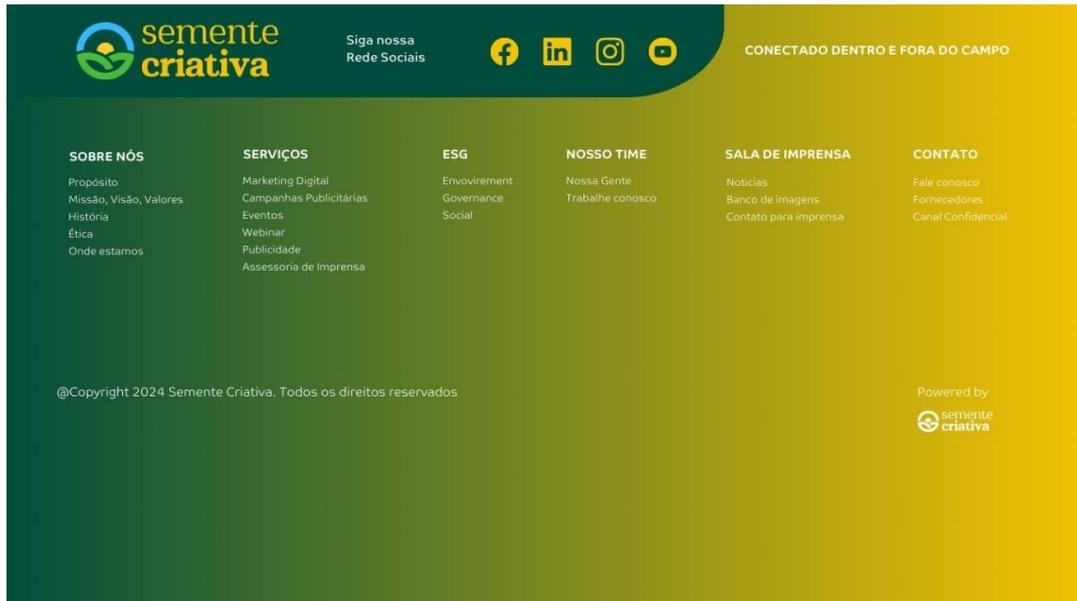


ÚLTIMAS NOTÍCIAS

 <p>EM BREVE...</p> <p>Receita da Agro Ávila cresce 20,5% após finalização da campanha para venda da safra 2...</p> <p>A Agro Ávila abateu 860 mil toneladas de gado da raça angus no 2T23, um aumento de 2,8% comparado ao mesmo trimestre do ano anterior, resultado da campanha dese...</p> <p>VEJA MAIS</p>	 <p>EM BREVE...</p> <p>A maior feira de gado leiteiro terá a participação da Semente Criativa...</p> <p>Programada para acontecer em Setembro de 2024, a maior feira de gado leiteiro terá a participação da primeira agência de comunicação no evento...</p> <p>VEJA MAIS</p>	 <p>EM BREVE...</p> <p>A Semente Criativa planta a primeira semente na maior empresa de fertilizantes de Goi...</p> <p>Com a parceria entre a Semente Criativa e Fertilizantes Aliança, temos um novo desafio pela frente: aumentar o reconhecimento de marca do nosso parceiro...</p> <p>VEJA MAIS</p>
<p>VER TODAS AS NOTÍCIAS</p>		

Fonte: autoria própria

Figura 17: Rodapé do Site



Fonte: autoria própria

6.3.2 Layout da Newsletter

Figura 18: Newsletter

Você merece estar conectado no mundo   [Classe de entrada x](#)



Semente Criativa <news@sementecriativa.com> [Cancelar inscrição](#)
para mim ▾

15:24

E tem as melhores notícias do agro para você!

[Ver online](#) | [Descadastre-se](#)

Adicione news@sementecriativa.com aos seus endereços



Projeção da safra 24/25 é de 20% maior, saiba como ter resultados digitais

Segundo dados da SEAPA, Secretaria de Estado de Abastecimento, Pecuária e Agricultura, o estado de Goiás está projetando uma safra 20% maior somente no primeiro semestre de 2025, isso por conta dos incentivos fiscais para o agronegócio adotados pelo novo governo.

[Saiba mais](#)



O AGRO ABRE OPORTUNIDADES PARA STARTUPS E PEQUENOS NEGÓCIOS

O agronegócio representa 60% do PIB (Produto Interno Bruto) de Goiás, segundo a Faeg (Federação da Agricultura e Pecuária de Goiás). Principal responsável pela economia do Estado, o setor se destaca em termos de oportunidades para pequenos negócios.

[Saiba mais](#)



ooooba,
veja empresas do agro na
Bolsa de valores aqui

[queeeero](#)



DRONES AGRICOLAS: A NOVA ERA DIGITAL CHEGOU!

O Ministério da Agricultura e Pecuária (Mapa) apresentou na Drone Show 2024, em São Paulo, as atualizações das normas brasileiras para o uso de drones na agricultura com a palestra da chefe da Divisão de Aviação Agrícola do Mapa, Uéllen Colatto, na terça (21), no Expo Center Norte. A feira termina na quinta (23), quando um painel vai debater o uso de drones na pulverização e o controle biológico feito com o instrumento.

[Saiba mais](#)



Fale com nosso time
e tenha soluções para o
seu negócio

[Falar conosco](#)



Semente Criativa LTDA - CNPJ: 00.776.574/0006-60 sediada na
Rua Sacadura Cabral, 102, Setor Bueno. CEP 74230-902
Fale com a gente: [4003-4848](tel:4003-4848) (de segunda a sábado, das 8h às 18h, exceto feriados)
www.sementecriativa.com | [clique aqui para entrar em contato](#)

Não deseja mais receber nossos e-mails? [Clique aqui](#) para descadastrar-se.

Fonte: autoria própria

Figura 19: Feed Instagram



Fonte: autoria própria

6.4 Roteiro Institucional

Desenvolvimento: Semente Criativa

Formato: 1920x1080px 1'

Campanha: Institucional

SINOPSE

Para este projeto, nossa proposta é mostrar a sinergia entre a tecnologia moderna no campo, as práticas do setor do agronegócio e a comunicação como ponte para se conectar com o público-alvo do nosso cliente. Ressaltando sempre o seu compromisso com o sucesso do cliente e a criatividade atrelada a comunicação.

Neste projeto, seguiremos com uma locução feminina, com perfil da voz leve, em tom brando e sagaz, com uma trilha sonora que engrandeça a narrativa.

TEXTO CORRIDO:

Na vastidão dos campos, onde cada semente plantada é uma promessa de crescimento, surge uma força que conecta histórias e cultiva sucessos.

A Semente Criativa é uma agência de comunicação especializada no agronegócio, que tem como missão fomentar o crescimento de empresas do setor do agronegócio através de uma comunicação estrategicamente criativa.

Com uma equipe dedicada e apaixonada pelo que faz, unimos a criatividade à expertise no setor para oferecer soluções de comunicação que realmente fazem a diferença.

Com a Semente Criativa, aumentamos a presença da sua empresa no mercado e te conectamos de forma mais eficaz com seus clientes.

De campanhas publicitárias a estratégias de marketing digital, eventos e ações de relacionamento, nosso objetivo é potencializar a visibilidade e o impacto do seu negócio.

Entendemos que cada cliente é único e, por isso, nos dedicamos a conhecer a fundo suas necessidades e desafios, criando soluções personalizadas que realmente funcionam.

Conectados dentro e fora do campo, vamos integrar o mundo agrícola às novas tecnologias e tendências de comunicação, com inovação e resultados concretos.

Na Semente Criativa, acreditamos que a comunicação é a chave para o sucesso no agronegócio. Estamos aqui para ajudar a contar a sua história de maneira autêntica, eficaz e criativa.

Semente Criativa. Conectados dentro e fora do campo, cultivando sucessos.

#ConectadosNoCampo

Vídeo	Áudio
<p>Abre filme em <i>fade-in</i> com cena de agricultor abrindo a janela de casa e o sol raiando, com imagens de agricultores trabalhando, máquinas agrícolas em movimento, plantações saudáveis e permanece assim.</p> <p>LETTERING:</p>	<p>Loc.:</p> <p>Na vastidão dos campos, onde cada semente plantada é uma promessa de crescimento, surge uma força que conecta histórias e cultiva sucessos.</p>
<p>Equipe da Semente Criativa em reuniões, brainstorms, desenvolvendo campanhas no escritório, visitas em lojas e instituições de ensino.</p> <p>LETTERING:</p> <p>Comunicação</p> <p>Agronegócio</p> <p>Crescimento</p> <p>Estrategicamente Criativa</p>	<p>Loc.:</p> <p>A Semente Criativa é uma agência de comunicação especializada no agronegócio, que tem como missão fomentar o crescimento de empresas do setor do agronegócio através de uma comunicação estrategicamente criativa.</p>

<p>Clientes satisfeitos em suas propriedades, lojas, instituições, interagindo com a equipe da Semente Criativa</p> <p>LETTERING:</p> <p>Criatividade</p>	<p>Loc.:</p> <p>Com uma equipe dedicada e apaixonada pelo que faz, unimos a criatividade à expertise no setor para oferecer soluções de comunicação que realmente fazem a diferença.</p>
<p>Exibição de campanhas de sucesso: anúncios, redes sociais, e participação em eventos.</p> <p>LETTERING:</p>	<p>Loc.:</p> <p>Com a Semente Criativa, aumentamos a presença da sua empresa no mercado e conectamos de forma mais eficaz com nossos clientes.</p>
<p>Equipe da Semente Criativa em campo, visitando propriedades, lojas, instituições, conhecendo as realidades dos clientes.</p> <p>LETTERING:</p> <p>Campanhas Publicitárias</p> <p>Marketing Digital</p> <p>Eventos</p>	<p>Loc.:</p> <p>De campanhas publicitárias a estratégias de marketing digital, eventos e ações de relacionamento, nosso objetivo é potencializar a visibilidade e o impacto do seu negócio.</p>
<p>Imagens de agricultores, lojistas e instituições utilizando tecnologias modernas, e reuniões virtuais.</p> <p>LETTERING:</p> <p>Soluções Personalizadas</p>	<p>Loc.:</p> <p>Entendemos que cada cliente é único e, por isso, nos dedicamos a conhecer a fundo suas necessidades e desafios, criando soluções personalizadas que realmente funcionam.</p>
<p>Plantações em crescimento, colheitas bem-sucedidas, interação entre agricultores e consumidores.</p> <p>LETTERING:</p>	<p>Loc.:</p> <p>Conectados dentro e fora do campo, vamos integrar o mundo agrícola às novas</p>

	tecnologias e tendências de comunicação, com inovação e resultados concretos.
Cena final de um pôr-do-sol sobre um campo de soja, milho, confinamento, e outras culturas, com música se intensifica e termina com cena de todos os clientes de diversos segmentos-alvo de braços cruzados e felizes, em uma nota alta. LETTERING:	Loc.: Na Semente Criativa, acreditamos que a comunicação é a chave para o sucesso no agronegócio. Estamos aqui para ajudar a contar a sua história de maneira autêntica, eficaz e criativa.
Logotipo da Semente Criativa com o slogan e hashtag da campanha LETTERING: #ConectadosNoCampo	Loc.: Semente Criativa. Conectados dentro e fora do campo, cultivando sucessos. #ConectadosNoCampo

Fonte: Autoria própria

Em conclusão, a estruturação do negócio Semente Criativa representa uma resposta inovadora e estratégica às demandas do agronegócio goiano. Ao identificar a necessidade de comunicação especializada e eficaz neste setor vital, desenvolvemos uma proposta que alinha nossas competências com as expectativas dos nossos clientes. Através de um profundo entendimento das peculiaridades do agronegócio, criamos uma agência que oferece soluções de comunicação personalizadas, capazes de promover o crescimento e a visibilidade dos negócios no campo.

Ao longo deste trabalho, exploramos a importância da comunicação no agronegócio, a necessidade de especialização neste setor e os benefícios de uma abordagem personalizada. Estamos confiantes de que a Semente Criativa contribuirá significativamente para o desenvolvimento do agronegócio goiano, fortalecendo a conexão entre produtores, consumidores e o mercado, e promovendo a sustentabilidade e a competitividade do setor.

Este TCC não apenas apresenta a estruturação da Semente Criativa, mas também lança as bases para um futuro promissor, onde a comunicação eficaz e

especializada impulsiona o agronegócio goiano a novos patamares de sucesso e reconhecimento.

REFERÊNCIAS

AFFONSO, Ligia Maria Fonseca. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Editora Sagah, 2019.

Agronegócio puxou o crescimento econômico de Goiás em ano de pandemia. **Agência Brasil Central**, 05 de mar. 2023. Disponível em: <https://www.abc.go.gov.br/noticias/agroneg%C3%B3cio-puxou-o-crescimento-econ%C3%B4mico-de-go%C3%AAs-em-ano-de-pandemia.html>. Acesso em: 31 de outubro de 2023.

Como montar uma agência de publicidade. **Sebrae**, [s.d.]. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-agencia-de%20publicidade,76887a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD#apresentacao-de-negocio>. Acesso em 16 de nov. 2023.

Complexo de soja responde por 73% das exportações do agro goiano no 1º semestre de 2023. **Secretaria de Estado de Agricultura – Governo de Goiás**, 19 de jul. 2023. Disponível em: <https://www.casacivil.go.gov.br/noticias/9771-complexo-soja-%20responde-por-73-das-exporta%C3%A7%C3%B5es-do-agro-goiano-no-1%C2%BA-%20semestre-de-2023.html>. Acesso em: 01/11/2023.

COSTA, Joan. **A imagem da marca**. Um fenômeno social. Tradução. Osvaldo Antonio Rosiano. São Paulo: Rosas, 2011.

Dantas, Edmundo Brandão. **A agência de publicidade como empresa: o lado menos charmoso da publicidade e da propaganda**. São Paulo-SP: Atlas 2015.

Exportações do agronegócio goiano crescem 62,8% em 2022. **Secretaria do Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento – Governo de Goiás**, 05 de fev. 2023. Disponível em: <https://agenciadoradenoticias.go.gov.br/70428-exportacoes-do-agronegocio-goiano-crescem-628-em-2022> . Acesso em 01/11/2023.

Goiás alcança marca histórica com mais de 28 mil empresas abertas nos primeiros 10 meses de 2023. **Jornal JA7**, [s.d.]. Disponível em: <https://ja7.com.br/2023/11/06/goias-alcanca-marca-historica-com-mais-de-28-mil-%20empresas-abertas-nos-primeiros-10-meses-de-2023.html>. Acesso em 07/11/2023.

Goiás tem 7 empresas entre as 100 maiores do agronegócio do Brasil. **Jornal Opção**, 05 de fev. 2023. Disponível em: <https://www.jornalopcao.com.br/reportagens/goias-tem-7-empresas-entre-as-100-maiores-do-agronegocio-do-brasil-463733/>. Acesso em 01/11/2023.

GO: crescimento do PIB goiano é puxado pelo aumento de produção de soja e de milho. **Brasil 61**, 13 de out. 2023. Disponível em: <https://brasil61.com/n/go-crescimento-do-pib-goiano-e-puxado-pelo-aumento-de-producao-da-soja-e-de-milho-bras239838>. Acesso em: 07/11/2023.

HELLER, Eva. **Psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. São Paulo, Gustavo Gili, 2013.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 5ª ed., Summus Editorial.

LUPETTI, Marcélia. **Administração em publicidade: a verdadeira alma do negócio**. São Paulo, CENGAGE, 2ª ed., 2009.

Marketing agrega valor ao agronegócio, setor quase anônimo para o consumidor. **Propmark**, 31 de ago. 2023. Disponível em: <https://propmark.com.br/marketing-agrega-valor-ao-agronegocio-setor-quase-anonimo-para-o-consumidor/>. Acesso em: 07/11/2023.

Missão, Visão e Valores Organizacionais. **Instituto Brasileiro de Coaching (IBC)**, [s.d.]. Disponível em: Acesso em: <https://www.ibccoaching.com.br/portal/rh-gestao-pessoas/o-que-e-visao-missao-organizacional/>. Acesso em: 16/11/2023.

Os 5 maiores pólos de agronegócio em Goiás. **Faculdade de Gestão e Informação (FGI)**, [s.d.]. Disponível em: <https://www.faculdadefgi.com.br/post/os-5-maiores-polos-de-agronegocio-em-goias>. Acesso em 31 de outubro de 23.

PINHO, J. B. **Comunicação em Marketing: princípios da comunicação mercadológica**. Campinas-SP: Papirus, 2001.

Sobre Goiás – Visão Geral. **Instituto Mauro Borges / SGG-GO**, [s.d.]. Disponível em: https://www.imb.go.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=79&Itemid
Acesso em: 31/10/2023.

Análise da concorrência: por que e como fazer para se destacar no mercado. **Administradores**, 24 de nov. 2023. Disponível em: <https://administradores.com.br/noticias/analise-da-concorrencia-por-que-e-como-fazer-para-se-destacar-no-mercado> Acesso em: 05/03/2024.

Ferramenta: 5 Forças de Porter (Classico). **SEBRAE**, [sd]. Disponível em: https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME_5-Forcas-Porter.PDF
Acesso em: 05/03/2024.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0**: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro, Elsevier, 2012.

REZENDE, Marco Antonio Amaral. **Identidade visual**: conceitos e práticas. Revista Marketing Paulista, n. 65, março/79.

STRUNCK, Gilberto Luiz Teixeira Leite. **Corno criar identidades visuais para marcas de sucesso**: um guia sobre o marketing das marcas e como representar graficamente seus valores. Rio de Janeiro: Rio Books, 2001.

WHEELER, Afina. **Design de identidade de marca**: um guia completo para a criação, construção e manutenção de marcas fortes. Porto Alegre: Bookman, 2008.

5W2H: o que é, para que serve e por que usar na sua empresa. SEBRAE, 20 de nov. 2023. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/5w2h-o-que-e-para-que-serve-e-por-que-usar-na-sua-empresa>. Acesso em 18/04/2024.

APÊNDICES

Apêndice A – Manual de Marca da Semente Criativa



SUMÁRIO

1. Apresentação da Marca
2. Assinatura & Malha Construtiva
3. Normas de Aplicação
4. Alfabeto Institucional
5. Cores Institucionais
6. Usos Incorretos
7. Aplicação em Fundos Claros e Escuros
8. Versões Monocromáticas
9. Aplicações de Marca

APRESENTAÇÃO *da Empresa*

A Semente Criativa é uma agência de comunicação especializada no setor do agronegócio. Temos como missão fomentar o crescimento e a visibilidade de empresas do setor do agronegócio através de estratégias de comunicação personalizadas.

A Semente Criativa embarca no mercado goiano e será aberta no primeiro semestre de 2024. A agência de comunicação tem sua sede na cidade de Goiânia-GO, e pretende expandir suas raízes por todo território goiano.

Buscamos não ser somente uma agência de comunicação do agronegócio, mas sim fazer parte da história deste importante setor para a economia goiana, brasileira e mundial.

Com suas raízes jovem, ousada e criativa, obstinada em crescer e evoluir junto com seus parceiros, chegamos para mudar!



APRESENTAÇÃO *da Marca*

Na vastidão do campo, onde as sementes encontram solo fértil para crescer, nasce uma ideia revolucionária em comunicação.

Em nosso ícone, o círculo representa a constante renovação e ciclo de vida no campo. Nele, as cores se mesclam em harmonia: o verde exuberante da plantação se funde ao azul sereno do céu, enquanto um ícone amarelo brilha no centro, evocando o sol radiante e uma promissora safra de soja. É a síntese visual da vitalidade e prosperidade que buscamos transmitir.

Com o nome "Semente" em minúsculas, convidamos você a mergulhar na simplicidade da natureza e na essência do agro. Mas é no "criativa", destacado em negrito, que revelamos nossa verdadeira essência: uma agência pulsante de ideias, onde a inovação e a ousadia germinam.

Nossas cores - o azul claro, o verde claro, o amarelo e o verde bandeira - não são apenas uma paleta estética, mas uma celebração da diversidade e da riqueza do campo. São as cores da fertilidade, da luz e do crescimento, refletindo nossa missão de fomentar o crescimento e a visibilidade de empresas do setor do agronegócio através de estratégias de comunicação personalizadas.



ASSINATURA

A marca deve ser utilizada nas versões horizontal e vertical, sendo expressamente vetada a aplicação de seus elementos em outro posicionamento diferente dos apresentados abaixo.



Opcionalmente, a marca pode ser usada com giro de 90° em sentido anti-horário (leitura de baixo para cima), sem exceções de sentido ou angulação. Os elementos devem seguir o mesmo posicionamento da versão horizontal da marca.



ALFABETO

Institucional

Para a utilização em demais textos, como anúncios publicitários, cartas, endereços de papelaria institucional, títulos, textos de formulários etc., deverá ser aplicada a família de fonte Co Text em suas variações regular, bold, light e respectivas variações em itálico. Não há uma padronização fixa para espaçamentos entrelinhas, que deverá ser adequado a cada tipo de material. Em relação ao espaçamento entre letras, é indicado utilizar o espaçamento padrão da fonte.

Tipografia de Suporte

Co Text Bold ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890 (.!%\$a&)

Co Text Regular ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890 (1?%\$2&)

Co Text light ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890 (!?%\$2&)

CORES

Institucionais

A fidelidade na reprodução das cores é um item fundamental para garantir a unidade e a consistência da marca. Na tabela estão as referências dos materiais usados com mais frequência.

<p>CMYK #004d3d</p> <p>Pantone: 99/97/10/1 662 C</p>	<p>CMYK #f4c303</p> <p>Pantone: 83/11/100/2 7739 C</p>	<p>CMYK #4abc39</p> <p>Pantone: 0/30/86/0 1235 C</p>	<p>CMYK #38b6ff</p> <p>Pantone: 65/55/54/2 424 C</p>	<p>CMYK #9ea0a1</p> <p>Pantone: 44/32/33/0 422 C</p>
--	--	--	--	--

USOS

Incorretos

Fique atento para as situações onde a aplicação da marca é expressamente proibida.



Nunca aplique a marca nas cores institucionais em situações onde o fundo é colorido.



Nunca aplique a marca nas cores institucionais em situações onde o fundo colorido possa mascarar algum dos elementos da marca.



Nunca aplique a marca em situações onde o fundo é composto por uma imagem que possa se misturar ou atrapalhar a visualização.



Nunca aplique a marca nas cores institucionais em situações onde o fundo colorido possa dificultar a leitura de algum dos elementos da marca.



Nunca altere o padrão de cores para aplicação da marca.



Nunca utilize tons diferentes das cores institucionais para a aplicação da marca.

USOS

Incorretos

Fique atento para as situações onde a aplicação da marca é expressamente proibida



Nunca aplique a marca esticada ou achatada



Nunca aplique os elementos da marca de forma isolada, seja o ícone, seja o nome da empresa



Nunca gire a marca para aplicá-la



Nunca altere a proporcionalidade dos elementos da marca

REDUÇÃO

Máxima

O tamanho mínimo da marca e de outros elementos gráficos deve ser respeitado em todos os materiais desenvolvidos para permitir sua melhor visualização.



15mm

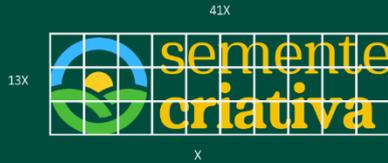


45px



ÁREAS MÍNIMAS *Para Apejamento*

Quando necessário, use o sistema de malha estrutural para reprodução da marca. Crie uma malha usando como referência a espessura da letra "E,R", conforme ilustrado abaixo.



USO CORRETO

Antes de aplicar a marca em fundos coloridos, procure a maneira correta de fazê-la.



Fundo branco com aplicação da marca na versão positivo em preto



Fundo preto com aplicação da marca na versão negativo em branco



Fundo branco com aplicação da marca nas cores institucionais



Fundo 80% preto (ou cinza escuro) com aplicação da marca na versão traço negativo.



Fundo 50% preto (ou cinza médio) com aplicação da marca na versão traço positivo.



Fundo 20% preto (ou cinza claro) com aplicação da marca nas cores institucionais

USO CORRETO

Para aplicação da marca em fundos coloridos, utilize-a em negativo em fundos mais escuros e em positivo.



Para aplicação da marca em fundos coloridos, ou fotografias, utilize um box branco com as medidas mínimas da área de proteção e a marca nas cores institucionais.



UNIFORME

CAMISA POLO MANGA CURTA

Tecido: Malha Piquet

Cores: BRANCA COM GOLA CINZA.

Fabricante: DOPTEX

Composição do tecido: 88% CO 12% PES

Gramatura: 180 g/m²

Personalização da estampa: Logo nas cores institucionais, bordado do lado esquerdo,

Pulso: RIBANA, altura 3,3

Gola: brim, altura 8,5



7 cm



1,9 cm

SINALIZAÇÃO

PLACAS DE PORTA/PAREDE

Placas de sinalização interna para identificação de salas. A fixação pode ser feita na porta ou na parede, respeitando a altura estabelecida sempre que possível.

28 cm

CLASSIFICAÇÃO

Indicativa

TAMANHO
28 X 7 cm

MATERIAL

Fundo: ACM, na cor 658 Cinza chumbo, adesivado e laminado com proteção UV.

7 cm

SALA DE REUNIÃO 01

semente
criativa

SALA DE REUNIÃO 02

semente
criativa

ENVELOPE

Saco Grande

ENVELOPE C4 (SACO GRANDE)

Este tipo de envelope permite enviar folhas A4 sem ter de as dobrar. Indicado para revistas, certificados e documentos que poderiam danificar-se se tivessem que ser dobrados.

CLASSIFICAÇÃO

Papelaria

MATERIAL

Sulfite Alta Alvura 120g CMYK 4x4
Corte, vinco e cola

TAMANHO

Fechado - 24x34
Aberto 50,5 x 40,2



CARTÃO de Visita

Item de papelaria corporativa usado por profissional de gestores da Agro Ávila.

CLASSIFICAÇÃO
Papelaria

MATERIAL
Papel Couché 300g CMYK 4x0
Laminação fosca, frente

TAMANHO
90x50



ÁREAS MINIMAS Para Azejamento

SINALIZAÇÃO

BANDEIRA

Bandeira confeccionada em tecido Duralon®, 100% poliéster, indismalhável. Costura reforçada em toda a volta com linha especial para bandeiras, tarja com ilhoses latonados para fixação em mastro.

A bandeira deve ser instalada em local visível e próxima à entrada principal das instalações.

TAMANHO
2,56 X 1,8 metros

MATERIAL Poliéster

