

BRIEFING DO CLIENTE

Situada no município São Marcos, estado do Rio Grande do Sul, a empresa Acrílicos São Marcos Ltda – Acrilmarco, atua na comercialização de chapas e produtos de acrílico, seu diferencial são projetos especiais, desenvolvidos juntamente com o cliente, entregando soluções para as necessidades de seus parceiros. Sustentando seu pilar que é o respeito e a valorização das pessoas.

A empresa conta com uma equipe comercial e com o marketing aplicado na internet para divulgar a marca e os produtos.

MIX DE MARKETING

Produto e preço

Produtos variam de chapas em acrílico, defletores para ar-condicionado, placas de publicidade, peças de design, máscaras de proteção, caixas para UTI/hospitais e barreiras de proteção para comércio em geral e projetos especiais.

O valor do material varia muito, girando em torno dos R\$30,00(trinta reais) o quilo e o preço do produto é calculado por peso.

Praça

A empresa se situa na Rodovia VRS-315, Km 04 – São Marcos/RS. Por ser uma fornecedora de soluções, não possui loja física. Porém, seus 3200m² para desenvolvimento dos produtos podem ser considerado uma de suas praça de atuação. Participa também das mais variadas feiras de divulgação, expondo assim seus produtos.

Promoção

A Acrilmarco possui site próprio para divulgação, uma página no Facebook onde conta com cerca de mil curtidas e uma conta no Instagram, com cerca de quinhentos seguidores.

Acrilmarco promove ainda seus serviços, distribuindo brindes em eventos na cidade e também divulgando em jornais locais.

ANALÍSE SWOT

FORÇAS (MICRO)	FRAQUEZAS (MICRO)
<ul style="list-style-type: none">- Marca consolidada com 43 anos de experiência;- Promoção de treinamento para colaboradores e parceiros;- Uma grande área física para promoção de atividades;- Equipe especializada;- Parceria com empresas multinacionais.	<ul style="list-style-type: none">- Preço alto;- Empresa se encontra no interior da cidade;- Redes sociais com pouco engajamento;- Pouca variedade de produtos se comparada a concorrência;- Pouca visibilidade se tratando da região em que está inserida.
OPORTUNIDADES (MACRO)	AMEAÇAS (MACRO)
<ul style="list-style-type: none">- Falta de engajamento nas redes sociais;- Patrocínio de eventos e exposição de produtos para a comunidade próxima;- Expor os valores da empresa para a comunidade, para mostrar que a empresa está engajada no respeito e valorização das pessoas.	<ul style="list-style-type: none">- Concorrentes desenvolvem produtos fixos em seus catálogos;- Inflação no dólar afetando a importação;- Grandes parceiros estão sentindo a crise da pandemia do Coronavírus e isso afeta diretamente a empresa.

INTERPRETAÇÃO DO DIAGNÓSTICO

Sabendo que a marca já se encontra consolidada na região de atuação e levando em consideração o cenário atual (pandemia ainda em crescente avanço), criar produtos fixos em um catálogo, como as máscaras e as barreiras de proteção que atualmente estão em alta, gerando assim maior saída desses produtos.

Envolver a comunidade em ações de prevenção ao meio ambiente com ações voltadas para as crianças mostraria a preocupação da empresa com o futuro da cidade em que está inserida e comprovando ser uma empresa que busca ser cada dia mais sustentável.

ANÁLISE DE MERCADO-ALVO E PERSONA.

O mercado alvo são crianças em idade escolar, de ambos os gêneros e

consequentemente as famílias que estão inseridas. Flávia mora com seu marido e seu filho Pedro de 7 anos que é estudante de uma escola pública do município de São Marcos. Ela tem 40 anos, ensino superior completo, trabalha na empresa da família e tem uma renda de cinco mil reais. Adora comprar em lojas de utilidades, mora em um bairro próximo ao centro da cidade e utiliza muito o carro para se locomover entre os bairros.

OBJETIVOS DO MARKETING

Destacar os valores da empresa, principalmente a valorização de pessoas. Também é importante que os potenciais clientes tomem conhecimento da tecnologia e segurança dos produtos.

Problema de Comunicação: Como destacar a valorização das pessoas que a empresa consolida tanto em seus produtos quanto em suas atitudes na comunidade que está inserida?

Objetivos de Comunicação: Ser lembrada como uma empresa responsável que atua para melhorar as condições de trabalho e de vida de seus colaboradores e também da comunidade que cerca a empresa. Provando com ações na comunidade os valores que compõe os pilares da empresa e levando conhecimento às crianças.

ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO

Período de veiculação: De agosto a dezembro de 2021

Objetivo de mídia: Atingir o máximo de pessoas que for possível.

Estratégias de mídia (meios): Serão utilizadas mídias digitais e impressas.

Táticas de mídia (veículos): Televisão, internet, rádio e revistas.

Verba: Cliente disponibilizará verba de 240 mil reais entre os meses agosto e dezembro, ou seja, 48 mil reais por mês.

Meios Sugeridos: Spot, anúncios para redes sociais, sorteio em redes sociais, um aplicativo interativo que incentiva crianças a separarem os resíduos, confecção de revistinhas infantis para as crianças da comunidade, concurso entre colaboradores da melhor frase sobre sustentabilidade, treinamento sobre uso de Epi's e cuidados pessoais, criar um vídeo institucional que mostre somente os valores da empresa e dos produtos disponíveis.

LANÇAMENTO

- Lançamento do vídeo institucional;
- Lançamento da primeira edição das revistinhas;
- Lançamento do aplicativo;
- Concurso cultural;
- Postagens regulares em redes sociais;
- Divulgar parte do vídeo institucional na televisão local.

BAIXA SUSTENTAÇÃO/SUSTENTAÇÃO

- Anúncio em rádio;
- Postagens regulares em redes sociais;
- Lançamento de mais uma edição da revistinha;
- Sorteio em redes sociais.

ENCERRAMENTO

- Anúncio em rádio;
- Postagens regulares em redes sociais;
- Treinamento sobre saúde e bem-estar (uso de EPI'S e cuidados pessoais);
- Lançamento de mais uma edição da revistinha.

CONCEITO E TEMA DE CAMPANHA

Posicionamento pretendido: A Acrilmarco é uma empresa responsável que se preocupa com o bem-estar de todos os stakeholders.

Conceito: Explicar que acrílico e natureza podem ter uma amizade e que a empresa Acrilmarco se preocupa com o futuro do planeta.

Tema: Tecnologia e responsabilidade.

Defesa Criativa: Com a alta das questões ambientais a indústria de plásticos está sendo vista como uma vilã por diversas razões. A conscientização sobre temas ambientais é muito importante, mas a informação sobre processamento de materiais se faz necessária para a manutenção dessa indústria que é tão necessária para os avanços tecnológicos que estão surgindo e virão a surgir.

A Acrilmarco tem um processo muito importante para a sustentabilidade, sua reciclagem de acrílico, que ajuda na preservação do meio ambiente e gera empregos para a comunidade.

Destacando esses pontos a empresa se consolidará como uma empresa

socialmente responsável.

PAPER DA PEÇA ESCOLHIDA PARA PRODUÇÃO PEÇA

A peça escolhida foi a revistinha para o público infantil.

TÍTULO DA PEÇA

A revistinha leva o título de: Aventuras de Marquinhos.

TEMATIZAÇÃO

Ao avaliar com a gestão da Acrilmarco quais pontos estavam barrando a comunicação da empresa com o público externo foi levantado o tema reciclagem. A reciclagem de plástico tende a ser mal vista, já que a maioria dos plásticos fica com qualidade inferior após ser reciclado. Porém, o acrílico é totalmente reciclado e volta a sua forma natural e transparente oferecendo a mesma resistência após o processo de reciclagem. A Acrilmarco possui uma unidade de reciclagem dentro de seus domínios e enfrenta grande dificuldade em inserir o produto reciclado no mercado.

A revistinha proposta ao público infantil leva conhecimento e conscientização para as crianças stakeholders que indiretamente influenciam no poder de compra dos adultos. Com o mundo cada vez mais globalizado as crianças acabaram se tornando muito consumistas e a revistinha tem como objetivo mostrar a nocividade do consumismo para a natureza e para a sociedade como um todo. Segundo Souza “[...] mesmo crianças, estudantes em tempo integral e aposentados, apesar de não produzirem riqueza do ponto de vista econômico, são consumidores ativos na sociedade.”

Além de levar conhecimento, a peça proposta oferece leitura ao público infantil, o mercado brasileiro de leitores infantis aumentou segundo dados da pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, leitores entre 5 e 10 anos de idade aumentaram de 67%, em 2015, para 71%, em 2019. Em resumo: as crianças estão lendo mais.

A revistinha proposta tende a passar a imagem que a Acrilmarco busca, de ser uma empresa responsável com sua comunidade, utilizando deste meio para mostrar ao público que possui atitudes sustentáveis compatíveis com o futuro do nosso planeta.

Em formato A5, bem colorida e com atividades que buscam prender a atenção das crianças que receberão o exemplar, se tornará uma grande aliada na conscientização e entendimento da mensagem por parte do público infantil.

PROPOSTA, METODOLOGIA E REVISÃO CONCEITOS:

Sendo São Marcos uma cidade pequena em ascensão, foi observado que as crianças ainda não se renderam totalmente ao meio digital. Não é raro encontrar grupinhos de crianças brincando na rua, jogando bola, andando de bicicleta, skate. Até mesmo na praça principal da cidade é comum encontrar crianças utilizando de sua imaginação para criar mundos e brincar como as gerações mais antigas faziam. A biblioteca pública municipal foi consultada pela autora deste trabalho, verificando que as visitas de crianças em idade escolar de ensino fundamental são frequentes, o que indica que as crianças buscam leitura no município.

De acordo com Fonseca, Miranda e Montemór (2007, pág 2), a literatura é importante para crianças desenvolverem outras habilidades, além de adquirir uma capacidade de percepção e invenção. Histórias proporcionam para as crianças a habilidade de criar, imaginar e reproduzir.

A revista dispõe de uma história em quadrinho que segundo o artigo desenvolvido pelos autores Baptaglin, Ribeiro e Moura (2017, pág. 15), [...] podemos perceber que há grande interesse dos leitores pelas produções com apelo visual como os quadrinhos [...].

Buscando influenciar o consumo consciente e abordar temas relevantes sobre meio ambiente e descarte correto de materiais, a revistinha leva o leitor a um mundo de imaginação e aprendizado. Procura-se consolidar a Acrilmarco como empresa sustentável e responsável atraindo um público que busca a sustentabilidade em suas marcas e produtos utilizados. Lembrando que se busca destacar a qualidade dos produtos feitos em acrílico reciclado, provando ser de qualidade equivalente ao acrílico virgem.

DIAGNÓSTICO, OBJETIVOS E JUSTIFICATIVA:

Para a peça revistinha infantil foram criados três personagens, sendo que o principal foi desenhado a partir da logomarca da própria Acrilmarco, e o nome Marquinhos deixa explícita a ligação entre o personagem e a empresa. Os demais personagens são Tiago, um menino branco e Mariana, uma menina negra. Os personagens foram abordados com diversidade, para todas as crianças se sentirem incluídas na história contada pela peça.

A revistinha gerada em formato A5 em papel Off-Set, devido a possibilidade de pintura de uma das atividades, conta com uma história em quadrinho, onde o

personagem principal, Marquinhos, ensina para as crianças um pouco sobre o que é acrílico e também maneiras que pode-se contribuir com o desenvolvimento sustentável do mundo. Depois de encerrada a leitura, os jovens leitores contam com três atividades de reforço do tema: um caça palavras, uma atividade de pintura e uma palavra cruzada. Além disso a revistinha contém curiosidades sobre o material acrílico e sua utilização. O estudo de como produzir foi por observação de quadrinhos existentes de linguagem acessível. Também houve a preocupação em manter todas as letras em caixa altas, lembrando que as crianças aprendem a ler neste formato.

As cores predominantes da peça são o verde e o azul, cores que remetem a natureza e a sustentabilidade, que a empresa deseja demonstrar com o material.

A tiragem tende a ter sua distribuição na festa mais popular da cidade, realizada anualmente em outubro e denominada Festa de Nossa Senhora Aparecida e dos Motoristas. No dia do evento é realizada uma procissão motorizada onde as empresas do município distribuem brindes aos participantes da procissão. No ano de 2020, segundo o site de notícias São Marcos Online, foram cerca de 3 mil veículos. Estima-se a tiragem de 5000 revistinhas para distribuição no evento, caso venham a sobrar exemplares, a empresa distribuirá nas escolas da comunidade em que está inserida.

LINK DA PEÇA

<https://drive.google.com/drive/folders/1HE9MJMKKBGd5YuzL9gJWxCFN65H0Lr1a?usp=sharing>

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SOUZA, Milena Costa de, Sociologia do consumo e indústria cultural.- 1ª edição – Curitiba, PR - Editora Intersaberes, 2017.

FONSECA, N.C.M; Miranda, J.S.; Montemór,H.A.S.M. Literatura infantil como estratégia para o desenvolvimento da criatividade e da autonomia dos alunos do 1º e 2º anos do ensino fundamental. **Revista Eletrônica Funvic**, Pindamonhangaba-SP, v.1, n.1, p.2, março.2017. Disponível em: <<https://revistaeletronicafunvic.org/index.php/c14ffd11/article/download/53/78>>. Acesso em 13 de junho de 2021

BAPTAGLIN, L.A.; RIBEIRO,R.P; MOURA, R.M.F.D. Quadrinhos e a literatura: a importância de novas formas de criar novos leitores. **Aturá – Revista Pan-Amazônica de Comunicação**, Vol. 1, n. 2, Mai-Ago. 2017. Disponível em: <<https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/atura/article/download/3927/11503/8>> . Acesso em 13 de junho de 2021

REFERÊNCIAS DIGITAIS

PRÓ LIVRO. **Retratos da literatura**. Disponível em: [https://www.prolivro.org.br/wp-content/uploads/2020/12/5a_edicao Retratos da Leitura- IPL dez2020-compactado.pdf](https://www.prolivro.org.br/wp-content/uploads/2020/12/5a_edicao_Retratos_da_Leitura-IPL_dez2020-compactado.pdf)

. Acesso em julho de 2021

SÃO MARCOS ONLINE. **Números da 49ª Festa de Nossa Senhora Aparecida e dos Motoristas** Disponível em: <https://www.saomarcosonline.com/2020/10/13/confira-os-numeros-da-49a-festa-de-aparecida-e-dos-motoristas/>

. Acesso em Julho de 2021.