



## CAMPANHA PROMOCIONAL FACCIO<sup>1</sup>

Helton S. MORAIS<sup>2</sup>

Homar FARIAS<sup>3</sup>

L’Darjanne Julia Feitosa CARVALHO<sup>4</sup>

Stephánie Caroline MEDEIROS<sup>5</sup>

Isabela Leandra Santana de ALMEIDA<sup>6</sup>

Faculdade Atual da Amazônia, Boa Vista, RR

### RESUMO

O trabalho ora apresentado é fruto das atividades desenvolvidas na Disciplina de Redação Publicitária para a empresa FACCIO INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA, mais conhecida como ARROZ FACCIO, sinônimo de pioneirismo, qualidade e tradição na produção de grãos no Estado de Roraima. A empresa, pioneira no ramo de beneficiamento e industrialização de arroz e subprodutos, atende os mercados de Roraima e do Amazonas. Aos 30 anos de vida, sua característica própria sempre foi a de oferecer produtos saudáveis e de qualidade superior a concorrência. Para reforçar o posicionamento no mercado, a agência PaPum desenvolveu a campanha promocional procurando a associação do Arroz Faccio à união da família de forma prazerosa e alegre em todas as peças, buscando a integração de adultos e crianças, homens e mulheres, representando todos os clientes diretos e indiretos dos produtos Faccio.

**PALAVRAS-CHAVE:** campanha, publicidade, promoção.

### INTRODUÇÃO

O mercado de grãos no Estado de Roraima, embora seja um mercado em expansão, possui empresas consolidadas e com respaldo junto ao consumidor não apenas roraimense mas também, junto aos consumidores amazonenses, para os quais os produtos também são oferecidos.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Campanha Promocional.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade Atual da Amazônia, email: [helton\\_morais@hotmail.com](mailto:helton_morais@hotmail.com)

<sup>3</sup> Aluno estudante do 7º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade Atual da Amazônia, FAA, [homarfaria@bol.com.br](mailto:homarfaria@bol.com.br)

<sup>4</sup> Aluna estudante do 7º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade Atual da Amazônia, FAA, [ledafeits@hotmail.com](mailto:ledafeits@hotmail.com)

<sup>5</sup> Aluna estudante do 7º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade Atual da Amazônia, FAA, [sterfanycaroline@hotmail.com](mailto:sterfanycaroline@hotmail.com)

<sup>6</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da FAA [isabellaleandra@hotmail.com](mailto:isabellaleandra@hotmail.com)



A Empresa Arroz Faccio, implantada em 1992, ao longo do tempo tem procurado desenvolver suas atividades agregando valor ao produto que oferece. A proposta em questão procurou a partir das informações levantadas junto ao cliente e ao próprio mercado, desenvolver uma proposta de campanha promocional que trouxesse a abordagem de que o arroz produzido pela empresa é um produto que faz parte do clima familiar. Que está presente em todos os momentos vividos pelas pessoas e em ambientes diferentes.

A construção das peças, a idealização compõe o próprio cenário da cidade. A presente proposta está estruturada em três etapas assim divididas: Em um primeiro momento é trazido ao conhecimento o briefing apurado junto ao cliente, sendo avaliados não apenas a empresa, mas o composto do produto, a concorrência, o consumidor. Em uma segunda etapa, tem-se a proposta da campanha e os layouts propostos e por ultimo as considerações finais a cerca da atividade.

## **2 OBJETIVO**

A elaboração do trabalho objetivou desenvolver a habilidade para a criação de peças promocionais para um cliente do mercado, assim com o desenvolvimento do trabalho para a disciplina, optou-se a partir dos resultados encontrados que a elaboração de uma campanha promocional para o cliente contribuiria de forma significativa para ampliar as vendas da empresa.

## **3 JUSTIFICATIVA**

Conhecer a atual situação do cliente e o próprio ambiente mercadológico onde está inserido é primordial para o desenrolar de qualquer ação publicitária. Aliás pode afirmar que para qualquer tomada de decisão, seja fundamental um mínimo de conhecimento sobre a situação com a qual tem-se que lidar.

Dessa forma, para a criação da campanha promocional foi imperativo que a equipe passasse a ter um domínio mais amplo sobre a situação do cliente. Vale destacar ainda que a situação da concorrência frente ao mesmo mercado, também de igual importância para a tomada de decisões.



## **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Como abordado anteriormente, primeiramente foi aplicado uma estrutura de briefing para o primeiro levantamento realizado junto ao cliente. Nesse caso, trabalhou-se como ponto de partida, o modelo de briefing de SANT'ANNA, que ao nosso ver, seria o mais indicado. Assim, foram as informações adquiridas:

### **4.1 Empresa**

1. Empresa: FACCIO INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA
2. Missão: Oferecer produtos saudáveis, com pureza e qualidade superior, que satisfaçam as necessidades dos clientes em potencial, fundadores e colaboradores, conseguindo assim, ampliar sua gama de produtos e fortalecer sua consolidação no mercado em que atua.
  - 2.1. Visão: Ser a melhor empresa de arroz no norte do Brasil, oferecendo produtos saudáveis e de qualidade superior.
  - 2.2. Valores:
    - Respeito e honestidade para com seus clientes, fornecedores e colaboradores;
    - Compromisso com a qualidade de seus produtos;
    - Excelência em tecnologia e infra-estrutura;
    - Preocupação constante com o meio-ambiente;
    - Integração empresa X comunidade;
3. Tempo de atuação: 30 anos.
4. Segmento de atuação: produção, beneficiamento, industrialização e comercialização de arroz e sub-produtos.

#### **4.1 Produtos:**

- Arroz Faccio (Tipo 1) - Fardos de 30 Kg em embalagens de 1Kg e de 5Kg
- Arroz Dona Ely (Tipo 3) - Fardos de 30 Kg com embalagens de 1Kg

#### **4.2. Sub-Produtos:**

- Farelo de Arroz (CUIM) – Sacos de 30 Kg
- Quirera de Arroz (XEREM) – Sacos de 30 Kg

#### **5. Localizações:**

- Indústria:



- Rua di-h, nº 197 – distrito industrial gov. aquilino m. duarte - 69.315-235 - Boa Vista – RR, Brasil
- Telefone: (095) 3626 5025 / fax (95) 3626 4945
- Email: [falefaccio@arrozfaccio.com.br](mailto:falefaccio@arrozfaccio.com.br)
- Plantações:
  - fazenda smith – região do cantá (15% da produção)
  - fazendas canadá e guanabara – região do surumu (60% da produção)
  - fazenda murará – região do bonfim (25% da produção)

## 6 Consumidor

1. Clientes: atacadistas e varejistas – supermercados e mini-mercados, consumidores finais em geral: na faixa etária 14 a 60 anos ou mais ( donas de casa, estudantes, pessoas que moram sozinhas, sexo feminino e masculino ).
2. Razões da procura do produto: cardápio alimentar diário (cultura feijão com arroz).
3. Frequência da procura do produto: diária - pelos consumidores finais; atacadistas e varejistas – semanal, quinzenal, mensal

## 7. Concorrente

1. Concorrentes principais:
  - Itikawa
  - Prato Chick
  - Pampinha
  - Tio Ivo
  - Acostumado
2. Preços dos concorrentes: de acordo com a pesquisa realizada no ponto de venda escolhido, a oferta de preço é igual para todos, sendo:
  - R\$ 1,70 (um real e setenta centavos) - 1kg
  - R\$ 3,50 (três reais e cinquenta centavos) -1kg integral
  - R\$ 7,50 (sete reais e cinquenta centavos) - 5kg
3. Diferencial: a única marca que se difere estrategicamente no mercado é o Arroz Itikawa, pois o mesmo é 100% polido a água e se utiliza disto, enquanto as outras marcas seguem a mesma linha, caindo assim em clichê publicitário.

## 5 A CAMPANHA

A partir dos dados coletados definiu-se para a Campanha Publicitária Promocional o Público alvo de consumidores finais com idade entre 14 a 60 anos, ambos os sexos, pertencentes as classe B, C e D para os quais seriam trabalhado como conceito associar o Arroz Faccio à união familiar na hora mais gostosa do dia, de forma prazerosa e alegre em todas as peças, buscando a integração de adultos e crianças, homens e mulheres, todos clientes diretos e indiretos dos produtos Faccio. Para isso fazendo uso do Slogan: Sua família merece. E o Tema: Bons momentos pedem Arroz Faccio.

Como Estratégia de Mídia, a campanha compreenderia o uso de outddor, cartaz, jornal e rádio.

### 5.1 Descrição das peças:

**Outdoor:** Primeiro plano, mão em forma de coração, onde dentro dela aparece uma família reunida a mesa na hora do almoço. Abaixo da peça, a logo do Arroz Faccio. O anúncio prevalecerá as cores vermelho e verde, que são as cores da logomarca do Arroz Faccio.

**Cartaz:** Prevalece a idéia do outdoor, desta vez, anúncio em tamanho 1m x 1. No Cartaz há os elementos do anúncio, assim como nos outdoors, está o ícone representado pelas mãos, o amor, a união familiar, lincando a foto e o texto.

**Jornal:** Prevalece a idéia do outdoor e do cartaz, desta vez, feito como meia página de jornal.

**Rádio:** Para o veículo optou-se pelo uso de um jingle de 45” com uma trilha musical dançante, vozes masculinas e femininas para demonstrar a união familiar. A letra da música, foi desenvolvida para abordar a alegria que é o momento das refeições e o encontro com a família.

### 5.2 A veiculação

A proposta de veiculação é composta por 10 placas de outdoor, distribuídas nos principais pontos da cidade, são placas no formato padrão de tabuletas. Os cartazes, a equipe propõe a



confeção de 2000 unidades a serem distribuídas e fixadas nos PDV's, que somam mais de 500 pontos em Boa Vista.

Os anúncios para o jornal a ser veiculado no jornal de maior circulação – Jornal Folha de Boa Vista – e por atingir também parte do interior do Estado, embora a ação seja voltada unicamente para a capital da cidade. E o jingle a ser utilizado em três emissoras da cidade que possuem uma audiência significativa e contribui para bons resultados.

## 6 CONCLUSÃO

A partir da análise deste trabalho, a agência Papum acredita que todos os objetivos propostos possam ser alcançados. Desde que uma vez sejam feitos de acordo com o que a agência propõe.

## 7 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- MARTINS, Jorge S. **Redação Publicitária**. São Paulo: Atlas, 1997.
- PARRAMÓN, José Maria. **Publicidade: Técnica e Prática**. Barcelona: Parramón, 1974.
- LUPETTI, Marcélia. **Gestão Estratégica da Comunicação Mercadológica**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.



## **APÊNDICE I – MATERIAL PARA RÁDIO**



## APÊNDICE I: Material para rádio

### Ficha Técnica

**Cliente:** Faccio Industria e Comércio LTDA

**Título:** Bons momentos pedem Arroz Faccio

**Produto:** Arroz Faccio

**Veículo:** rádio

**Data:** 06/05/2008

**Peça:** jingle 45''

**Trilha sonora:** musica instrumental dançante em BG

**Locução:** utilização de vozes femininas, masculina e infantil masculina.

**Assinatura:** Arroz Faccio – sua família merece.

ROTEIRO	
Técnica	Áudio
Locução 1: masculino 25 a 30 anos	Meio dia vou pra casa Na maior empolgação Ganho um beijo da esposa E Uma deliciosa refeição
Locução 2: feminino 20 a 30 anos	To crescendo a cada dia Com uma força de leão
Locução 3: masculino 06 a 12 anos	Num momento de família De perfeita união Nada como um cheirinho De amor e tradição
Locução 4: masculino 25 a 30 anos feminino 20 a 30 anos (2vezes) masculino 06 a 12 anos	Bons momentos sempre pedem Arroz Faccio



**Assinatura**

**Locução 5: masculino 35 a 40 anos**

Arroz Faccio

Sua família merece