



Pesquisa Mercadológica: Banana Split Imagem & Arte¹

Elanderson José CORREIA²
Jacqueline Spolti ZANOTTO³

Mônica Cristina SCHMITZ⁴

Michel BORDIGNON⁵

Silvia Spagnol Simi dos SANTOS⁶

Universidade do Oeste de Santa Catarina, Joaçaba, SC

RESUMO

Este estudo faz parte do trabalho desenvolvido na disciplina de Administração em Publicidade e Propaganda, proposto pelos docentes do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade do Oeste de Santa Catarina, UNOESC. O trabalho refere-se à uma pesquisa mercadológica desenvolvida com o intuito de analisar a viabilidade de implantação de uma empresa prestadora dos serviços de fotografia publicitária, ilustração e animação em vídeo, na cidade de Joaçaba. Embora se trate de um trabalho acadêmico, todas as informações captadas são reais e, partir dos resultados, foi realizado um trabalho de comunicação para o lançamento da empresa no mercado.

PALAVRAS-CHAVE: ilustração; fotografia; animação; pesquisa; mercadológica.

1 INTRODUÇÃO

Quando acontece a contratação da prestação de serviços de empresas especializadas em atividades específicas, por não caber o desenvolvimento dessas atividades no ambiente interno da organização, ocorre o que chamamos de terceirização. No ramo da publicidade, a terceirização de serviços é muito frequente, principalmente no segmento gráfico. Contextualizando para a região meio-oeste de Santa Catarina, mais precisamente Joaçaba, a maioria das agências não dispõe de estrutura para diversas etapas do processo de produção de um material publicitário. Nota-se que o mercado publicitário é carente dos serviços de fotografia publicitária, ilustração e animação em vídeo. Dessa forma, percebe-se essa

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Publicidade e Propaganda modalidade Pesquisa Mercadológica (avulso).

² Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda email: elanderson.correia@unoesc.edu.br.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda, email: jacque_zanotto@hotmail.com.

⁴ Aluna líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda, email: moni_schmitz@hotmail.com

⁵ Estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda, email: michelbordignon@hotmail.com

⁶ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda email: silvia.simi@unoesc.edu.br.



realidade como uma oportunidade de negócio, através da especialização de uma empresa que ofereça esses serviços às agências. Agora, é necessário saber se essa empresa se sustentaria no mercado da região de Joaçaba.

2 OBJETIVOS

Objetivo geral

Verificar como se configuram os fatores que condicionam a viabilidade para implantação de uma empresa especializada nos serviços de fotografia publicitária, ilustração e animação em vídeo no município de Joaçaba.

Objetivos específicos

- a) Verificar o grau do conhecimento do público-alvo em relação a esses tipos de serviços.
- b) Constatar o grau de aceitação desses serviços no mercado local, regional e estadual.
- c) Conhecer como se dá o fornecimento desses serviços às agências de comunicação no mercado local, regional e estadual.
- d) Saber se existe custo-benefício para as agências de comunicação na contratação desses serviços.

3 JUSTIFICATIVA

Buscando inovar nos serviços oferecidos, as agências de comunicação utilizam recursos diferenciados, como produção de fotografia, ilustração e animação em vídeo. Na maioria das vezes, não existe suporte técnico ou profissional que supra essas necessidades, levando as agências a buscarem a terceirização desses serviços.

Para materiais fotográficos, comumente a aquisição é feita em banco de imagens online ou mesmo através de estúdio fotográfico. Quando se trata de ilustração, a dificuldade em encontrar profissionais aumenta ainda mais, pois é um recurso que requer habilidade e tempo. Isso não é diferente na produção de animação gráfica, que exige, além de profissionais especializados, tecnologia suficiente para produzir com qualidade.

Com uma agência especializada em fotografia, ilustração e animação em vídeo, as agências de publicidade têm uma nova opção de otimizar o seu processo de produção e



adquirir um serviço com profissionalismo. A concepção de uma agência especializada nesses serviços é uma oportunidade de negócio cujo valor está em oferecer um serviço diferenciado e especializado, que contribua para o resultado final do cliente. Através de pesquisa, será possível saber se é viável ou não a implantação desse negócio na cidade de Joaçaba.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Tipo de pesquisa: Pesquisa de mercado.

Métodos de pesquisa: Exploratória Descritiva, Descritiva Quantitativa e Descritiva Qualitativa.

Métodos de abordagem: A pesquisa exploratória descritiva permitiu o levantamento de informações referentes a empresas de referência no ramo pesquisado, possibilitando fazer um comparativo de como funciona os serviços, os diferenciais e a forma de trabalho dessas empresas. A pesquisa foi feita via internet. A pesquisa quantitativa foi realizada por intermédio de questionário estruturado com perguntas de múltipla escolha que foi enviado via e-mail às agências de publicidade. Na pesquisa qualitativa, foi realizada uma pesquisa com duas empresas que fornecem os serviços semelhantes aos estudados (fotografia, ilustração, animação em vídeo) através de questionário estruturado com perguntas abertas. O questionário foi enviado via e-mail a essas empresas.

Campo de abordagem: Para realização da pesquisa quantitativa, foram enviados questionários a um total de 38 agências de publicidade ou empresas desse ramo que possam utilizar os serviços pesquisados, nas seguintes cidades: Joaçaba, Videira, Concórdia, Chapecó, Lages, Blumenau e Erechim. A escolha dos municípios foi feita partindo do pressuposto de que a empresa possivelmente alcançaria uma área de abrangência regional e não somente local. 17 agências responderam ao questionário. Já para a pesquisa qualitativa, foram enviados questionários com perguntas abertas a uma empresa de Florianópolis e outra de Curitiba que praticam serviços semelhantes aos estudados. Essas empresas foram selecionadas de acordo com os serviços oferecidos, servindo como modelo para a empresa estudada; também foi considerada sua área de atuação, em cidades maiores, pela possível expansão dos serviços para outras regiões.

5 DESCRIÇÃO DO PROCESSO

Após realização das ferramentas de pesquisa e tabulação dos dados foi possível analisar os resultados e evidenciar diversas informações. Os gráficos e questionários de pesquisa encontram-se nos apêndices deste artigo.

Análise dos resultados da Pesquisa Qualitativa

Pode-se analisar desta pesquisa que, de um total de 17 agências, apenas 18% disseram não conhecer ou ter ouvido falar de uma empresa especializada em fotografia publicitária. Da mesma forma, a grande maioria dos entrevistados (88%) disse conhecer ou ter ouvido falar de alguma empresa especializada em ilustração. Quanto às empresas especializadas em animação em vídeo, observa-se que 88% dos entrevistados também conhecem ou já ouviram falar do serviço. Esse fator é muito importante para o presente estudo, pois analisa-se que, ao mesmo tempo em que uma agência especializada em imagens, ilustração e animação em vídeo seria novidade, poderá ter aceitação pelo fato desse tipo de serviço já ser conhecido pelas agências.

Quando questionados sobre como costumam adquirir as imagens, 62% disse adquirir em bancos de imagens via internet. Uma parcela menor (25%) disse terceirizar o serviço e 13% produzem suas próprias imagens. Com isso, percebe-se um grande público potencial, pois considerando custo-benefício entre adquirir uma imagem de um banco de imagens on-line e terceirizar com uma empresa especializada, a segunda opção seria mais viável, já que o custo seria menor e as imagens seriam adequadas ao que realmente se precisa.

Quando perguntados de quem terceirizam os serviços de fotografia publicitária, a maioria (42%) disse terceirizar de um estúdio fotográfico. Percebe-se também que 6 agências contratam profissional autônomo e 4% não utilizam esse serviço. Dessa forma, analisa-se que os 42% de mercado que procuram estúdio fotográfico, se tivessem acesso a uma empresa especializada, poderiam vir a substituir o fornecedor; somados aos que já buscam esse serviço, vê-se que seria viável a implantação sob essa ótica.

Das agências pesquisadas, todas já utilizaram serviços de ilustração. Diferente das imagens, o serviço de ilustração é terceirizado em sua maioria (48%) e apenas 22% adquirem de banco de imagens. Uma parcela pequena, 7 agências, produzem suas próprias ilustrações. Dessa forma, o serviço de ilustração seria bem aceito no ramo publicitário.

Em relação à animação em vídeo, grande maioria das agências (70%) busca esse serviço em produtora especializada. Somente 10% nunca utilizaram o serviço e 10% produzem na agência. Se já terceirizam o serviço, é porque não possuem estrutura suficiente para produção interna; isso conduz a pensar que uma empresa especializada nesse serviço teria aceitação nesse tipo de produto, considerando o fator de qualidade.

Percebe-se grande interesse das agências por terceirizar os serviços de fotografia, ilustração e imagens. 94% disseram achar viável a terceirização, considerando custo-benefício. Abre-se aí a oportunidade de implantar o negócio e levar ao conhecimento do público, para que se tornem clientes.

Atualmente, o serviço de animação em vídeo corresponde a 38% dentre os serviços mais terceirizados pelas empresas. Não muito diferente, a fotografia publicitária é terceirizada por 37% das agências, seguidas dos serviços de ilustração, 22%. Ou seja, os três serviços são frequentemente utilizados no ramo publicitário; a ilustração é um recurso mais específico para determinados trabalho por isso tem uma busca menor.

Com essa pesquisa, percebe-se que as agências têm necessidade de buscar fotografias, ilustrações e animações de qualidade para produção de seus materiais. Fica evidente que uma agência especializada nesses serviços teria boa aceitação no mercado, considerando os fatores qualidade, profissionalismo e custo-benefício. Somadas a isso, a boa comunicação e o bom relacionamento com os clientes facilitaria o acesso e o interesse em buscar os serviços.

Análise dos Resultados da Pesquisa Descritiva Qualitativa

As empresas entrevistadas foram a Kado Digital Art de Florianópolis e a Central de Produção (CDP) de Curitiba. A Kado já atua há 6 anos nos serviços de tratamento de imagens e ilustrações em 3D e 2D. A CDP iniciou as atividades há menos de 7 meses, nos serviços de cinema, fotografia, artes gráficas e audiovisuais.

As duas empresas ampliam o atendimento para âmbito regional, nacional e, por vezes, para outros países. Se a empresa fosse implantada, também poderia expandir seu leque de atendimento e não somente se focar no mercado local. Essa expansão se daria, principalmente, com auxílio da internet.

A Kado faz uma observação importante sobre a dificuldade de ser reconhecida no mercado regional, já que os clientes buscam agências de fora. Esse ponto deve ser



trabalhado fortemente através de uma comunicação direta com o público, criando vínculos de relacionamento e adquirindo a confiança do cliente.

A Kado já se expandiu para outros mercados e hoje considera desnecessário implantar novas unidades físicas, já que seu atendimento é 99% digital.

Criatividade, ousadia, inovação, foco no cliente. Esses foram os principais diferenciais citados pelos entrevistados. Acima de qualquer tecnologia, vende-se como diferencial valores intangíveis, mas que fazem diferença no mercado competitivo.

Ambas as empresas dizem que existe concorrência no seu mercado de atuação referente a outros tipos de empresas que realizam o serviço, mas sem especialização somente nele. Ou seja, vê-se que os clientes também não buscam diretamente as empresas especializadas para realizar o serviço, e isso se torna um empecilho para quem “sobrevive” somente disso.

Quanto à dificuldade de manter os serviços no mercado publicitário, nota-se duas situações. A primeira refere-se à oscilação do fluxo de serviços de acordo com o período, no caso da Kado; com a internet, ficou mais fácil superar essa dificuldade. A segunda refere-se à dificuldade de manter a originalidade no mercado competitivo, necessitando constante aperfeiçoamento.

Com isso, conclui-se que é viável a implantação de uma agência especializada em imagens, ilustração e animação desde que se sigam alguns parâmetros de sustentação, como utilizar a internet para expansão do mercado, manter uma comunicação efetiva com os clientes, estar sempre divulgando os serviços ao público-alvo para não cair no esquecimento, vender valores agregados aos serviços e buscar constante aperfeiçoamento e inovação. Para mercado local, não seria viável a implantação, mas se focadas as agências de outras cidades do estado é possível sim implantar uma empresa nesse segmento.

6 CONSIDERAÇÕES

Com a análise estabelecida, chegou-se à conclusão de que existe a viabilidade de implantação de uma empresa especializada em fotografia publicitária, ilustração e animação em vídeo. Dessa forma, algumas medidas de comunicação foram trabalhadas para lançar a empresa no mercado:

Nome da empresa: Banana Split Imagem & Arte.

A empresa: A Banana Split Imagem e Arte atende especialmente às agências de publicidade e propaganda, com atendimento direto ao cliente ou totalmente digital, através

da central de atendimento da empresa ou via internet. Presta serviços nas áreas de Ilustração (grafite, ilustração digital, caricaturas), Fotografia (foto produto, tratamento de imagens, editoriais de moda, banco de imagens on-line) e Animação em Vídeo (3D e Stop Motion).

Missão: Oferecer soluções em imagens e vídeos para o mercado publicitário superando as expectativas dos clientes com qualidade, criatividade e profissionalismo.

Visão: Consolidar-se como referência nos segmentos de fotografia publicitária, ilustração e animação em vídeo na região Sul do Brasil, destacando-se pelo nível de satisfação e resultados dos clientes.

Valores: Inovação e busca constante de aperfeiçoamento físico e profissional. Valorização e desenvolvimento de pessoas. Respeito dentro e fora da empresa. Responsabilidade nas decisões.

Marca: A marca Banana Split surge da inspiração em uma obra do artista da Pop Art Andy Warhol. Ilustrador e amante da fine art, Warhol criou em 1966 a obra “Banana”. Ao mesmo tempo, o nome faz referência à sobremesa banana split, feita com pedaços da fruta, no sentido de que a empresa é uma mistura de fotografia, ilustração e animação, que somadas oferecem a melhor solução ao cliente.

Logomarca:



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

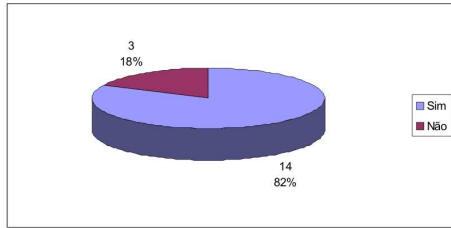
KADO DIGITAL ART. **Empresa.** Disponível em: < <http://www.kado.art.br/>> Acesso em: 24 mar. 2009.

LIVINGSTONE, James M. **Pesquisa de mercado:** uma abordagem operacional. 1 ed. São Paulo: Atlas, 1982.

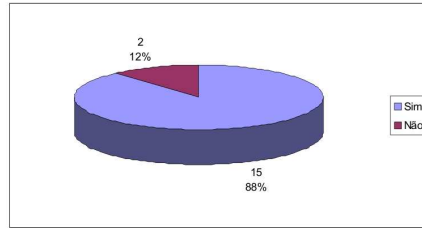
LÜKMANN, Luiz Carlos; ROVER, Ardinete; VARGAS, Marisa. Diretrizes para elaboração de trabalhos científicos: apresentação, elaboração de citações e referências de trabalhos científicos. 2 ed. rev. Joaçaba: Editora Unoesc, 2008.

APÊNDICE A – Gráficos de Resultado da Pesquisa com Público-Alvo

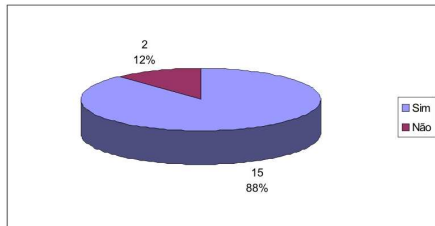
Conhece ou já ouviu falar de alguma agência especializada em fotografia publicitária?



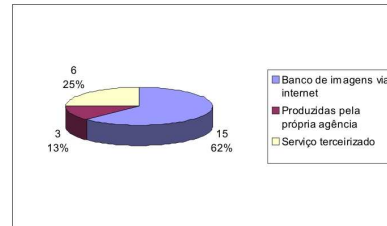
Conhece ou já ouviu falar de alguma agência especializada em ilustração?



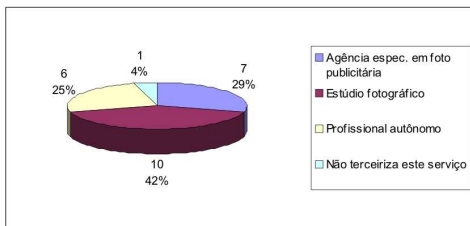
Conhece ou já ouviu falar de alguma agência especializada em animação em vídeo?



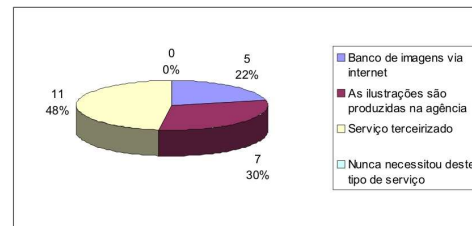
Onde costuma adquirir, com mais frequência, as fotografias ou imagens para produção de peças publicitárias?



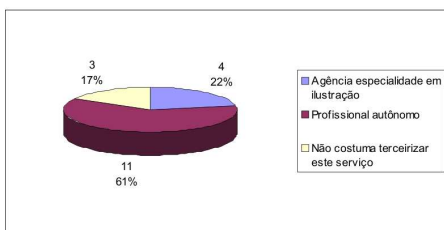
Já terceirizou os serviços de produção de imagens ou fotografias? Se sim, de que tipo de empresa?



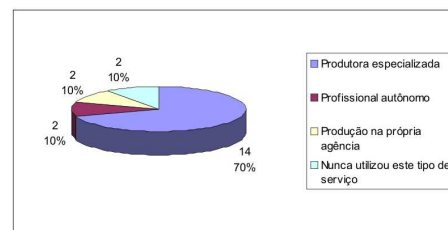
Sua agência já necessitou dos serviços de ilustração? Se sim, onde buscou esse serviço?



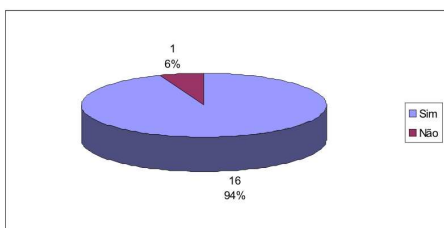
Se sua empresa já terceirizou os serviços de ilustração, de que tipo de empresa buscou esse serviço?



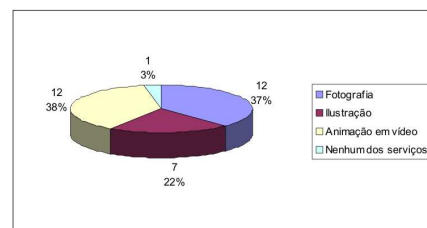
Sua agência já necessitou dos serviços de animação em vídeo? Onde buscou esses serviços?



Na sua opinião, é viável para uma agência terceirizar de uma empresa especializada os serviços de fotografia publicitária, ilustração e animação em vídeo, considerando o fator custo-benefício?



Quais dos serviços abaixo, no momento, sua agência terceiriza de uma empresa especializada?





APÊNDICE B – Resultados da pesquisa para empresas do ramo

Empresa: **Kado Digital Art**
Cidade/Estado: Florianópolis/SC
Profissional entrevistado: Ricardo Giacomozzi

1. Há quanto tempo sua agência atua no mercado?

R: Não chamamos de agência e sim um bureau de imagens. Estamos no mercado há 6 anos, mas quase todos os profissionais envolvidos já têm mais de 10 anos de experiência na área.

2. Quais os principais serviços oferecidos pela empresa?

R: Tratamento de imagens, Ilustrações 3D e 2D.

3. Qual é o mercado de atuação da empresa (área de abrangência)?

R: Atendemos largamente a região sul do Brasil, em segundo lugar centro-oeste e arredores e os estados maiores. Por vezes atendemos alguns pedidos de fora do país.

4. Qual o principal público da empresa?

R: Nossos maiores consumidores em ordem de grandeza são as agências de propaganda, fotógrafos, editoras, clientes diretos.

5. Como avalia a aceitação da empresa pelo público no mercado em que atua?

R: A aceitação é boa, mas ainda vejo que as empresas daqui pagam valores exorbitantes para fazer seus materiais em São Paulo, não valorizando ou reconhecendo o mercado local como deveriam. Felizmente a gama de clientes é bem grande e por isso conseguimos nos manter bem no mercado.

6. Prevê expansão da empresa para outros mercados? Quais?

R: Já tivemos outras unidades em lugares diferentes, mas tivemos que retroceder, pois os custos não valiam o investimento. Hoje em dia podemos atender praticamente qualquer região desde que se tenha um acesso à internet, pois 99% dos serviços são digitais.

7. Cite os diferenciais da sua empresa que considera competitivos no mercado.

R: Sempre somos os primeiros a inserir novidades e tendências no mercado local, temos um time muito especial e estamos sempre pesquisando, estudando e dedicando quase que todo nosso tempo livre nessa missão e suas possíveis variações. Não ficamos preocupados com o que os concorrentes estão fazendo e sim concentrando-nos no que os nossos clientes têm de necessidades ou como podem evoluir com os clientes deles.

8. Existe concorrência para esse tipo de serviço no seu mercado de atuação? Como analisa essa concorrência?

R: Sim, temos muita concorrência e acho isso extremamente saudável. Acredito que o receio de ficar pra trás é um dos melhores estímulos pra conquistarmos mais conhecimento e produzirmos com mais qualidade e rapidez. Ninguém gosta de ficar pra trás.

9. Quem podem ser considerados os principais concorrentes da sua empresa?

R: É difícil citar nomes, pois os “concorrentes” locais não fazem só tratamento de imagens, fazem fotografia e outros serviços que não competem diretamente conosco, então nesse sentido não dá pra comparar empresa com empresa. A nossa é umas das únicas que conheço que vive somente de tratamento e ilustração, o que podemos comparar seria somente a parte desse tipo específico de serviços prestados por elas. A nível nacional existem vários que concorrem conosco, PlatinumFMD, 6Bstudio, Seagulls fly, Macacolândia, e por ai vai...

10. Na sua opinião, existe dificuldade em manter a estabilidade desse serviço no mercado publicitário? Qual?

R: Apesar de ser uma empresa de tamanho médio nessa área específica, as dificuldades são muito grandes, se depender somente do mercado local certamente não teríamos 15 funcionários, graças a internet esse crescimento foi possível pelo fato de podermos driblar os períodos de sazonalidade. O problema é a oscilação de serviços dependendo da época do ano, é uma matemática bem articulada que temos que aprender a lidar, para sobreviver sem ter que demitir ou contratar, numa semana 20 pessoas não dão conta de tanto trabalho, mas na outra seguinte não há quase nada pra se fazer.

Empresa: **Central de Produção Ltda.**
Cidade/Estado: Curitiba/PR
Responsável entrevistado: Andre Raittz

1. Há quanto tempo sua agência atua no mercado?

R: Há aproximadamente 6 meses e meio.

2. Quais os principais serviços oferecidos pela empresa?

R: Trabalhamos com produção visual diferenciada. Oferecemos ao cliente profissionais especializados para cada ramo visual pretendido. Seja em Cinema, Fotografia, Artes Gráficas ou Audiovisuais. Trabalhamos também com Arte Visual para exposições no Brasil e exterior.

3. Qual é o mercado de atuação da empresa (área de abrangência)?

R: Atendemos principalmente Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, principalmente capitais que é aonde se encontram os principais pólos de produção visual no Sul. (Também temos trabalhos publicados em Cuba e no Chile, porém são porcentagens mínimas comparadas a saída normal de trabalhos).

4. Qual o principal público da empresa?

R: Nosso público principal são agências de publicidade e galerias de arte, clientela jurídica.

5. Como avalia a aceitação da empresa pelo público no mercado em que atua?

R: A aceitação da empresa sempre foi de muito boa a ótima, sempre tivemos um ótimo feedback dos clientes retratando a satisfação pelos produtos diferenciados oferecidos pela empresa. A qualidade visual e a eficiência são nossos carros-chefe.

6. Prevê expansão da empresa para outros mercados? Quais?

R: Com certeza. Assim que alcançarmos a nossa primeira meta de mercado, pretendemos expandir os negócios para o Sudeste, consequentemente expandir, de uma forma mais presente, nosso mercado artístico para o exterior.

7. Cite os diferenciais da sua empresa que considera competitivos no mercado.

R: Atuamos com consciência e ousadia. Nos destacamos na criatividade e na qualidade dos serviços oferecidos, moldando cada trabalho exatamente nas necessidades reais do cliente, para que todos os seus resultados sejam alcançados com eficiência e a qualidade que nos é requisitada e a qual eles estão pagando a mais para ter.

8. Existe concorrência para esse tipo de serviço no seu mercado de atuação? Como analisa essa concorrência?

R: Como atuamos em duas áreas um pouco distintas (a publicitária e a artística) temos dois tipos de concorrência. Na publicitária, os fotógrafos do ramo que já têm uma certa experiência de mercado e as produtoras de vídeo (que na verdade não ameaçam pois o tipo de serviço é muito diferente, enquanto elas ainda permanecem na estagnação da preferência pela tecnologia e similitudes nós inovamos com arte, ousadia e plasticidade); nas artes, não podemos chamar de concorrência pois existe lugar para todos desde que haja respeito entre as partes.

9. Quem podem ser considerados os principais concorrentes da sua empresa?

R: Acho que foi respondida na questão 8.

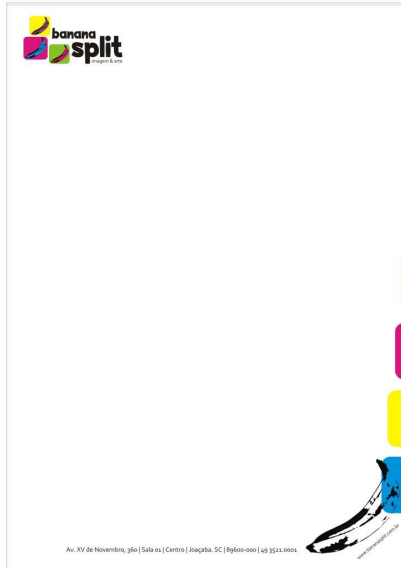
10. Na sua opinião, existe dificuldade em manter a estabilidade desse serviço no mercado publicitário? Qual?

R: Existe e muita. Quando nos propomos a inovar e ousar, tendo a criatividade como carro-chefe, precisamos estar sempre atualizados e ser sempre, a cada trabalho, únicos e novos. Basta um trabalho cair no senso comum que a nossa estabilidade entra em cheque. Porém, é isso que buscamos desde o começo: desafio e correria. Em quanto houver disposição, estaremos no mercado incomodando a concorrência, inovando nos trabalhos, e oferecendo ao nosso cliente o nosso melhor.



APÊNDICE C – Papelaria Banana Split Imagem & Arte

Folha Timbrada

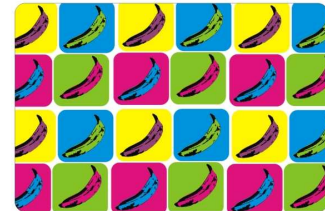


Cartão de Visitas

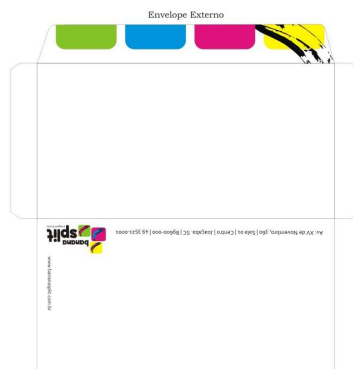
Frente



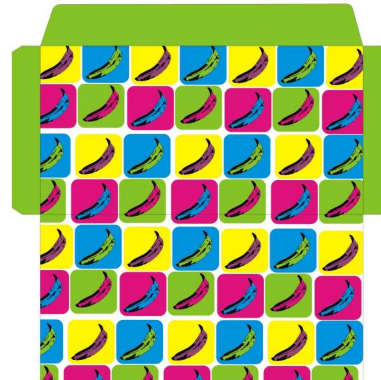
Verso



Envelope Ofício



Envelope Interno



Pasta externa



Pasta interna

