



PROJETO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA CAMPANHA PUBLICITÁRIA PARA A GRAN PALLILO – PALETAS MEXICANAS

Eduardo Heuko – UNIUV^{1*}

Juliana Liris Gohl - UNIUV^{2*}

Professora Orientadora: Julliana Biscaia

Modalidade de apresentação: Comunicação Oral

INTRODUÇÃO

As paletas mexicanas chegaram ao Brasil, em 2013, com a franquia denominada Los Paleteros, que cresceu e hoje já atua com 80 mil lojas e franquias espalhadas por todo o país. Caiu no gosto do brasileiro, que, hoje, procura por uma alimentação mais saudável, deixando de comprar os famosos potes de sorvetes e optando pela paleta, por ser feita com frutas naturais, sem conservantes e outros ingredientes artificiais, sendo muito saudável e com poucas calorias. Em meio a esse cenário surge, em janeiro de 2015, em União da Vitória – PR, a Gran Pallilo – Paletas Mexicanas, o desejo de um empreendedor do ramo de Comunicação Visual em aumentar a renda de sua família. Adquiriu os equipamentos e aprendeu a fabricar, colocando sempre em primeiro lugar a qualidade. Busca por ingredientes selecionados e por recheios que sejam feitos com produtos originais, como o leite condensado Moça, fabricado pela Nestlé e não produtos similares. Aumentou a gama de sabores e pode ofertar seu produto em um ponto de vendas, com um freezer no Dal’Bó Pizzaria e Restaurante e Baú Clube de Campo, e também com *delivery* na alta temporada do verão, conquistando seus primeiros clientes, além dos amigos que já haviam experimentado os frutos do novo empreendimento e aprovado. A empresa é nova, mas a sede de crescer é muito grande, aumentar os pontos de vendas, como restaurantes, faculdades e academias e também a abertura de uma loja modelo, em que as pessoas poderão servir-se e degustar suas paletas no estabelecimento. O problema encontrado, por meio da pesquisa feita, é o desconhecimento da marca, pois só há divulgação por meio de uma Fanpage no Facebook, pouco atualizada, além de não possuir loja física, sendo que seu concorrente direto possui e no centro da cidade. Para sanar esses problemas, decidimos criar uma logomarca nova, pois a atual possui características semelhantes, com as mesmas características de outras empresas do ramo. Junto com essa nova logomarca, criamos a história de um personagem, para criar empatia com o público consumidor das paletas e o quão importante é uma empresa ter uma identidade visual legal e uma linguagem correta nas mensagens. Anunciar em outros meios e buscar um diferencial para que a Gran Pallilo seja referência em paletas mexicanas em União da Vitória – PR e Porto União – SC.

OBJETIVOS

OBJETIVO GERAL

Apresentar a marca Gran Pallilo para seu público-alvo.

¹Acadêmico do 8º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Uniu. E-mail: eduardo.heu@gmail.com

² Acadêmica do 8º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Uniu. E-mail: jl.gohl@uol.com.br



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Aumentar em 50% as vendas e 20% o *share of mind* em 5 anos;
- b) Fazer com que o público-alvo experimente as paletas mexicanas da Gran Pallilo;
- c) Diminuir a taxa de desconhecimento da marca que é de 76,9%.

METODOLOGIA

Para o desenvolvimento desse trabalho, foi feita uma pesquisa na plataforma Google Docs. Por meio da matriz SWOT, descobrimos os pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaça do cliente. Realizamos análise de mercado e estudo dos consumidores, utilizando a técnica de construir *personas*. Foi usado recursos do *storytelling*, para que os consumidores criem empatia com a marca. Elaboramos planejamento de mídia, estratégias, táticas e cronograma de veiculação.

RESULTADOS E DISCUSSÃO (OU RESULTADOS ESPERADOS, SE A PESQUISA ESTIVER EM DESENVOLVIMENTO)

Foi desenvolvida uma campanha com seis meses de duração, iniciando em outubro de 2015 e encerrando em março de 2016, com uma verba de R\$6.000,00. Também foi construída uma nova logomarca, junto com a história de um personagem que está encaixada em todas as peças desenvolvidas, trazendo um pouco da alegria do México, fazendo com que o público-alvo da campanha se torne consumidor da marca.

REFERÊNCIAS

HAGUE, P.; JACKSON, P. **Faça sua própria pesquisa de mercado**. São Paulo: Nobel, 1997.

LAMBERTUCCI, N.F. Paletas mexicanas: o picolé que está revolucionando o mercado de sorvetes. **Bonde News**. Disponível em:

<http://www.bonde.com.br/?id_bonde=1-33--48-20150121>. Acesso em: 15 abr. 2015

LUPETTI, M. **Planejamento de comunicação**. 4.ed. São Paulo: Futura, 2004.

MERCURI, I. Paletas mexicanas e a moda que pode revolucionar o mercado. **Olhar conceito**. Disponível em:

<http://www.olhardireto.com.br/conceito/noticias/exibir.asp?noticia=Paletas_mexicanas_e_a_moda_que_pode_revolucionar_o_mercado&id=6543>. Acesso em: 15 abr. 2015.

OLIVEIRA, F. Depois da febre, paletteria mexicana passa por teste de sobrevivência. **Folha de São Paulo**. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/03/1599994-depois-da-febre-paletteria-mexicana-passa-por-teste-de-sobrevivencia.shtml>>. Acesso em: 06 abr. 2015.

SAMARA, B.S.; BARROS, J.C. **Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia**. 4.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

TAHARA, M. **Contato imediato com mídia**. 8.ed. São Paulo: Global, 2004.7

TAMANAH, P. **Planejamento de Mídia: teoria e experiência**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.