



## COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING NO SETOR ORIZÍCOLA EM SÃO BORJA<sup>1</sup>

*Ariane da Silva Xarão<sup>2</sup>, Diogo Fava<sup>2</sup>, Franciele Medeiros<sup>2</sup>, Janiélli Camargo<sup>2</sup>, Margarida Gonçalves<sup>2</sup>*

**OBJETIVO:** O objetivo é diagnosticar a situação na área de comunicação integrada de marketing da associação que representa o setor orizícola em São Borja, visando esforços eficazes para mostrar os benefícios do arroz, incentivar um aumento do consumo do mesmo. **MATERIAL E MÉTODOS:** Os materiais utilizados na realização do estudo são provenientes dos acadêmicos e programas de computador do laboratório de informática do Centro de Ciências Sociais da UNIPAMPA/UFSM. Quanto aos objetivos a pesquisa é descritiva; quanto aos procedimentos é um estudo de caso, necessitando de levantamento, documental; e quanto a abordagem do problema é predominantemente qualitativa. Os instrumentos de coleta de dados foram a entrevista estruturada, visitas técnicas às entidades ligadas ao setor agrícola, análise de reportagens, anúncios e cartazes da campanha que está sendo realizada e observação indireta. A entrevista foi feita com a direção da Associação dos Arrozeiros, as visitas foram à EMBRAPA, à FEDERARROZ, ao IRGA e à EMATER de São Borja. Durante a entrevista foram coletados os documentos. Os dados foram tratados e analisados manualmente e com auxílio do software Excel. **RESULTADOS:** Quanto a associação foi constatado que ela existe desde 1988 e atua como uma representação política e de classes, trabalha em conjunto com a Associação de Itaqui, sendo uma das mais respeitadas no Rio Grande do Sul, e referência nos movimentos de classes. Quanto ao arroz, São Borja é o segundo maior pólo de beneficiamento de arroz do estado, no entanto foi verificado que é baixo o consumo do produto no município e estado. Com relação a campanha para estimular o consumo do arroz está em andamento o projeto denominado de “Momento do Arroz”. Ele promove um maior conhecimento sobre benefícios nutricionais do arroz para a saúde humana e motiva ao consumo. Foi constatado a necessidade de uma pesquisa de mercado para avaliar a demanda do produto no município e a influência dos esforços empreendidos até o momento. **CONCLUSÃO:** Na realização do diagnóstico realizado junto a Associação que representa o setor orizícola em São Borja há evidências de uma imagem boa e estruturada da entidade. No entanto, a visibilidade do trabalho realizado na comunidade pode melhorar. Com a realização do Planejamento Publicitário, a reformulação da campanha de propaganda, trabalho de relações públicas, promoção de vendas e outras ações integradas e devidamente planejadas.

<sup>1</sup> Trabalho de extensão

<sup>2</sup> Aluno UNIPAMPA campus São Borja