

# MARKETING ESPORTIVO: INFLUÊNCIA SOBRE A MARCA INDAIÁ

XXXVII Encontro de Iniciação Científica

Vivian Rocha de Paulo, ANDRÉA CAMILA SILVA SOUSA, Claudia Buhamra Abreu Romero

Marketing Esportivo é o processo que visa relacionar o esporte à imagem de um produto ou empresa como ferramenta estratégica de valorização e rejuvenescimento da marca. Esta pesquisa tem como objetivo verificar se os esforços de marketing esportivo da marca Indaiá são percebidos pelo mercado e se interferem na decisão de compra do consumidor final. A pesquisa, de natureza qualitativa e quantitativa, foi realizada em duas etapas: na primeira, foi realizada entrevista em profundidade com o coordenador de Marketing das marcas de bebidas do grupo Edson Queiroz, por meio de roteiro de entrevista, e na segunda, foi realizada pesquisa por levantamento, por meio de questionário estruturado enviado via internet para uma amostra de 416 respondentes escolhidos por conveniência. Constatou-se que a Indaiá é percebida pelos respondentes como uma marca tradicional, confiável e que fornece saúde, porém, mesmo com todo o investimento em Marketing Esportivo, ela ainda não é considerada uma marca jovial ou que esteja próxima aos seus clientes, mas em movimento de rejuvenescimento. Concluiu-se que os esforços feitos pela marca Indaiá são percebidos pelo mercado, porém a empresa não é a principal organização que vem à mente das pessoas quando se fala em marketing esportivo, alinhando-se à ideia da empresa, citada em entrevista, que não deseja uma associação direta ao esporte, e sim que seu produto água mineral seja lembrado como algo natural da categoria esportiva. Além disso, concluiu-se que o marketing esportivo pode não influenciar diretamente no processo de decisão de compra por produto, porém pode influenciar na preferência da marca.

Palavras-chave: Marketing Esportivo. Marca. Produto. Esporte.