

Autor: Marcelo da Silva Spaleta

Título(s): [pt] A construção de uma marca tendo como diferencial o esporte

Resumo(s): [pt] Atualmente as empresas buscam formas de aumentar suas vendas, ampliar o seu mercado e garantir qualidade de seus produtos ou serviços para os consumidores. Estes estão diariamente em qualquer local, seja no trabalho, lar ou em um local de lazer recebendo informações publicitárias das empresas que buscam aumentar suas vendas. O marketing esportivo vem a ser uma forma de estratégia das empresas para fidelizar e conquistar clientes utilizando a prática esportiva com fins comerciais. A preocupação em nossa sociedade, saber ter o apoio do esporte como parceiro comercial parece ser um dos grandes diferenciais na economia moderna globalizada. Ao analisar o Banco do Brasil, foi constatada as vantagens do marketing esportivo e como os consumidores aprovam e tem uma boa receptividade pela empresa, gerando para a instituição um alto retorno financeiro e principalmente a fixação de sua marca. Este trabalho tem o intuito de mostrar as vantagens da utilização do marketing esportivo como estratégias de mercado, abrindo uma nova discussão nos meios acadêmicos locais.

[en] Currently the companies search forms to increase this sales, to extend its market and to guarantee quality of this products or services for the consumers. These are daily in any place, either in the work, home or in a leisure place receiving advertising information from the companies which search to increase this sales. The sport marketing comes to be the form of strategy of the companies to faithfulness and to conquer clients using sports practices with commercial purpose. The concern in our society, to know to have the support of the sport as commercial partner seems to be one of the great differentials in the modern global economy. When analyzing the Banco do Brasil, was evidenced the advantages of the sport marketing and as the consumers approve and have a good receptivity for the company, generating for the institution one high finance return and mainly the memorization of its make. This work has intention to show to the advantages the use of the sport marketing as market strategies, opening a new discussion in the circles local academics.