



## **A INSERÇÃO DE UM PERSONAGEM INFANTIL NO MERCADO DE ACESSÓRIOS ESPORTIVOS UTILIZADOS NA PRÁTICA DE CAMINHADAS NA CIDADE DE MARINGÁ**

*Ivania Skura<sup>1</sup>, Guilherme Ribeiro de Moura<sup>2</sup>, Joaquim Martins Junior<sup>3</sup>*

**RESUMO:** O projeto em questão visa estudar a inserção de um personagem infantil no mercado maringaense de acessórios esportivos utilizados na prática de caminhadas. Através de uma pesquisa exploratória, será analisada a reação do público maringaense durante a divulgação de produtos esportivos contendo o personagem "Cuti", para entender como as mercadorias com a estampa do novo personagem serão recebidas pelo público. Objetiva-se conhecer a opinião do público universitário de Maringá sobre uma nova logomarca a ser inserida em acessórios esportivos usados na prática de caminhadas e, também, entender como a aplicação das ferramentas de marketing e o conhecimento do comportamento do consumidor interferem no resultado que seria a opinião desse determinado público sobre os novos produtos. Os dados serão coletados através de um roteiro de entrevistas que buscará a opinião dos participantes a respeito dos produtos apresentados. Os resultados serão analisados conforme as frequências e as porcentagens de respostas que poderão demonstrar a aceitação/rejeição do objeto conforme a reação da amostra composta por 40 estudantes universitários, que será obtida entre os acadêmicos que estejam circulando nas dependências do Centro Universitário de Maringá - CESUMAR no horário das entrevistas. O projeto vem a contribuir no conhecimento do mercado de acessórios esportivos que envolve especialmente o público universitário, colocando em pauta a funcionalidade da propaganda e o uso de conhecimentos de marketing no sucesso de lançamento de mercadorias. Por ser um projeto que envolve assuntos relacionados às áreas da educação física e da publicidade, o tema escolhido possibilita a integração das áreas de conhecimento. Espera-se, com este estudo, conhecer a opinião do público universitário acerca de uma nova logomarca em acessórios esportivos, a fim de analisar como um novo produto é recebido pelo mercado consumidor.

**PALAVRAS-CHAVE:** Logomarca, acessórios esportivos, mercado consumidor

<sup>1</sup> Acadêmica pesquisadora do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Maringá – Cesumar, Maringá – PR, ivaniaskura@hotmail.com;

<sup>2</sup> Acadêmico colaborador do curso de Engenharia Civil, Centro Universitário de Maringá – Cesumar, Maringá – PR, gui.moura21@hotmail.com;

<sup>3</sup> Professor Doutor do Curso de Educação Física, Centro Universitário de Maringá- Cesumar, Maringá – PR, jmjuniior@cesumar.br