

# A EXPANSÃO DE MERCADO DA BLUB: ESTRATÉGIAS PARA POSICIONAMENTO NO SETOR DE BEBIDAS PREMIUM

**Igor de Lima Bartolomeu, Skema Business School Brazil, Graduando**  
**Lucas Guimarães Mendes Santos, Skema Business School Brazil, Graduando**  
**Henrique Scopacasa Monteiro, Skema Business School Brazil, Graduando**  
**Gabriel Picinin, Skema Business School Brazil, Graduando**  
**Orientador: Max Cirino de Mattos (Doutorado)**  
**Coorientador: Mário Sérgio Teixeira Marques (Mestrado)**  
**Instituição-local: Skema Business School Brasil - Belo Horizonte**

LINHA DE PESQUISA | DISCIPLINA PRINCIPAL DO CONTEÚDO DO PÔSTER

Academic Writing

PALAVRAS-CHAVE

Expansão de mercado; Estratégia de marketing; Bebidas premium; Posicionamento de marca; Influenciadores digitais

## INTRODUÇÃO

A Blub é uma empresa que atua no segmento de bebidas premium, com foco em produtos saudáveis que oferecem uma experiência prazerosa ao consumidor sem comprometer o bem-estar. Tendo surgido como uma das pioneiras no mercado brasileiro, a Blub busca se consolidar como referência no setor, promovendo a combinação de prazer gastronômico e saúde.

O mercado brasileiro de bebidas premium tem apresentado crescimento acelerado nos últimos anos, impulsionado por tendências globais de busca por produtos saudáveis, sustentáveis e de qualidade superior. No entanto, a competição é acirrada, especialmente com marcas internacionais já consolidadas e o aumento de consumidores exigentes que buscam produtos que se alinhem com seus valores. Assim, a Blub enfrenta o desafio de aumentar sua participação de mercado, especialmente em locais estratégicos e entre consumidores de maior poder aquisitivo.

A empresa tem como objetivo expandir sua distribuição, posicionar-se em eventos de alto padrão e ampliar o reconhecimento da marca entre consumidores de produtos saudáveis. Após análises de mercado e estudos de caso de outras marcas bem-sucedidas, concluiu-se que o setor esportivo é uma oportunidade estratégica para alavancar a marca, atraindo consumidores que buscam uma vida saudável e ativa. Estratégias como parcerias com influenciadores digitais e patrocínios esportivos foram identificadas como essenciais para alcançar este público.

## PROBLEMA DE PESQUISA

Como a Blub pode aumentar sua penetração no mercado brasileiro de bebidas premium em eventos esportivos de alto padrão, com foco em consumidores de maior poder aquisitivo que buscam produtos diferenciados e saudáveis?

## OBJETIVOS

- **Aumentar a Penetração da Marca:** Aumentar a visibilidade da Blub em eventos esportivos e locais premium, fortalecendo sua presença entre consumidores de alta renda.
- **Desenvolver Parcerias Estratégicas:** Firmar parcerias com eventos esportivos de prestígio e estabelecimentos de alto padrão, garantindo condições especiais para distribuição e exposição da Blub.
- **Ativar Influenciadores Digitais:** Recrutar influenciadores digitais que compartilham os valores da marca para promover a Blub em redes sociais e eventos.
- **Implementar Campanhas de Marketing Eficazes:** Executar campanhas de marketing digital e off-line que destacam o valor saudável da Blub e aumentem a taxa de conversão de amostras em compras.

## MÉTODO E METODOLOGIA

Para atingir os objetivos propostos, a metodologia será dividida em três fases principais:

### I. Análise de Mercado e Comportamento do Consumidor:

Será realizada uma pesquisa de mercado aprofundada para determinar o perfil do público-alvo, com foco em consumidores de bebidas premium e indivíduos com estilo de vida saudável. Serão utilizados entrevistas com consumidores de alta renda, grupos focais com praticantes de esportes e questionários online direcionados a influenciadores digitais voltados ao nicho esportivo.

## **Desenvolvimento de Parcerias Estratégicas**

A Blub buscará eventos esportivos de prestígio e estabelecimentos de alto padrão que se alinhem com seus valores de saúde e bem-estar. Serão estabelecidos contratos de patrocínio e parcerias com influenciadores digitais relevantes. As métricas para avaliar essas parcerias incluirão o aumento de exposição da marca e o número de eventos fechados.

## **Execução de Campanhas de Marketing**

Serão desenvolvidas campanhas de marketing digital e off-line, focando no valor saudável da Blub. A eficácia será medida com base nos KPIs de alcance, engajamento, taxas de conversão e aumento de vendas.

## **RESULTADOS ESPERADOS**

Espera-se que a implementação dessas estratégias resulte em:

- Aumento de 25% na penetração da Blub no mercado de bebidas premium no Brasil.
- Estabelecimento de pelo menos 10 parcerias com influenciadores digitais no nicho de saúde e bem-estar.
- Crescimento de 20% no reconhecimento da marca em mídias sociais e aumento nas taxas de conversão.
- Ampliação da presença da marca em eventos de prestígio, reforçando seu posicionamento como referência no mercado de bebidas premium.

## **CONCLUSÃO**

A Blub tem um grande potencial de crescimento no mercado de bebidas premium, especialmente ao alinhar suas estratégias de marketing e expansão com os valores de saúde, bem-estar e exclusividade. O foco em eventos esportivos e parcerias com influenciadores digitais é uma forma eficaz de aumentar sua visibilidade e atrair consumidores de alto poder aquisitivo. Com a implementação das estratégias delineadas, espera-se um crescimento significativo da marca, tanto em termos de reconhecimento quanto de penetração no mercado brasileiro.

## REFERÊNCIAS

Andrade, A., Casagrande, P. de O., Bevilacqua, G. G., Pereira, F. S., Alves, J. F., Goya, A. L., & Coimbra, D. R. (2022). PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO, SOCIOECONÔMICO E ESPORTIVO DE TENISTAS INFANTO-JUVENIS BRASILEIROS DE ELITE. *Movimento*, 24, 65–78. <https://doi.org/10.22456/1982-8918.74041>

Hallak, R., Onur, I., & Lee, C. (2022). Consumer demand for healthy beverages in the hospitality industry: Examining willingness to pay a premium, and barriers to purchase. *PLOS ONE*, 17(5), e0267726. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0267726>