

Por 2014, Puma prepara incremento no futebol brasileiro

Guilherme Costa

A realização da Copa do Mundo de 2014 no Brasil intensificou a importância que o futebol terá nos planos da Puma para os próximos anos. A companhia de material esportivo prepara uma investida mais forte na modalidade em âmbito nacional, com foco em atletas.

Atualmente, o projeto tem sido direcionado para jogadores que estão nas categorias de base. A meta da Puma é encontrar atletas que tenham estilo e personalidade compatíveis com os ideais da marca, que se posiciona como uma empresa de luxo e life style no esporte.

“O que nós estamos vendo é que a Copa do Mundo no Brasil será uma oportunidade única. Sabemos que o Brasil consome muito futebol e que esse será um momento fantástico para todas as marcas. Por isso, queremos investir”, ratificou Manoela Daffre, diretora de marketing da Puma Brasil.

A empresa de material esportivo fechou recentemente com o goleiro Rafael, que defende o Santos. Além disso, tem feito prospecção em categorias de base de grandes clubes. O projeto da companhia inclui um planejamento de carreira para o atleta, com suporte de profissionais como fonoaudiólogos e psicólogos a fim de desenvolver a imagem do jogador.

O paradigma da Puma nessa investida é o velocista jamaicano Usain Bolt, grande destaque do atletismo nos Jogos Olímpicos de Pequim (2008). Ele tem contrato com a marca desde os 16 anos de idade, assinou quando ainda era apenas uma promessa e construiu carreira a partir do suporte da empresa.

“O que nos interessa é a atitude. O Usain Bolt é um cara vencedor, de muito talento, mas que também é engraçado e sabe se posicionar. Queremos jogadores que reúnam tudo isso”, completou Daffre.

Curiosamente, a Puma não deve fazer projeto semelhante para o atletismo ou outras modalidades no Brasil a despeito de o país também ser sede de uma edição dos Jogos Olímpicos nesta década – 2016, no Rio de Janeiro. Durante os próximos anos, a ideia da marca é se concentrar no futebol.

Para isso, a companhia buscará também um incremento em seu portfólio de clubes parceiros. A primeira missão é renovar contrato com o Grêmio – o atual vínculo termina no fim deste ano. Já existem conversas adiantadas para um novo acordo, mas no clube gaúcho também foi procurado por outras marcas de material esportivo.

**Fonte: Máquina do Esporte, 3 nov. 2010. [Portal]. Disponível em:
<<http://www.maquinadoesporte.com.br>>. Acesso em: 5 nov. 2010.**