

Brasileiro Anderson Silva (à dir.), estrela das lutas marciais, fecha contrato com Burger King



UFC traz “vale-tudo” dos negócios ao Brasil

Netshoes e Integralmédica buscam se associar ao evento do Rio de Janeiro em busca de salto na exposição de suas marcas

Bárbara Ladeia

bladeia@brasileconomico.com.br

Chega ao fim a contagem regressiva para o UFC Rio. No total, foram 14.850 ingressos vendidos, com preços variando de R\$ 800 a R\$ 1.600.

Os números mostram o porquê do interesse do mercado pelo MMA (sigla em inglês para artes marciais misturadas). A Netshoes, que atua em comércio eletrônico no setor esportivo, tem comemorado avanços. O crescimento mensal na venda de produtos ligados à luta chega a 180%, e a expectativa é que esse ritmo se sustente pelo menos até dezembro.

No momento, a empresa já chega perto dos 90% da meta de vendas para o ano na categoria. "Foi necessário adquirir estoques de emergência por duas vezes para suprir a demanda dos consumidores", comenta Roni Cunha, diretor de marketing da loja.

Em breve, a coleção de verão dos produtos licenciados pelo UFC estará disponível no site, com uma inovação: roupas e

SUPLEMENTOS

45%

é o crescimento nas vendas estimado pela Integralmédica para o ano de 2011.

US\$ 600 mil

é o montante que o mercado de suplementos alimentares gira por ano somente no Brasil.

acessórios para o público feminino, superando o patamar atual de 60 itens com a marca.

Os atletas de MMA têm atraído cada vez mais a atenção de marcas com pouca relação com o esporte. Prova disso é a campanha lançada pelo Burger King na última quarta-feira, com o campeão de pesos médios do UFC, Anderson Silva. Neste sentido, a Netshoes não pretende perder a onda e não descarta a possibilidade de patrocinar atletas.

Há mais de 15 anos nesse mercado, a Integralmédica, fabricante de suplementos alimentares, sabe bem da visibilidade oferecida pelos lutadores de MMA. "O aumento de visualização da marca é exponencial e instantâneo", avalia Felipe Bragança, diretor da empresa. "Os lutadores viraram heróis."

A empresa já nota um aumento substancial nas vendas. O crescimento esperado para 2011 é de 45%, calcado em sua maior parte na expansão do exército de consumidores e praticantes de modalidades ligadas às lutas. Atualmente, o mercado de suplementos alimentares gira US\$ 600 milhões somente no Brasil. ■