

Buscar por notícias, códigos de negociação

Buscar

Entrar

[Início](#)
[Meu portfólio](#)
[Notícias](#)
[Finanças Pessoais](#)
[Mercados](#)
[Indústrias](#)
[Tecnologia](#)

(↻) Mercado fechado

**BOVESPA**

80.898,70  
-633,84 (-0,78%)



**MERVAL**

30.143,44  
-878,15 (-2,83%)



**MXX**

47.799,09  
-63,01 (-0,13%)



**PETROLEO CRU**

59,05  
-2,10 (-3,43%)

**OURO**

1.318,10  
-0,90 (-0,07%)

# Marketing segue o bloquinho no carnaval

Folhapress 4 de fevereiro de 2018



Foto: Futura Press

TATIANA VAZ

SÃO PAULO, SP (FOLHAPRESS) - Por duas semanas, entre o pré-Carnaval e a pós-folia, a capital paulista troca o título de "terra da garoa" por "cidade com chuva de glitter biodegradável". Um chuveirão, localizado no largo da Batata, zona oeste da cidade, dará um banho de purpurina no público. Próximo dali, uma rodagigante proporcionará visão "redonda" dos arranha-céus quadrados da cidade.

As atrações fazem parte da estratégia da Ambev para divulgar as suas marcas no Carnaval de rua paulistano -mas são apenas uma parcela de um pacote maior.

Com o Carnaval se espalhando pelas calçadas do Brasil, a empresa organizou campanhas regionais para atender cada uma das 30 cidades onde suas marcas fazem algum tipo de patrocínio

Apenas a Skol vai ser exposta em 300 blocos, 80 deles em São Paulo. Em Belo Horizonte, vai ter cachoeira artificial (essa com água). Em Porto Alegre, ventiladores gigantes na orla do rio Guaíba vão reproduzir o vento "nordestão", famoso por atrapalhar os veranistas no litoral.

As empresas são unânimes quando explicam a razão para elevar os investimentos em blocos de rua em vez de manter a aposta em eventos fechados: a rua é mais democrática e, por isso, atrai mais gente e abre oportunidade para campanhas criativas que ficam na memória dos foliões consumidores.

Contribui ainda o fato de essa modalidade de diversão ganhar espaço. Na capital paulista, entre 2015 e 2018, o número de

Procurar cotações

Visualizados Recentemente >

Sua lista está vazia.

- 4 Banners Personalizados **R\$ 36,49** ~~R\$ 51,49~~
- 4 Banners Personalizados **R\$ 36,49** ~~R\$ 51,49~~
- 4 Banners Personalizados **R\$ 36,49** ~~R\$ 51,49~~
- Lonas Personalizadas **R\$ 69,49** ~~R\$ 87,99~~
- 1000 Cartões de Visita **R\$ 14,99** ~~R\$ 35,79~~

360impr

Leia também

**2 - Bruna Marquezine homenageia Neymar e fantasia de Carnaval**

Folhapress

blocos se multiplicou por seis. A expectativa é que os bloquinhos vão reunir 4 milhões de pessoas neste ano.

## ASSOCIAÇÃO

Para Cláudio Tomanini, professor de marketing da FGV, a popularidade dos blocos se dá pelo fato de os eventos fechados, como o desfile das escolas de samba, terem se tornado "caríssimos" e para poucos. "Investir no Carnaval de rua é uma forma de as companhias atrelarem suas marcas indiretamente à diversão. É uma boa oportunidade de estar próximo dos consumidores em momentos de mais alegria e menos críticas, além de ser menos custoso para as empresas", diz.

**HB20 Comfort 1.0 18/18 ent. + 36 x R\$499**

Hyundai Patrocinado

Não são poucas as empresas que decidiram aderir aos bloquinhos. A Duloren vai distribuir 2.000 calcinhas para os foliões do Bloco Areia, no Rio de Janeiro. A Avon destacou duas drags para maquiar os foliões no Bloco das Favoritas, presente com o mesmo nome no Rio e São Paulo.

**Não sabe para onde vai seu dinheiro? Veja 8 armadilhas que te impedem de ficar rico**

Yahoo Finanças

A Uber, além do patrocínio às escolas de samba cariocas, apoiará 32 blocos paulistas, incluindo o Bicho Maluco Beleza, de Alceu Valença, e a Confraria do Pasmado.

O aplicativo 99, além do patrocínio oficial da capital paulista, fará uma ação inusitada: dará carona gratuita aos foliões de um circuito de blocos para outro, em vans estilizadas da marca. No caminho, água, bala e uma marchinha criada para a empresa. "Sabemos que trânsito já é desafiador no dia a dia, imagina no Carnaval", diz afirma Meliza Pedroso, gerente de marketing da 99.

**Eita! - Mulher pelada não é notícia!**

Originais do Yahoo

A holandesa Heineken, assim como fez a cervejaria concorrente, vai se espalhar. Estará em 40 blocos de rua. Reforça a marca Amstel no Sudeste e Schin e Devassa no Nordeste. Vai distribuir tiaras com véu de noiva para as solteiras do bloco Casa Comigo, de São Paulo. Na região central da capital, copos personalizados e chopeira livre serão dados aos integrantes do bloco Baixo Augusta.

**9 dicas para vender mais no começo do ano**

Em Belo Horizonte, o lançamento da Amstel para consumidores locais vai ocorrer neste Carnaval. Há três anos, a empresa adotou o mesmo procedimento para apresentar a marca em São Paulo.

As oportunidades para o marketing na folia podem aumentar no próximo ano. A Dream Factory, empresa contratada pelas prefeituras do Rio e de São Paulo para assumir a infraestrutura do Carnaval, já captou, via Lei Rouanet, R\$ 10 milhões para incrementar ações entre os blocos e as empresas em 2019.

---

 **Visualizar reações (1)**

[Entre para publicar uma mensagem.](#)



 Pinheiros R\$ 2.750	 Pinheiros R\$ 2.600	 Perdizes R\$ 2.300	 Perdizes R\$ 2.000	 Pinheiros R\$ 1.850	 Perdizes R\$ 1.400
 Perdizes R\$ 2.500	 Sumarezinho R\$ 1.650	 Perdizes R\$ 1.200	 Perdizes R\$ 1.600	 Perdizes R\$ 1.700	 Perdizes R\$ 1.500

 Pinheiros R\$ 2.750	 Pinheiros R\$ 2.600
---	---



4 Banners Personalizados  
R\$ 36,49 ~~R\$ 51,49~~

4 Banners Personalizados  
R\$ 36,49 ~~R\$ 51,49~~

4 Banners Personalizados  
R\$ 36,49 ~~R\$ 51,49~~

360impr