

O MARKETING SOCIAL E POSICIONAMENTO DE MARCA: ANÁLISE EM ORGANIZAÇÃO SEM FINS LUCRATIVOS

POPP, Tadiane R.
RAIMUNDO, Ketiny C.B.

Resumo

Com a pretensão de atenuar problemas sociais, o marketing se torna ferramenta estratégica associando marca e causas relevantes, promovendo benefícios mútuos. O estudo tem o objetivo compreender como Marketing Social impacta no posicionamento de marca, através da análise do impacto de mídias sociais dos Escoteiros do Brasil. Mundialmente conhecido o Movimento Escoteiro é representado no Brasil pela União dos Escoteiros do Brasil – UEB, organização sem fins lucrativos, de caráter educacional, cultural, beneficente, através do voluntariado e reconhecida pela Organização Mundial do Movimento Escoteiro – OMME. Sua missão de contribuir para a educação de jovens, através do sistema de valores que se baseia na lei escoteira. O estudo realizou análise de conteúdo na página do Instagram: @escoteirosdoBrasil, da União dos Escoteiros do Brasil possuindo 1.374 publicações e 56,3 mil seguidores em 13 de outubro de 2022. Partindo de 1.374 publicações no período temporal de 6 meses, entre 01 de janeiro de 2022 e 30 de junho de 2022. Foram selecionadas 94 publicações, com um total de 136.802,00 curtidas e 2.216 comentários, categorizadas em institucional, divulgação, eventos, interação e campanhas. Após a interpretação dos dados percebe-se que os Escoteiros do Brasil mostram o valor da sua marca

RESUMO

através do marketing social, em todos os posts analisados evidenciando seu posicionamento de marca na rede analisada, atraindo mais pessoas para sua causa através da promoção de valores como: diversidade, honestidade, excelência, democracia, inclusão, inovação, sustentabilidade e cooperação.

Palavras-chave - :Marketing Social. Escoteiros do Brasil. Posicionamento de Marca

E-mails - tadiane.popp@unoesc.edu.br; carlaketiny@gmail.com