

IDENTIDADE E IMAGEM DA MARCA PEDIGREE E SUA AÇÃO SOCIAL "ADOTAR É TUDO DE BOM": UMA ANÁLISE SOB A PERSPECTIVA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS

Área temática: Relações Públicas

Forma de apresentação: Oral

Resultado do trabalho: Parcial

Jéssica Daniela Wasem¹; Andréia Silveira Athaydes²

RESUMO:

Nos últimos anos muitas pessoas vêm buscando marcas que demonstram preocupação com assuntos relacionados a sustentabilidade e responsabilidade socioambiental. Com essa mudança no comportamento do consumidor, as empresas vêm buscando atrelar a sua imagem a essas causas. Entretanto, cabe atentarmos que, nem sempre, essa postura é genuína e condiz com a sua identidade. O Objetivo central deste trabalho é analisar a campanha ?Adotar é Tudo de Bom?, promovida pela Pedigree, e sua correspondência com a identidade e imagem da marca. Para isso buscar-se-á identificar a identidade assumida pela marca Pedigree em seu portal na web; verificar como a campanha institucional ?Adotar é Tudo de Bom? reflete a identidade assumida pela marca Pedigree; e verificar se a percepção dos donos de pets sobre os produtos da marca Pedigree corresponde à identidade transmitida por ela na campanha ?Adotar é Tudo de Bom?. O método de pesquisa a ser utilizado será o estudo de caso, baseado em Gil (2008) e Yin (2014), acompanhado pela pesquisa exploratória de caráter qualitativo-quantitativo, baseada em revisão bibliográfica. A coleta dos dados será realizada por meio de um questionário destinado aos tutores de pet, um questionário e uma entrevista semiestruturada destinada a médicos veterinários e uma análise se conteúdo nas redes sociais e site da marca. A análise será interpretativa e estatística descritiva baseado em Gil (2008) e a análise de conteúdo terá Martins (2008) como base teórica.

Palavras-Chaves: Adotar é tudo de bom. Identidade e imagem. Responsabilidade socioambiental.

Referências:

GIL, A. C. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MARTINS, Gilberto de Andrade. Estudo de Caso: uma estratégia de pesquisa. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

YIN, Robert K.. Estudo de Caso: Planejamento e Métodos. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2014.

¹ Acadêmica das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. jessicawasem@sou.faccat.br

² Professora Orientadora das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. athaydes@faccat.br