

Educação Física

PERSPECTIVAS DA IDENTIFICAÇÃO E ENVOLVIMENTO DOS TORCEDORES COMO PATROCINADORES DO BOA ESPORTE CLUBE - BEC

Yury Manoel Brito da Silva - 8º Período, Iniciação Científica Voluntária – Departamento de Educação Física – FCS – UFLA.

Tamires Helena da Silva - 7º Período, Iniciação Científica Voluntária – Departamento de Educação Física – FCS – UFLA.

Caroline Aparecida de Lima - 7º Período, Iniciação Científica Voluntária – Departamento de Educação Física – FCS – UFLA.

Joice Benedita Silva - 7º Período, Iniciação Científica Voluntária – Departamento de Educação Física – FCS – UFLA.

Marcelo de Castro Teixeira - Orientador - Docente do Departamento de Educação Física – FCS – UFLA. - Orientador(a)

Resumo

O patrocínio é considerado o principal investimento de marketing esportivo, pois quase metade da população brasileira afirma estar mais propensa a gostar de uma marca por ela estar envolvida em patrocínios esportivos (IBOPE MEDIA, 2014). Hoje, a maioria dos clubes profissionais está colocando em prática planos de marketing, como o projeto sócio torcedor e a venda de ingressos virtuais. Assim, este estudo objetiva identificar as possibilidades de inserção dos torcedores como possíveis patrocinadores, e analisar o impacto da relação entre os torcedores, patrocinadores e o Boa Esporte Clube, da cidade de Varginha/MG. A pesquisa se caracteriza como exploratória, e foi utilizado o método da pesquisa quantitativa. A amostra do estudo é composta por 108 indivíduos de ambos os sexos, sendo (73 masculinos e 35 femininos). Para atingir os objetivos da pesquisa foi realizada uma entrevista onde os indivíduos responderam 7 perguntas, sendo: 1) Seria um patrocinador do BEC? 2) Como avalia a saída dos patrocinadores do BEC? 3) Algum acontecimento recente possa ter impactado a relação entre o BEC, torcedores e patrocinadores? 4) Qual motivo? 5) Como você avalia este acontecimento? 6) Renda Mensal. 7) Escolaridade. Os resultados obtidos foram: 56% não seriam patrocinadores do BEC, 44% afirmaram que seriam. Sobre a saída dos patrocinadores 49% consideraram justificável, 29% injustificável e 22% indiferente. 76% responderam que algum acontecimento impactou a relação entre o BEC e torcedores/patrocinadores e 24% responderam que não houve nenhum motivo. Sobre o motivo 63% responderam ser devido à contratação do goleiro Bruno, 34% não responderam, 2% responderam ser influência da mídia e 1% respondeu outros motivos. Sobre este acontecimento 61% responderam ser negativo para o BEC, 9% responderam ser positivo e 30% não responderam. Sobre a renda mensal, 10% responderam ganhar até R\$1.874,00, 22% até R\$3.748,00, 26% até R\$ 5.622,00, 24% até R\$ 11.244,00 e 10% R\$11.244,00 ou mais. Sobre a escolaridade, 2% responderam que tinham o Ensino Fundamental, 28% o Ensino Médio, 5% o Ensino Tecnológico, 44% o Ensino Superior, 13% especialização e 8% mestrado ou doutorado. Verificou-se que o patrocínio vindo dos torcedores é importante para qualquer clube, sendo que alguns acontecimentos podem ser o motivo pelo qual o time ganhe novos adeptos ou os percas. Dessa forma notou-se que o patrocínio esportivo, devidamente bem gerido, pode oferecer um aporte de capital para o clube.

Palavras-Chave: PATROCÍNIO, TORCEDORES, BOA ESPORTE CLUBE (BEC).

Instituição de Fomento: PROEC/UFLA

Link do pitch: <https://youtu.be/likp4hkVvMA>