



II SPPEL

Seminário de Políticas Públicas
de Esporte e Lazer

23 e 24 de Novembro | Maringá - PR

Gestão Pública Municipal de Esporte e Lazer

MARKETING ESPORTIVO COMO ESTRATÉGIA DE AQUISIÇÃO DE RECURSOS FINANCEIROS PARA ASSOCIAÇÕES ESPORTIVAS

Adriano Teixeira Faccin (UEM)
Universidade Estadual de Maringá, Maringá, Paraná, Brasil
adriano.tfaccin@gmail.com

Introdução: No Brasil, a tendência do marketing esportivo é de expansão, pois tem se mostrado uma forma de divulgação bastante vantajosa para as empresas divulgarem suas marcas, atingirem seu público potencial e, por consequência, aumentarem suas vendas. Este artigo desenvolve reflexões conceituais sobre determinados termos decorrentes do marketing, em especial o marketing esportivo, mostrando suas vantagens e formas de utilização dentro de instituições ligadas ao esporte, promovendo ações voltadas à prática e à divulgação de clubes e associações esportivas, seja pela promoção de eventos ou pela busca por patrocínio. **Objetivos:** relacionar outras possibilidades de manutenção das associações esportivas que não somente recursos do poder público municipal, as capacitando para o devido cumprimento das atuais exigências administrativas e legais, a fim de evitar a inviabilidade ou descontinuidade de atividades e projetos, incentivando o esporte e o lazer da região, sem prejudicar o público atendido. **Metodologia:** analisar o cumprimento das atuais exigências administrativas e legais das associações esportivas da cidade de Maringá-PR; analisar e comparar modelos de projetos de concessão de patrocínios esportivos elaborados com excelência; analisar ferramentas e conceitos do marketing esportivo, aplicáveis às ações e estratégias para obtenção de recursos. **Resultados:** o atual trabalho está em andamento, porém espera-se com esta pesquisa oferecer diferentes ideias e ações para as associações esportivas obterem recursos que não somente do poder público municipal. **Conclusões:** A partir do estudo proposto, espera-se direcionar e apontar para os clubes e associações esportivas, quais as melhores ferramentas e estratégias do Marketing Esportivo para captação de recursos, além do poder público municipal; como também, fomentar as discussões possíveis a cerca dessa temática.

Palavras-chave: Associações Esportivas; Marketing Esportivo; Políticas públicas.