



A RELEVÂNCIA DO MERCADO ESPORTIVO: Um estudo sobre disciplina cursada durante mobilidade acadêmica

Naylla da S. CALORI¹; Wagner Z. de FREITAS²

RESUMO

Este relato de pesquisa explora a importância da disciplina de Mercado Esportivo e Marketing na formação de profissionais de Educação Física, destacando o desenvolvimento de habilidades em gestão e empreendedorismo. O estudo tem como objetivo analisar o impacto dessa disciplina, com base na experiência de um intercâmbio acadêmico em Bogotá, Colômbia, e propor a criação de uma academia fictícia exclusiva para mulheres, identificando uma lacuna de mercado local. A metodologia combina teoria e prática, e os resultados apontam para o potencial do marketing esportivo como ferramenta estratégica para inovação e crescimento em mercados. O trabalho reforça a necessidade de integrar conhecimentos de marketing na formação acadêmica para fomentar o empreendedorismo no setor esportivo.

Palavras-chaves: marketing; empreendedorismo esportivo; formação acadêmica

1. INTRODUÇÃO

O esporte pode ser analisado sob três perspectivas principais: como produto, como marca e como experiência. Segundo Melo (2020) ao ser encarado como produto, o foco está nos benefícios que ele proporciona, tanto tangíveis, como a saúde, quanto intangíveis, como a autoestima e a disciplina. A visão do esporte como marca explora as emoções e sentimentos que ele provoca, enquanto o esporte como experiência se concentra em seu papel e relevância na vida cotidiana das pessoas. No contexto do marketing esportivo, a visão do esporte como produto é frequentemente predominante, destacando-se pela valorização dos benefícios que o esporte oferece.

Nesse contexto, para comercializar e promover o esporte, é essencial compreender os procedimentos e protocolos adequados. Pois, trata-se de um setor em constante expansão e transformação, desempenhando um papel vital na criação e manutenção de espaços voltados à prática de atividades físicas e esportivas. Dessa forma, é imprescindível que os profissionais tenham o conhecimento e a preparação necessários para atuar nesse campo, justificando a inclusão de uma disciplina específica sobre mercado, empreendedorismo e marketing na grade curricular dos cursos de Educação Física (Programa Analítico da disciplina da, Universidade de Ciências Aplicadas e Ambientais (UDCA), em Bogotá, Colômbia, em 2024, e pelo Projeto pedagógico IFSULDEMINAS, 2021).

¹Bolsista em mobilidade acadêmica, IFSULDEMINAS – *Campus Muzambinho*. E-mail: naylla.calori@alunos.ifsuldeminas.edu.br

²Docente do curso de Educação Física, IFSULDEMINAS – *Campus Muzambinho*. E-mail: wagner.freitas@muz.ifsuldeminas.edu.br

Assim, a disciplina de Mercado esportivo e marketing oferece aos graduandos conhecimento sobre gestão de negócios e empreendedorismo individual, preparando-os assim para o mercado de trabalho. Tornando-os melhor preparados para abrir e gerenciar novos empreendimentos, assim como inovar dentro das empresas onde atuam, proporcionando crescimento contínuo aos empreendimentos (HENRIQUE; CUNHA, 2008 apud CORREIA, 2017). A realização dessa disciplina durante um intercâmbio acadêmico proporcionou uma visão aprofundada sobre as estratégias de marketing esportivo em um contexto internacional, comparando as práticas entre o Brasil e a Colômbia.

Este trabalho científico visa demonstrar a importância da disciplina de Mercado Esportivo na formação dos profissionais de Educação Física, ressaltando o valor agregado pela experiência de estudá-la em um intercâmbio acadêmico em Bogotá, Colômbia. Além disso, o estudo inclui uma análise preliminar sobre a criação de uma academia fictícia exclusiva para mulheres em Bogotá, motivada pela identificação de uma lacuna significativa no mercado local para atender às necessidades específicas desse público.

2. METODOLOGIA

A metodologia da disciplina de Mercado Esportivo e Marketing foi desenhada para oferecer uma formação completa e aplicada, utilizando uma combinação de abordagens teóricas e práticas. A seguir, são detalhados os principais componentes da metodologia:

2.1. Objetivos de Aprendizagem

Os principais objetivos de aprendizagem da disciplina foram:

- **Compreender os Conceitos Fundamentais:** Os alunos deveriam adquirir uma compreensão sobre os conceitos chave relacionados ao mercado esportivo, incluindo a distinção entre o esporte como produto, marca e experiência, e as dinâmicas do mercado esportivo.
- **Desenvolver Estratégias de Crescimento:** Preparar os alunos para elaborar e implementar planos de marketing que visem o crescimento econômico e a melhoria das entidades esportivas.
- **Analisar Processos Econômicos:** Ensinar os alunos a identificar e analisar processos econômicos comunitários que influenciam a oferta e promoção de entidades esportivas.

2.2. Metodologias Ativas

A disciplina incorporou diversas metodologias ativas para facilitar uma aprendizagem dinâmica e envolvente:

- **Estudos de Caso:** Os alunos analisaram casos reais de organizações esportivas, discutindo estratégias e desafios específicos enfrentados por essas entidades.

- Simulações de Mercado: Foram realizadas simulações para que os alunos pudessem aplicar conceitos de marketing esportivo em cenários simulados, promovendo a compreensão prática das estratégias discutidas.
- Debates e Discussões: Atividades de debate permitiram que os alunos discutissem e refletissem sobre as práticas e tendências atuais do mercado esportivo.

2.3. Avaliação

A avaliação do progresso dos alunos foi multidimensional e incluiu:

- Provas Teóricas: Para avaliar a compreensão dos conceitos fundamentais e a capacidade de aplicar teorias e técnicas de marketing esportivo.
- Trabalhos Práticos: Incluíram a criação de planos de marketing e a elaboração de estratégias de promoção para entidades esportivas.
- Projetos de Grupo e Apresentações de Seminários: Os alunos desenvolveram projetos finais que integraram os conhecimentos adquiridos, com apresentação de suas propostas e soluções para casos práticos, que permitiram que os alunos demonstrassem suas habilidades de comunicação e argumentação.

Essas abordagens garantiram uma formação prática e teórica robusta, preparando os alunos para enfrentar os desafios do mercado esportivo e contribuir para o desenvolvimento de estratégias inovadoras e eficazes.

3. RESULTADOS

3.1. Identificação de Lacunas no Mercado Esportivo de Bogotá

- Análise do Mercado Atual:

A capital colombiana, com sua rica diversidade cultural e crescente interesse por atividades físicas, ainda apresenta lacunas significativas em termos de serviços voltados especificamente para o público feminino. Segundo pesquisas realizadas no Google Maps, existem mais de 236 academias, mas apenas 5 delas são exclusivamente para mulheres, das quais apenas uma está localizada no norte de Bogotá, área mais nobre da capital colombiana. Oportunidade Identificada foi a falta de academias dedicadas ao público feminino, evidenciando uma lacuna significativa no mercado.

3.2. Proposta de Criação de Academia Exclusiva para Mulheres

- Identificação das Necessidades e Objetivos:

Definição de objetivos principais: Criar um ambiente seguro e acolhedor para mulheres praticarem atividades físicas. Embora a conscientização sobre a importância da saúde e do bem-estar das mulheres esteja crescendo, a oferta de academias voltadas exclusivamente para esse público ainda é limitada. Com base nisso, durante um trabalho proposto em aula que solicitava a criação de uma empresa ou evento, surgiu a oportunidade de idealizar uma academia exclusivamente para mulheres. Embora fosse uma criação fictícia, todas as etapas foram rigorosamente seguidas: identificação das necessidades e objetivos, definição do público-alvo, pesquisa de mercado e análise da concorrência, elaboração de estratégias, determinação de recursos e pressupostos disponíveis,

planejamento do cronograma, acompanhamento da execução do plano, e análise dos resultados obtidos.

- Estratégias de Marketing:

Adoção de campanhas direcionadas e parcerias com influenciadoras. Do ponto de vista do marketing, uma academia para mulheres exige uma abordagem estratégica que leve em conta as particularidades socioculturais. Elementos como a comunicação direcionada, parcerias com marcas e influenciadoras locais, e o uso eficiente das mídias sociais seriam fundamentais para o sucesso dessa empreitada.

3.4. Relevância do Marketing Esportivo

- Importância do Marketing Esportivo:

A análise desse cenário demonstra como o marketing esportivo pode ser uma ferramenta poderosa para identificar e explorar oportunidades de mercado que, embora negligenciadas, possuem grande potencial de crescimento. A compreensão das dinâmicas locais e a adaptação das práticas de marketing ao contexto específico de Bogotá são essenciais para transformar uma ideia em um empreendimento sustentável e de impacto.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo reforça a importância de integrar o marketing esportivo na formação de profissionais de Educação Física, destacando seu papel estratégico na identificação de oportunidades de mercado e no desenvolvimento de novos empreendimentos. A proposta de uma academia exclusiva para mulheres em Bogotá exemplifica o potencial do marketing esportivo como catalisador de inovação em mercados emergentes. O empreendedorismo, como fenômeno multidimensional, exige uma visão ampla, englobando aspectos econômicos e gerenciais. A experiência de cursar a disciplina em Bogotá ampliou a perspectiva internacional dos estudantes, preparando-os para atuar no mercado e gerir negócios de forma eficaz. O estudo enfatiza a necessidade de capacitar os profissionais para empreender com competência e inovação no setor.

REFERÊNCIAS

CORREIA, C. A. C. O empreendedorismo em cursos de Educação Física de Instituições de Ensino Superior de Curitiba. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Educação Física) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2016.

MELO, F. P. Marketing esportivo (recurso eletrônico): o esporte como ferramenta do marketing moderno. 1. ed. Rio de Janeiro, 2020. Disponível em:
<https://books.google.com.br/books?id=uFvwDwAAQBAJ&lpg=PT5&dq=marketing%20esportivo%20vis%C3%A3o%20geral&lr&hl=pt-BR&pg=PT2#v=onepage&q&f=false>.

PROGRAMA DE ANÁLISIS DEL CURSO, Mercado Y Deporte. Machine translated by Google. Documento disponibilizado pela Universidade de Ciências Aplicadas e Ambientais (UDCA), s.d.

PROJETO PEDAGÓGICO do Curso de Graduação em Educação Física Licenciatura e Bacharelado. IFSULDEMINAS, 2021.