

# Instituto Universitário da Maia - ISMAI

Departamento de Ciências da Educação Física e Desporto



Marketing Aplicado ao Desporto na Natação

João Pedro Bento dos Santos

Mestrado em Gestão do Desporto

Orientador Institucional  
Doutor José Luís Reis



## Resumo

O desporto é uma atividade em crescimento na sociedade em que vivemos, com um número crescente de praticantes, seja por motivos de lazer e recreativos, com o objetivo de vivenciar experiências novas e desafiantes, seja na vertente competitiva. Por esta razão, o desporto é também uma atividade cada vez mais desafiante e complexa, onde é necessário inovar para se atingirem objetivos. É assim para quem o pratica, mas também para quem faz a sua gestão, como os gestores desportivos. Ainda que Portugal seja um país com uma grande tradição no futebol, as entidades que lutam pelas modalidades mais pequenas devem procurar erguer-se e ter destaque na comunicação social com resultados apetecíveis de modo a promover o interesse na modalidade. É aqui que entra o Marketing do Desporto e as vantagens que este pode proporcionar a esta batalha que as entidades travam diariamente.

O Marketing não só ajuda na promoção da modalidade como na angariação de atletas, angariação de patrocínios e apoios para a modalidade, tornando-a apetecível aos investidores. É importante salientar que o Marketing não é exequível apenas nas grandes instituições, pois todas elas conseguem retirar benefícios deste, se o mesmo for bem gerido.

Este trabalho começa por apresentar o resultado de uma pesquisa sobre vários autores especialistas em marketing, começando por aprofundar o conceito de Marketing numa perspetiva mais generalista, seguindo-se as componentes relacionadas com o Marketing Desportivo. Foi realizada uma pesquisa acerca de várias componentes do marketing, relacionando as componentes do Marketing Mix ao desporto, para se perceber os comportamentos do consumidor de desporto e, por fim, entender o que é feito a nível de Marketing na natação. Posteriormente, foi distribuído um inquérito por algumas pessoas que têm responsabilidades na natação, tais como coordenadores de piscinas, diretores técnicos de clubes e atletas de alta competição. Desta forma, foi possível obter informações sobre as experiências, bem como as opiniões de quem vive e sente a natação há muitos anos, acompanhando a sua evolução ao longo do tempo. No trabalho é feita uma reflexão sobre as respostas às entrevistas, sendo também apresentada a realidade atual da natação em Portugal.

**Palavras-chave:** Marketing; Marketing Desportivo; Gestão do Desporto; Natação