

Instituto Universitário da Maia – ISMAI

Departamento de Ciências da Educação Física e Desporto



Aplicação de uma secção de esportes num clube de desportos tradicionais

Adriano Fernandes

Mestrado em Gestão do Desporto

Orientador Institucional: Professor Doutor José Carvalho Vieira

## Resumo

A idade média dos espetadores de desportos tradicionais na televisão tem sofrido um acréscimo nos últimos anos, tornando o seu público cada vez mais velho (Lombardo & Marra, 2017). Torna-se então vital perceber novas formas de os clubes revitalizarem a sua massa associativa. Os esports definem-se como a competição nos videojogos, sendo esta a nível profissional ou amadora, e possuindo um circuito competitivo estabelecido (Hamari & Sjöblom, 2017). Este é um mercado com um público-alvo com idades compreendidas, essencialmente, entre os 21 e os 35 anos. Assim, este mercado pode apresentar-se como uma solução para a captação deste público jovem.

O *sponsorship* apresenta-se como uma fonte de receitas fulcrais para as organizações desportivas (Kelly et al., 2016). Através desta dissertação, percebemos que fatores como a congruência entre a visão, os objetivos e os valores entre *sponsor* e *sponsee* ou a duração da parceria podem levar ao aumento da consciência do público-alvo sobre a marca patrocinadora, levando a melhores resultados na parceria.

Através da comparação de dois estudos de caso, percebemos que o mercado nacional e a gestão dos esports em Portugal ainda se encontra atrasada em relação ao mercado internacional, principalmente no que toca à gestão do *sponsorship* e da mentalidade relativamente ao mercado.

Foi então realizado um plano estratégico para o SC Braga de modo a implementar uma secção de esports no clube, procurando utilizar todo o conhecimento obtido através da revisão da literatura e dos estudos de caso. Entendeu-se então que uma secção de esports pode trazer benefícios a um clube de desportos tradicionais, principalmente na ligação com um público mais jovem.

**Palavras-Chave:** gestão de desporto; patrocínio; patrocínio no desporto; gestão de patrocínios; esports;