



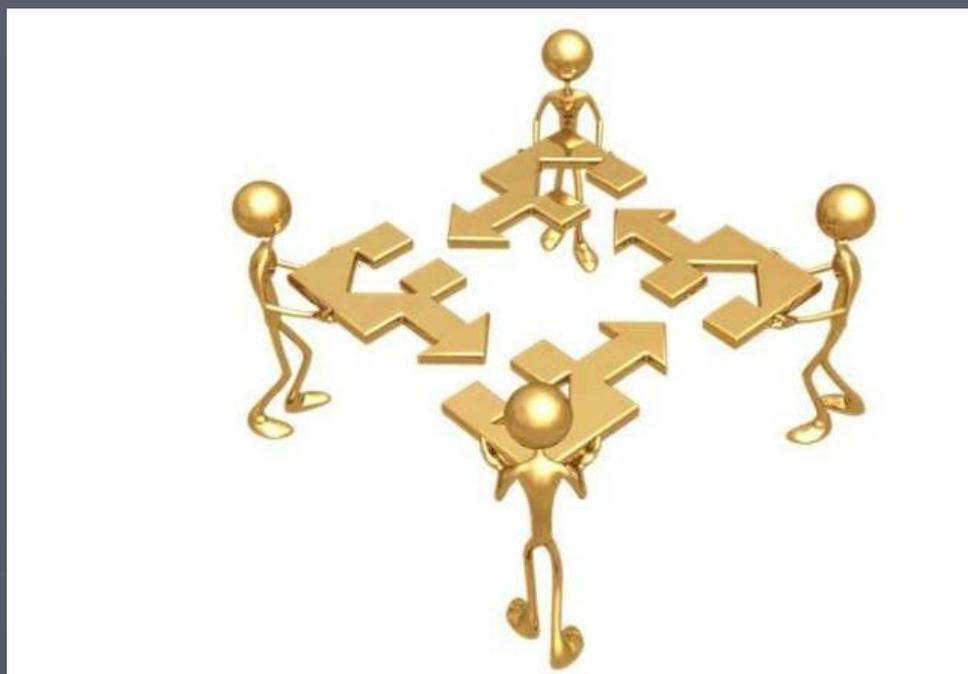
# Elaboração de Projetos Esportivos

Prof. Dr. Áttila Alexandre Trapé

# Projeto

Em síntese, examinadas as condições financeiras das nossas entidades desportivas, admitimos que todas elas, umas mais outras menos, sofrem os efeitos de uma generalizada falta de recursos (Relatório de João Lyra Filho ao Ministério da Educação e Saúde, 1944)





- ▶ Justificativas para realização (autorização)
- ▶ Captação de Recursos

- ▶ Projeto é a sistematização de uma ideia, apresentada de maneira lógica em forma e conteúdo. Tem como base o método, a organização, o conteúdo, a explicitação da ideia e originalidade (POIT, 2013)



- ▶ Projeto é um esforço temporário e único empreendido para alcançar um determinado objetivo. É um produto ou serviço único, não repetitivo e que envolve uma previsão e, ao mesmo tempo, um certo grau de incerteza na sua realização (PMI, 2008)



# Projetos

- ▶ É o elemento de conexão entre os níveis **estratégico - operacional**.
- ▶ Arquiteta um plano de ação a ser executado em um tempo previamente determinado e suficiente para a plena realização do estabelecido.
- ▶ Permite ao executor do evento atrair parceiros.

# Projetos – pontos importantes

- ▶ O registro do seu projeto é uma maneira de proteger sua ideia ou marca - propriedade intelectual
- ▶ Cartório ou empresas especializadas em marcas e patentes
- ▶ Lei de direitos autorais nº 9610/98 – 19/02/98

# Projeto Características



1. Ser compreensível e definido
2. Tema Atual – Identidade regional
3. Considere datas festivas e cívicas para eventos
4. Crie uma logomarca
5. Pense na possibilidade de adotar um mascote
6. Complemente sua ideia – ecologia, filantropia
7. Procure parcerias que agreguem prestígio ao projeto
8. Pense no retorno aos patrocinadores

# Retorno aos patrocinadores ou apoiadores

- ▶ Associação ao nome do evento
- ▶ Repercussão imediata
- ▶ Reconhecimento Público
- ▶ Envolvimento com a comunidade
- ▶ Responsabilidade Social
- ▶ Exposição espontânea na mídia
- ▶ Venda de Produtos
- ▶ Incentivos Fiscais

# Formas de Captação de Recursos

- ▶ Patrocínio: exclusivo, máster e copatrocínio
- ▶ Apoio;
- ▶ Mecenato;
- ▶ Doação;
- ▶ Permuta/escambo;
- ▶ Incentivo fiscal.

# Patrocínio

- ▶ Exclusivo: cobre 100% do evento;
- ▶ Máster: compra parte significativa das cotas
- ▶ Co-patrocínio: cada um compra uma cota. Nesse caso, as cotas podem ser iguais ou variar (diamante, ouro, prata, bronze)

# Apoio

- ▶ São recursos variados, que não em espécie:
- ▶ Local;
- ▶ Chancela;
- ▶ Sites, rádio, jornal, revista, TV, Prefeitura, Iniciativa Privada

# Mecenato

- ▶ Aquele que patrocina sem pedir nada em troca

# Doação

- ▶ Comum em eventos filantrópicos; revelados ou omissos

# Permuta/Escambo

- ▶ Trocas visando interesses recíprocos

# Incentivo Fiscal

- ▶ Necessário estar atento às leis municipais, estaduais e federais.
- ▶ Saber qual a sua situação legal e a do patrocinador (CNPJ).



## 2014 FIFA WORLD CUP BRAZIL™

### FIFA PARTNERS



### FIFA WORLD CUP SPONSORS



### NATIONAL SUPPORTERS



# Aproveitamento Promocional/Comercial

- ▶ Mostrar os benefícios ao patrocinador ou entidade ou para o político que você busca apoio, dando ênfase ao plano de mídia.
- ▶ O que é plano de mídia???

É um conjunto de ações promocionais utilizando os diversos veículos de comunicação de forma planejada, sucessiva e ordenada.

**ESPORTE**

Hortolândia VIVA

Ginásio Victor Savala

GINÁSIO POLIESPORTIVO VICTOR SAVALA

Prefeitura da Cidade de HORTOLÂNDIA

UM ESPAÇO MODERNO, CONSTRUÍDO NOS PADRÕES INTERNACIONAIS

Prefeitura da Cidade de HORTOLÂNDIA



- ▶ Folhetos
- ▶ Cartazes
- ▶ Banners
- ▶ Estandes
- ▶ Logo em todo material do evento
- ▶ Outdoors
- ▶ Internet
- ▶ Faixas
- ▶ Bonés
- ▶ Camisetas
- ▶ Adesivos
- ▶ Squeezes
- ▶ Contratação de artistas e/modelos
- ▶ Anúncios na mídia em geral (rádio, TV, jornais),
- ▶ Aluguel de equipamentos promocionais

# Consultoria - Expertises



16 3623-3317 | contato@goalprojetos.com.br

Procurar

Home

Quem somos

O que fazemos

Incentivar

Projetos em execução

Leis de Incentivo

Notícias

Vídeos

Contato



## Leis de Incentivo

Por meio de renúncia fiscal, o governo abre mão de parte dos impostos pagos por empresas e pessoas físicas para incentivar aspectos como saúde, cultura e esporte.



## Projetos Realizados

Conheça projetos que a Goal, junto com seus parceiros, transformou em realidade.



## Como incentivar

Pessoas físicas e empresas podem escolher, sem nenhum custo adicional, o destino do imposto a pagar. O recurso está à disposição de todos e esperando para ser utilizado.

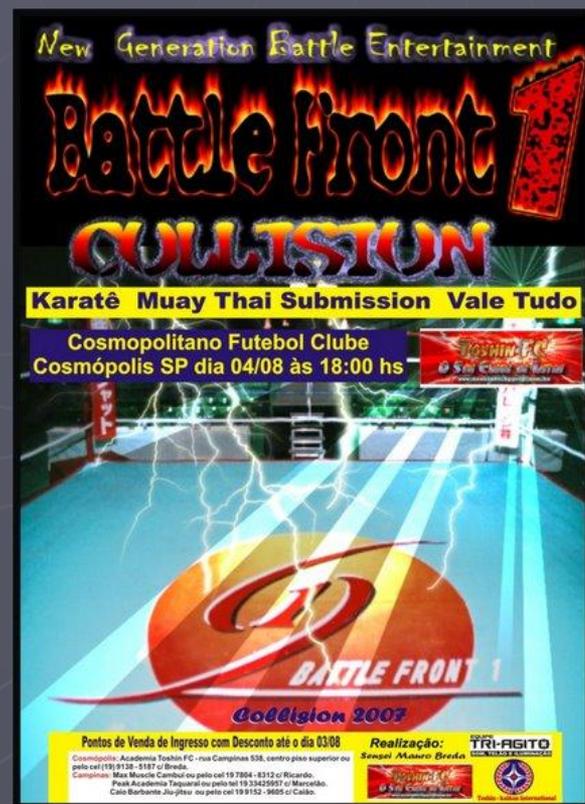
# Desenvolvendo um projeto

## Pontos Relevantes

1. CAPA
2. INTRODUÇÃO
3. JUSTIFICATIVA
4. OBJETIVOS
5. DESENVOLVIMENTO
6. RECURSOS
7. APROVEITAMENTO PROMOCIONAL/COMERCIAL
8. CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO
9. ANEXOS

# 1 - CAPA :

- ▶ nome do projeto, "slogan" e logomarca
- ▶ Local
- ▶ Data ou período



# Desenvolvendo um projeto

## Pontos Relevantes

MISSÃO

VISÃO

VALORES

## Missão

- Define o propósito da empresa, ou seja, o que ela faz no presente;
- É a razão de ser da empresa.

## Visão

- Representa o futuro que a empresa deseja alcançar;
- É o sonho da empresa para o futuro;
- Mostra o que a empresa quer ser no futuro, onde quer chegar, suas metas para os próximos anos;

## Valores

- São os princípios que orientam as ações e decisões da empresa;
- São os ideais a serem atingidos com base no que a empresa acredita;
- São os valores que regem a atuação da empresa.

## 2 - INTRODUÇÃO:

- ▶ Resumo geral do tema do projeto
- ▶ Resumo geral do projeto
- ▶ Compreensível e objetivo
- ▶ resumo geral do projeto, o que é, para quem é, existe em algum lugar?

## 2 E 3- INTRODUÇÃO E JUSTIFICATIVA:

- ▶ O porquê do projeto, o porquê do local
- ▶ Origem da ideia
- ▶ Relação da ideia com os proponentes do projeto
- ▶ Inserir dados de pesquisa, com um pequeno referencial teórico – pesquisa de mercado

# Projeto de Esporte socioeducativo



# PÚBLICO PRIORITÁRIO:

- ▶ Ou público alvo, é para quem se destina o projeto.
- ▶ Especificar público geral e segmentação específica.
- ▶ Apresentar estimativa de público e de participantes.

# 4 - OBJETIVOS:

- ▶ O que se pretende com o projeto. Dar ênfase aos resultados esperados.
- ▶ Definir um objetivo principal e, a partir deles, os secundários.
- ▶ Objetivo geral, específico, educacional e social.
- ▶ Meta (quantitativo) x objetivo (qualitativo)

# 5 - Desenvolvimento

- ▶ É a descrição das etapas do cronograma, ou seja, o que será feito em cada data do evento ou programa a ser desenvolvido: antes, durante e depois.
- ▶ Detalhes operacionais: inscrição, premiação, ativação da plataforma, contatos, etc



# Viabililidade no desenvolvimento

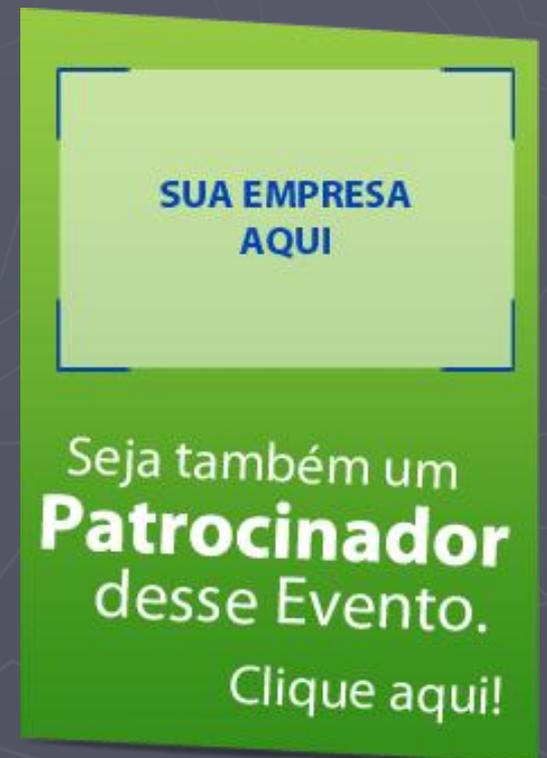
- ▶ Viabilidade política
- ▶ Viabilidade Financeira
- ▶ Viabilidade Técnica
- ▶ Viabilidade Social
- ▶ Viabilidade Ambiental

# 6 - RECURSOS:

- ▶ Físicos: espaço
- ▶ Materiais: objetos, equipamentos
- ▶ Humanos: equipe de apoio, mão de obra
- ▶ **Financeiros: descrever orçamento, sinalizando valores – pesquisa de mercado**
- ▶ Diferenciar o que você já possui e aquilo que precisa ser providenciado, com a estimativa de custos.
- ▶ **ATENÇÃO AO ORÇAMENTO!!! PLANEJE!!!**

# 7 – APROVEITAMENTO PROMOCIONAL/COMERCIAL

- ▶ Retorno ao patrocinador; benefícios
- ▶ Apresentar plano de mídia
- ▶ Cotas de patrocínio



# 8 - CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

- ▶ Quadro demonstrativo com data e tempo de duração de cada fase do projeto.
- ▶ Um resumo de tudo o que acontece antes, durante e depois do evento.

**Projeto: Plantação de novas mudas de árvores na praça central da cidade**

Início: Nov/2010 Término: Nov/2010

Ação	Tempo Previsto	Data Inicial	Data Final
Busca de parceiros	5 dias	01/11/2010	05/11/2010
Divulgação do projeto pela cidade	5 dias	08/11/2010	12/11/2010
Preparação do projeto	5 dias	15/11/2010	26/11/2010
Pesquisa na Internet sobre as mudas que serão plantadas	2 dias	27/11/2010	28/11/2010
Plantação de árvores na praça	2 dias	29/11/2010	30/11/2010
Postar na Internet	5 dias úteis	01/11/2010	05/11/2010
Fechamento	1 dia	08/11/2010	08/11/2010

# 9 - ANEXOS

- ▶ Mapa de acesso
- ▶ Croqui dos locais de competição
- ▶ Currículo das pessoas chave para o sucesso do evento
- ▶ Fotos do local

UM PROJETO COMERCIAL  
BUSCA O ESTILO CRIATIVO,  
OUSADO E INSPIRADOR,  
DIFERENTE DO ACADÊMICO  
QUE APRESENTA PERFIL  
MAIS SÓBRIO E FORMAL.