



Pesquisa de Mercado

Os Esportes Preferidos pelos Presidentes.

Copyright © 2005,
MSI Sports
Todos os direitos reservados.
All rights reserved



Sumário

1. Apresentação
2. A Pesquisa
3. O Perfil das Empresas Participantes
4. O Esporte como Estratégia de Marketing de Relacionamento
5. As Modalidades Praticadas
6. As Modalidades Preferidas
7. A Freqüência na Prática
8. Os Times de Futebol Preferidos
9. Os Atletas mais Admirados
10. Conclusão



1. Apresentação



Os esportes e a prática de atividades físicas fazem parte do cotidiano dos Presidentes das Empresas. A atividade esportiva tem um papel importante dentro da sociedade atual e quando praticada consistentemente causa um impacto positivo no desenvolvimento, na saúde pública e na integração das pessoas e do ambiente. Os esportes ainda contribuem para o crescimento econômico e social, contribuem para a melhoria da qualidade de vida e proporcionam que comunidades diferentes possam compartilhar um mesmo ideal.

Com objetivo de identificar os esportes preferidos dos Presidentes, as modalidades esportivas mais praticadas e as preferidas dentre elas, a MSI Sports realizou um levantamento junto aos Presidentes das 500 Melhores e Maiores Empresas da Revista Exame publicada pela Editora Abril.

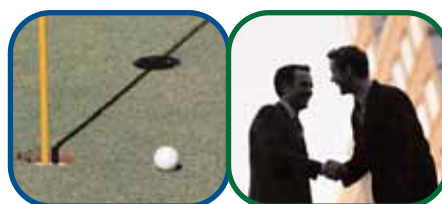
O perfil das modalidades esportivas preferidas pelos Presidentes das Empresas, demonstra que os mesmos consideram que os esportes têm fundamental importância nas suas atividades e os colocam em suas agendas como um item indispensável.

Em sua primeira edição, a Pesquisa de Mercado, “Os Esportes Preferidos dos Presidentes” tem por objetivo reafirmar o compromisso da MSI Sports em fornecer informações dirigidas aos negócios nos esportes.

Dentre as respostas a uma das perguntas, foi demonstrada a grande aceitação que os esportes e eventos esportivos possuem como uma ferramenta estratégica de marketing de relacionamento para os negócios. Isso se deve ao fato de que ao olhar a mídia em geral, vemos o sucesso dos eventos esportivos e o grande número de empresas que atualmente patrocinam os mesmos.

Agradecemos em especial aos Presidentes que participaram desta pesquisa permitindo que a MSI Sports traçasse um perfil das modalidades esportivas que são mais praticadas, as modalidades mais praticadas, as mais apreciadas, seus times de futebol preferidos, assim como, de seus ídolos.

Janine Avancini
Gerente Projetos
MSI Sports



2. A Pesquisa



A pesquisa foi realizada no período de Abril a Setembro de 2005. O Universo utilizado nesta pesquisa baseia-se nos Presidentes das 500 Melhores e Maiores Empresas da Revista Exame.

A pesquisa constou de questões que abordavam como os Presidentes avaliam os eventos esportivos como uma ferramenta estratégica de marketing de relacionamento para os negócios, as modalidades esportivas praticadas, a preferida para aqueles que praticam mais de uma modalidade, a frequência com que praticam esportes, o time de futebol preferido e o atleta que eles mais admiram.

Do universo de 500 empresas obtivemos respostas de 103 Presidentes, que representam uma amostra de aproximadamente 20% do total do universo pesquisado.

No cruzamento de dados realizados pela MSI Sports com os maiores patrocinadores de eventos esportivos no Brasil foi detectado que aproximadamente 100 empresas dentro das 500 Melhores e Maiores patrocinam algum tipo de atividade esportiva (eventos, equipes ou atletas), sendo que das empresas que responderam à pesquisa, 23 são patrocinadoras de eventos esportivos.

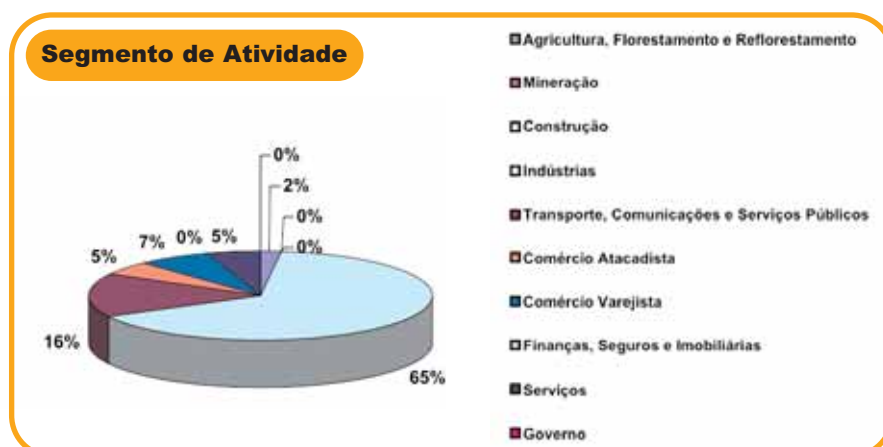
A pesquisa foi realizada através de e-mail e telepesquisa diretamente com os Presidentes e suas Assistentes Executivas.

3. O Perfil das Empresas Participantes

A maioria das empresas que responderam à pesquisa é do segmento industrial com 65% de participação, o setor de serviços representa 21% das empresas, o comércio aparece com 12% e os demais segmentos figuram com 2%.

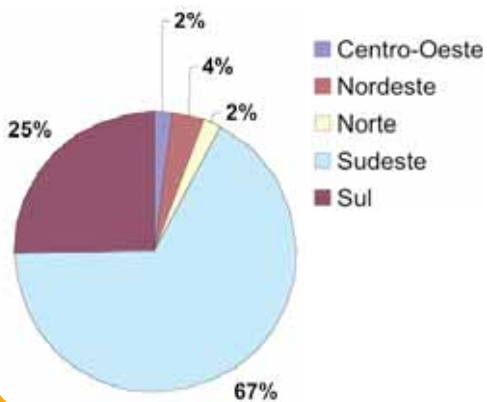
As empresas demonstram também um grande poder econômico e o faturamento anual está concentrado na faixa entre US\$ 100 Milhões a US\$ 299 Milhões.

A distribuição geográfica das empresas está concentrada nas regiões Sudeste e Sul do país com mais de 90% de participação.

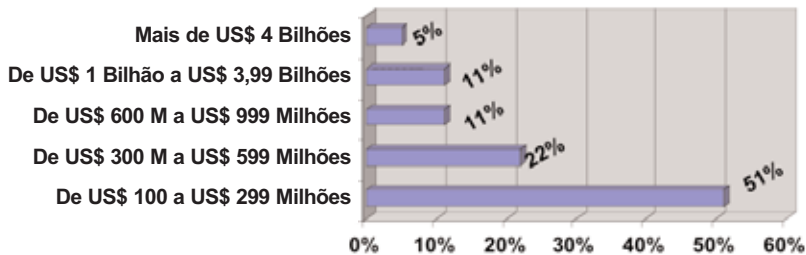


3. O Perfil das Empresas Participantes

Distribuição Geográfica dos Participantes



Faixa de Faturamento Anual

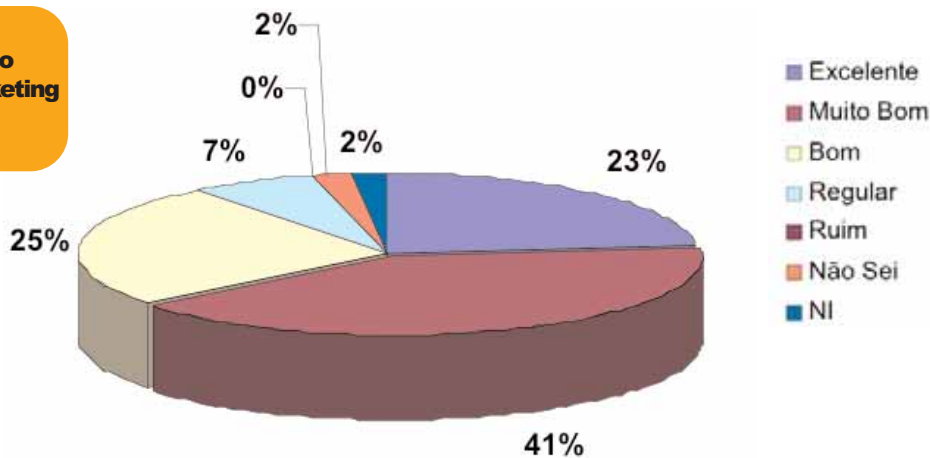


4. O Esporte como Estratégia de Marketing de Relacionamento

O esporte como estratégia de marketing de relacionamento para os negócios é uma grande ferramenta de comunicação atualmente. Os patrocínios esportivos estão cada vez mais em alta e o número de HCs - Hospitality Centers em eventos esportivos vem aumentando consideravelmente. As empresas se utilizam desta ferramenta para levar os atletas ou celebridades que patrocinam e também seus clientes, potenciais clientes, parceiros e colaboradores.

As repostas dadas pelos Presidentes em relação a esta questão revelam que 89% dos mesmos consideram o esporte como uma grande ferramenta estratégica para o marketing de relacionamento.

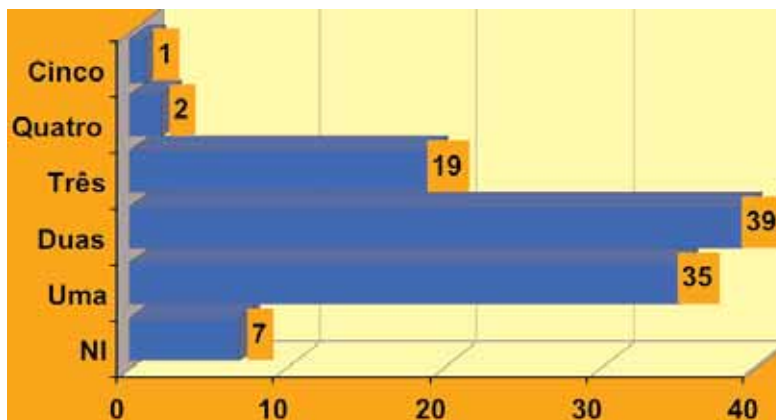
O que você acha dos eventos esportivos como uma estratégia de marketing de relacionamento para os negócios?



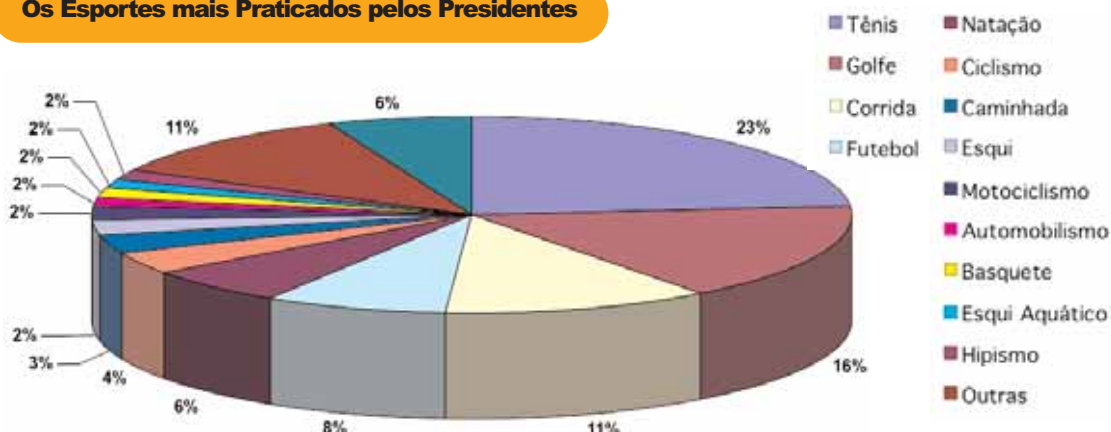
5. As Modalidades Praticadas

Foram encontradas 128 modalidades esportivas praticadas pelos Presidentes, sendo que alguns deles praticam até 5 modalidades esportivas diferentes, e na média 39% praticam mais de 2 modalidades, conforme podemos identificar na tabela abaixo. Dentre as modalidades mais praticadas pelos Presidentes destacam-se o Tênis, o Golfe e a Corrida.

Número de Modalidades Praticadas



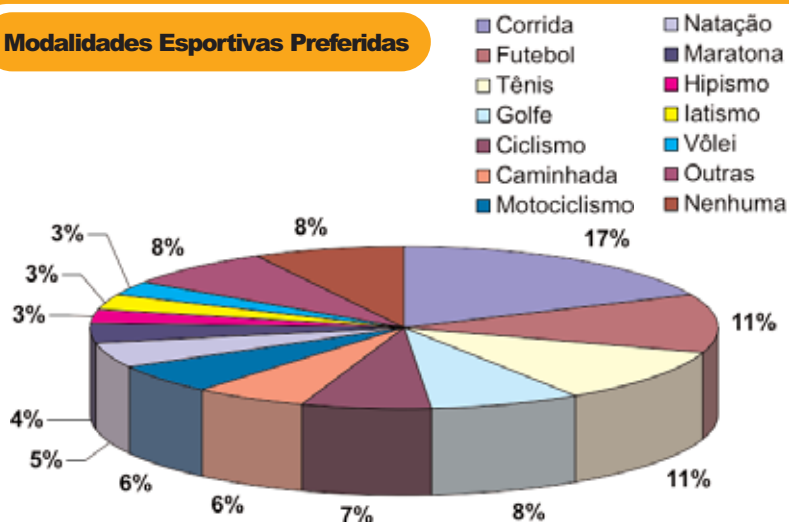
Os Esportes mais Praticados pelos Presidentes



6. As Modalidades Preferidas

O Atletismo aparece como sendo uma das modalidades preferidas pelos Presidentes, destacando-se com 27% da preferência, e sendo subdividida da seguinte forma: Corrida (17%), Maratona (4%) e Caminhadas (6%).

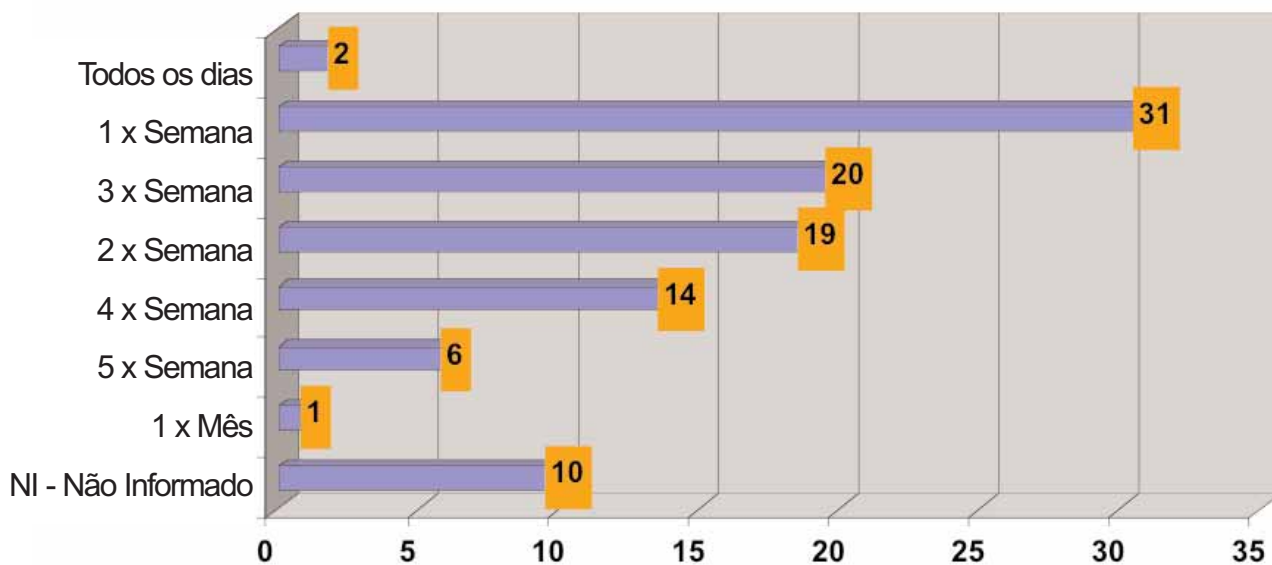
Modalidades Esportivas Preferidas



7. A Frequência na Prática

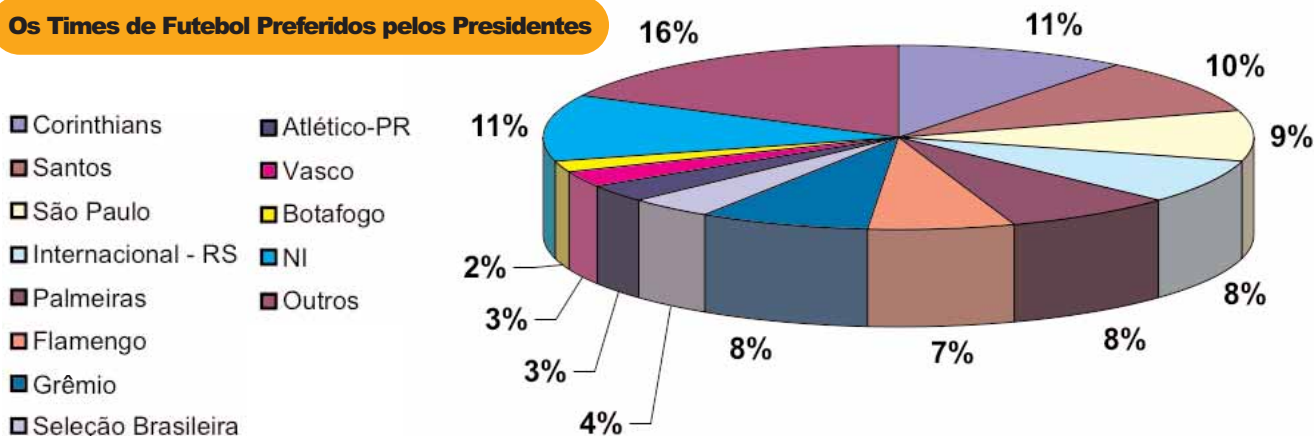
Em relação à frequência com que praticam esportes destaca-se que os Presidentes também mantêm uma regularidade na prática das mesmas, sendo que mais de 50% praticam atividades físicas acima de duas vezes por semana.

Frequência na Prática de Esportes



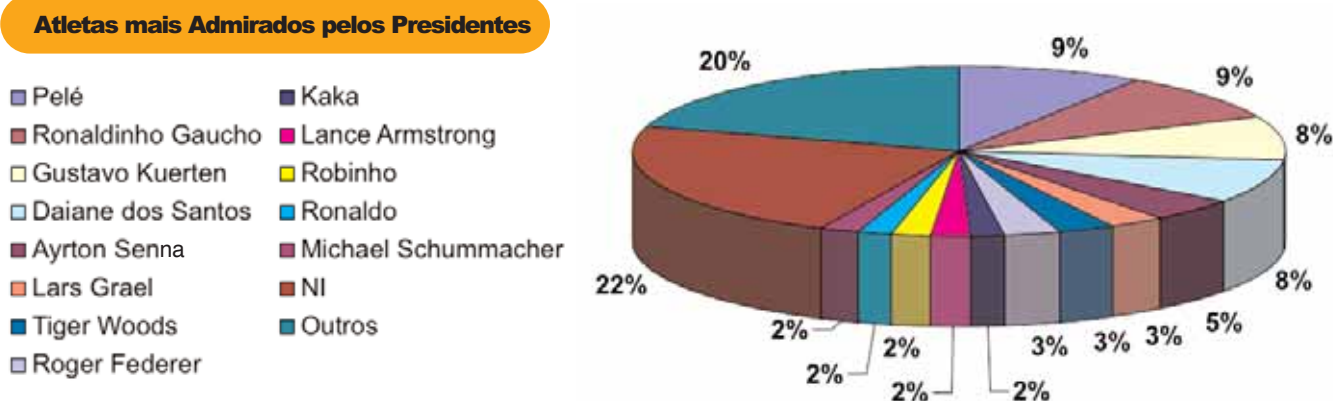
8. Os Times de Futebol Preferidos

Os Times de Futebol Preferidos pelos Presidentes



9. Os Atletas mais Admirados

Atletas mais Admirados pelos Presidentes



10. Conclusão



Os esportes estão nas agendas dos Presidentes não somente como ferramenta de marketing de relacionamento e como uma prática de atividade física regular. Os executivos estão preocupados com a saúde e com o estresse que enfrentam no dia a dia e praticam esportes com frequência. Apuramos que 92% dos entrevistados praticam ao menos uma modalidade esportiva. Isso demonstra que é possível conciliar a agenda de trabalho com a prática esportiva e os eventos sociais.

Os Presidentes demonstram a todos algumas lições a serem seguidas:

- Idade - não existe idade para a prática de esportes e eles investem no condicionamento físico;
- Saúde - tem que estar na agenda e os esportes são uma fonte motora para uma melhor qualidade de vida;
- Variar - muitos adotam programas de atividades físicas diferentes e alternam as modalidades praticadas;
- Tempo - não é desculpa para ficar fora de forma e apesar da agenda apertada estão sempre praticando suas atividades favoritas.

Dentre as modalidades 'mais praticadas' e as 'preferidas' pelos Presidentes duas se destacam: a Corrida e o Tênis.

Praticadas - as 3 modalidades mais praticadas pelos Presidentes são: Tênis, Golfe e Corrida.

Preferidas - as 3 modalidades preferidas pelos Presidentes das empresas são: Corrida, Futebol e Tênis.

Regularidade - a pesquisa demonstrou que os Presidentes também praticam atividades físicas com regularidade sendo que mais de 50% o fazem no mínimo 2 vezes por semana.

Atletas - os Presidentes também têm os seus atletas preferidos e Pelé e Ronaldinho Gaúcho são os destaques fazendo jus aos recentes prêmios que ganharam, um de ser a lenda e o outro de melhor jogador do mundo.

Times - outra paixão demonstrada pelos Presidentes de Empresas são os times de futebol e dentre os 3 preferidos destacam-se o Corinthians, Santos e São Paulo.

