

Olimpíadas aumentam ações de incentivo ao esporte

Rafael Bresciani

A proximidade com as Olimpíadas de Pequim, na China, está fazendo empresas brasileiras como Petrobras, Gol Linhas Aéreas, Banco do Brasil, BM&F, Caixa Econômica Federal e Infraero mirar seus investimentos em marketing esportivo, usando como apelo tanto a figura dos atletas profissionais quanto o cunho social de incentivo ao esporte.

Este último mote está sendo abordado pela Petrobras. A empresa anunciou ontem o programa Petrobras Esporte & Cidadania, que visa promover seleção de projetos na área esportiva. O programa vai destinar um total de R\$ 25 milhões a projetos de todo o País, devidamente aprovados pelo Ministério do Esporte, por meio da Lei de Incentivo ao Esporte. No segundo semestre de 2007, a estatal também recebeu R\$ 25 milhões do governo federal, que foram investidos no reforço de equipes olímpicas.

Para 2008, a estatal prevê investir R\$ 63 milhões em marketing esportivo. Em 2007, na Petrobras esse valor ficou em torno dos R\$ 58 milhões, aplicados em modalidades como handebol, surfe, tênis e automobilismo.

Outra grande instituição brasileira que está apostando no incentivo ao esporte é o Banco do Brasil (BB), conhecido por patrocinar atletas e seleções, como a brasileira de vôlei, desde 1991. A previsão é de que o BB gaste cerca de R\$ 60 milhões em 2008 para investimentos no esporte em geral, praticamente a mesma quantia do ano passado. Além disso, a empresa faz ações sociais em paralelo às atividades esportivas. Em 2007, nos eventos esportivos apoiados pelo BB, foram gerados 7 mil empregos temporários, 12,1 mil crianças foram atendidas em oficinas de esporte, 206 toneladas de alimentos, arrecadadas e distribuídas e 42 entidades sociais, visitadas por atletas consagrados.

"O investimento do Banco do Brasil no esporte é permanente e voltado para o futuro. Por isso, além das seleções adultas de vôlei, o BB investe nas categorias infante-juvenil e juvenil e na categoria Sub-21 do vôlei de praia. O resultado desse compromisso pode ser observado nas quadras. Nas Olimpíadas de Atenas, por exemplo, conquistamos três medalhas de ouro e uma de prata através dos nossos atletas", conta Jussara Silveira, diretora de Marketing e Comunicação do BB. Apesar disso, o banco não está com nenhuma ação específica para Pequim ou com investimentos em novos atletas.

Equipe

Quem está, sim, montando a sua equipe para Pequim é a Gol, que anunciou ontem um aumento da verba destinada a projetos esportivos, com o patrocínio a mais três atletas olímpicos, totalizando oito esportistas. A empresa também formalizou um contrato de patrocínio com a Confederação Brasileira de Desportos Aquáticos (CBDA), que garantirá passagens aéreas para os eventos da confederação. "A parceria também prevê patrocínio a outros eventos da entidade e não se restringe ao período da Olimpíada", afirma Tarcísio Gargioni, vice-presidente de Marketing e Serviços da Gol.

A empresa não revela os valores investidos, mas aponta a que a verba destinada a projetos terá incremento este ano. "Os projetos que apoiamos tem de ter identidade com a nossa marca e com o espírito jovem de buscar, vencer e ultrapassar limites", completa.

Por sua vez, a Infraero renovou o patrocínio junto à Confederação Brasileira de Judô (CBJ), iniciado em 2005. O presidente da empresa, Sérgio Gaudenzi, assinou os dois contratos que o compõem. O primeiro dá apoio à CBJ e aos atletas que fazem parte da seleção nacional; o segundo, o braço social do patrocínio, prevê a expansão do projeto Avança Judô, que tem a intenção de criar uma academia para atender às crianças do entorno dos aeroportos. "Queremos inibir a evasão escolar pelo caminho do esporte", diz o gerente de Publicidade da Infraero, Antônio Carlos Silva. O Avança Judô beneficiou, em 2007, 1.350 crianças e adolescentes por meio de nove núcleos. Em 2008, está prevista a ampliação do projeto para 1.750 alunos.

Atletismo

Mirando no atletismo, a Bolsa de Mercados & Futuros (BM&F) mantém o seu apoio ao esporte com 15 atletas com índice olímpico. Em 2007, a BM&F investiu R\$ 2,2 milhões com o Clube, mesma quantia do investimento em 2006 e da previsão para este ano.

A Caixa Econômica Federal (CEF) investe, além do atletismo, em ginástica, luta olímpica e nos paraolímpicos. Para 2008, o patrocínio da CAIXA ao atletismo será de R\$ 12 milhões, uma marca histórica e que representa a confiança que a empresa deposita neste que é um dos maiores projetos do esporte brasileiro.

Além dos patrocínios, a CEF destina ao esporte brasileiro importantes recursos oriundos do repasse das loterias, em cumprimento à Lei Agnelo-Piva. Em 2007 este repasse foi de mais de R\$ 326 milhões e, nos últimos cinco anos, alcançou quase R\$ 1,4 bilhão.

Fonte: DCI, São Paulo, 20 maio 2008. Empresas & Negócios, p. B2.

A utilização deste artigo é exclusivo para fins educacionais.