

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC GINO REZAGHI**

ENSINO MÉDIO INTEGRADO AO CURSO TÉCNICO EM MARKETING

Alessandra S.S. Ferreira

Carlos Henrique

Rayssa Silveira da Silva

Sofia Meneguine da Silva

**A importância do marketing e
esportivo na vida dos atletas e no desenvolvimento do esporte**

CAJAMAR

2024

A importância do Marketing Esportivo na vida dos atletas e no desenvolvimento do esporte

Alessandra S. S. Ferreira¹
Carlos Henrique de Almeida Veloso²
Rayssa Silveira da Silva³
Sofia Meneguine da Silva⁴

Professores Orientadores: Anelise Stringuetto⁵ e Diego Silva Neves⁶

RESUMO- O Este trabalho aborda a importância do marketing esportivo na vida dos atletas e no desenvolvimento do esporte. O objetivo central da pesquisa é analisar as estratégias e os impactos desse setor na promoção de eventos e marcas. A metodologia qualitativa utilizada inclui entrevistas com profissionais da área e coleta de dados secundários. As hipóteses levantadas indicam que a integração de mídias sociais e o patrocínio a eventos esportivos são fatores cruciais para o sucesso das campanhas de marketing. Os resultados obtidos demonstram que campanhas bem estruturadas não apenas aumentam a visibilidade das marcas, mas também promovem maior engajamento do público-alvo, beneficiando a visibilidade dos atletas e do próprio esporte.

PALAVRAS-CHAVE: Marketing. Esportes. Visibilidade.

ABSTRACT- O This work addresses the importance of sports marketing in the lives of athletes and in the development of sport. The central objective of the research is to analyze the strategies and impacts of this sector in promoting events and brands. The qualitative methodology used includes interviews with professionals in the field and collection of secondary data. The hypotheses raised indicate that the integration of social media and sponsorship of sporting events are crucial factors for the success of marketing campaigns. The results obtained demonstrate that well-structured campaigns not only increase brand visibility, but also promote greater engagement among the target audience, benefiting the visibility of athletes and the sport itself.

KEYWORD: Marketing. Sports. Visibility

¹ ssferreiraalexandra772@gmail.com

² henrique002veloso@mail.com

³ Rayssa.silveira345@gmail.com

⁴ sofiameneguine@gmail.com

⁵ Professora Orientadora Anelise Stringuetto: anelise.stringuetto3@etec.sp.gov.br

⁶ Professor Orientador Diego Silva Neves: diego.neves19@etec.sp.gov.br

INTRODUÇÃO

O Marketing Esportivo tem se expandido significativamente no contexto atual, se tornando essencial para o crescimento e reconhecimento de um time ou atleta. É notório que para ter sucesso precisa-se mais do que apenas talento, por conta disso as agências de marketing esportivo vêm recebendo mais visibilidade nos últimos anos.

Aletas renomados são ajudados com campanhas de marketing, enquanto atletas amadores pouco reconhecidos não são beneficiados da mesma forma. Muitos enfrentam diversos desafios para conquistarem um espaço no mundo esportivo.

Trabalho de Conclusão de Curso visa o desenvolvimento de uma agência de marketing esportivo focada em atletas que demonstram ter potencial, mas que não conseguem possuir reconhecimento. O estudo tende provar os obstáculos que constituem a carreira de um atleta. Com a utilização de redes sociais é possível obter um aumento no engajamento desses atletas, além de contribuir para uma comunidade de fãs. A agência é fundamental também para realizar pesquisas de mercados e encontrar o ideal para o seu público alvo. Os objetivos específicos incluem a criação de conteúdo e a construção de uma identidade, assim promovendo uma marca pessoal e atraindo patrocinadores e parcerias. O objetivo principal do trabalho é trazer destaque para esportistas com talento.

Este método se torna relevante ao analisarmos a injustiça na sociedade em que pessoas com potencial não são favorecidas da mesma forma que outras que possuem mais condições. É fato que há grandes talentos escondidos que necessitam de visibilidade, entretanto isso só será possível se receberem a oportunidade devida. Foi utilizado, para colocar em prática o Trabalho de Conclusão de Curso, entrevistas com pessoas que praticaram esportes, mas obtiveram muitos desafios que fez com que desistissem. Também foi realizado a entrevista com atletas que ainda praticam esportes, que puderam evidenciar seus empecilhos, servindo como pesquisa.

1 CAPÍTULO: O QUE É MARKETING?

O marketing é uma metodologia, ou melhor, um conjunto de estratégias e ferramentas que busca promover e vender produtos ou serviços. Essa área analisa e procura

compreender o funcionamento do mercado, identificando as necessidades e os desejos dos clientes, e atribuindo valor por meio da comunicação e do relacionamento.

Segundo o especialista Philip Kotler, o marketing já passou por várias fases. Essa evolução ocorre porque a atividade acompanha as transformações do mercado, da sociedade e do comportamento do consumidor. Atualmente, estamos na fase 4.0, tendo já passado pelas fases 1.0, 2.0 e 3.0. Alguns aspectos essenciais do marketing incluem posicionamento, os 4 P'S (produto, preço, praça e promoção), comunicação, segmentação, pesquisa de mercado e, principalmente, o relacionamento com o cliente.

1.1 Fases Do Marketing:

As fases do marketing segundo Philip Kotler são:

Marketing 1.0: Esta fase é centrada no produto. O foco principal era na produção e na eficiência. As empresas se concentravam em fabricar produtos de qualidade e em grande quantidade, acreditando que um bom produto se venderia por si só. A comunicação era unidirecional, com pouca interação com os consumidores.

Marketing 2.0: Aqui, o foco muda para o consumidor. As empresas começam a entender a importância de conhecer as necessidades e desejos dos clientes. A segmentação de mercado se torna essencial, permitindo que as marcas criem produtos que atendam a públicos específicos. A comunicação também se torna mais bidirecional, com um maior envolvimento do cliente.

Marketing 3.0: Essa fase é caracterizada pelo marketing humanizado. As marcas buscam estabelecer um relacionamento emocional com os consumidores, indo além da simples transação comercial. As empresas começam a se preocupar com questões sociais e ambientais, promovendo valores e causas que ressoam com seus clientes. O foco está na criação de uma comunidade em torno da marca.

Marketing 4.0: A fase atual integra o mundo digital e o offline, reconhecendo que os consumidores são conectados e ativos nas redes sociais. O marketing 4.0 enfatiza a personalização das experiências do cliente, utilizando dados e tecnologias digitais para criar interações mais relevantes e significativas. O relacionamento com o cliente se torna ainda mais crucial, com um foco em construir lealdade e engajamento.

1.2 Tipos de marketing

A área de marketing é muito ampla e atualmente ela ganhou muita visibilidade. Existem pelo menos no mínimo mais de 83 tipos de marketing, e aqui estão os mais reconhecidos, atualmente.

Marketing Digital: Estratégias realizadas online para alcançar consumidores via SEO, redes sociais, e-mail e publicidade paga.

Marketing de Conteúdo: Criação e distribuição de conteúdos relevantes para atrair e engajar o público, visando educar e gerar leads.

Marketing de Influência: Utilização de influenciadores digitais para promover produtos, aproveitando sua capacidade de impactar seguidores.

Marketing Relacional: Foco em construir relacionamentos duradouros com clientes, priorizando satisfação e lealdade por meio de personalização.

Marketing Esportivo: Envolve o patrocínio de eventos esportivos, equipes ou atletas, utilizando a paixão dos fãs por esportes para promover produtos ou serviços e fortalecer a imagem da marca.

Marketing Cultural: Promoção de eventos culturais, como exposições, shows ou festivais, que conectam marcas a expressões artísticas e culturais, visando engajamento emocional com o público.

Marketing Experiencial: Criação de experiências memoráveis que envolvem emocionalmente os consumidores com a marca.

Marketing Social: Campanhas que promovem causas sociais ou ambientais, buscando impacto positivo na sociedade e fortalecendo a imagem da marca.

1.3 Marketing esportivo e sua relevância:

O marketing esportivo é uma estratégia que envolve a promoção de produtos ou serviços por meio da associação com eventos esportivos, equipes ou atletas. Essa abordagem não apenas gera reconhecimento da marca, mas também permite que as empresas se conectem emocionalmente com os fãs.

O marketing esportivo é importante porque dá às marcas a oportunidade de se alinharem a um evento esportivo, equipe ou atleta para gerar reconhecimento da marca e alcançar

um público-alvo maior. Com uma campanha esportiva, as marcas podem aproveitar os fãs, o entusiasmo e as comunidades envolvidas com as equipes ou jogadores. Além disso, o marketing esportivo pode incluir patrocínios, ativações em eventos, campanhas em redes sociais e muito mais. Essas iniciativas ajudam a criar experiências memoráveis para os consumidores e a fortalecer a lealdade à marca. Ao associar-se a valores como trabalho em equipe, superação e paixão, as empresas conseguem não apenas promover seus produtos, mas também construir relacionamentos mais profundos e duradouros com seu público.

2 CAPÍTULO: A EVOLUÇÃO DO ESPORTE COM O MARKETING

Conforme a tecnologia vai aumentando, fica cada vez mais fácil desenvolver estratégias de marketing. Antigamente era mais utilizado a divulgação por meio de rádio, jornal e revistas, porém agora com a modernidade houve uma expansão digital e as marcas começaram a usar plataformas digitais para a criação de campanhas. A presença em redes sociais tem grande importância para celebridades, pois com isso é possível manter uma comunidade de fãs e gerar um público bem engajado e amplo. Atletas e clubes atléticos formam cada vez mais parcerias com marcas, com sua grande visibilidade e fama eles podem promover facilmente vários produtos. De fato, o esporte teve uma grande evolução graças a ferramentas modernas da internet, também é possível perceber isso observando a forma em que os eventos esportivos são transmitidos, o público que consome a transmissão desses esportes ampliou significativamente com o avanço da tecnologia. O marketing foi de grande ajuda para que o mundo esportivo se tornasse um grande negócio, além de ser uma forma de entretenimento também é uma forma de inclusão cultural e social. Um exemplo disso é os eventos internacionais, como a Olimpíada que reúne atletas de vários países diferentes com um espírito esportivo com o intuito inicial de união entre as nações. O aumento do interesse pelo esporte por meio do marketing tem grande relevância, levando em conta que incentiva uma prática de vida saudável e inspira pessoas. Tantas tendências mostram que o mundo esportivo atual teve grande participação do marketing e sua evolução gerou grande aumento no seu público.

3 CAPÍTULO: MARKETING ESPORTIVO: UMA ABORDAGEM ESTRATÉGICA

O marketing esportivo é uma área focada na promoção de eventos, times, atletas e marcas por meio do esporte. Ele desempenha um papel vital na construção de relacionamentos entre consumidores e marcas e no fornecimento de visibilidade e engajamento. Com uma estratégia bem elaborada, o marketing esportivo pode gerar receitas significativas e aumentar a fidelização dos torcedores.

Uma maneira eficaz de se aprofundar neste tópico é entrevistar especialistas na área. Essas conversas podem fornecer informações valiosas sobre as melhores práticas, tendências emergentes e desafios que as marcas enfrentam no ambiente atual.

Entrevista com Daniel:

Rayssa: Dan, obrigada por se juntar a nós hoje. Primeiro, como você descreveria o estado atual do marketing esportivo?

Daniel: Obrigado pelo convite! O marketing esportivo está em uma fase muito interessante. À medida que as mídias sociais e o digital evoluem, as marcas têm mais oportunidades de se conectar com os fãs de maneiras autênticas. No entanto, também enfrentamos o desafio da saturação do mercado e temos de nos destacar.

Rayssa: Quais estratégias se mostraram mais eficazes para engajar suas redes sociais?

Daniel: Uma das estratégias mais eficazes é utilizar conteúdos interativos. Isso inclui enquetes, questionários e transmissões ao vivo para manter os fãs envolvidos. Além disso, parcerias com influenciadores e atletas ajudam a ampliar o alcance e a credibilidade da sua campanha.

Rayssa: Como as marcas podem adaptar sua abordagem às mudanças no comportamento do consumidor?

Daniel: É importante ouvir o que as pessoas têm a dizer. A realização de pesquisas e a coleta de feedback regularmente permitem que as marcas entendam melhor as necessidades dos consumidores. Além disso, personalizar experiências e criar

campanhas que ressoem com os valores dos fãs é fundamental para permanecer relevante.

Rayssa: Quais desafios você acha que as marcas enfrentam na situação atual?

Daniel: Um dos principais desafios é a competição acirrada. Com tantas opções disponíveis, chamar a atenção dos consumidores fica ainda mais difícil. Outro desafio é manter a autenticidade; quando as comunicações de uma marca não são sinceras, os fãs perceberão rapidamente.

Rayssa: Quais tendências você acha que moldarão o futuro do marketing esportivo?

Daniel: O aumento contínuo da tecnologia será uma grande tendência. Isso inclui realidade aumentada e realidade virtual para experiências imersivas. Além disso, a análise de dados permitirá que as marcas personalizem ainda mais seus produtos e se conectem com seus públicos-alvo de forma mais eficaz.

Rayssa: Por fim, que conselho você daria para quem está começando no marketing esportivo?

Daniel: Meu conselho é: nunca pare de aprender. A indústria está sempre evoluindo, por isso é vital manter-se atualizado com as últimas tendências e tecnologias. Além disso, construir relacionamentos genuínos com fãs e colegas da indústria; isso pode abrir muitas portas.

4 CAPÍTULO O USO DO MARKETING PARA MELHORIA DO ESPORTE E DA VIDA DOS ATLETAS.

Como sabemos o marketing esportivo é importante para todos os atletas seja qual nível de reconhecimento que o atleta tem, alto ou baixo. O marketing é importante, ele não é só importante para o atleta, mas também para o esporte, existe muitos esportes que pessoas nunca nem ouviram falar sobre ele. Em 2024 com o aumento da tecnologia gerando o aumento e a melhoria do marketing era para as pessoas conhecerem muitos esportes e atletas, mas por falta do marketing esportivo eles nem consegue saber qual esporte existe ou qual atleta está se destacando no seu desenvolvimento. Uma maneira boa de confirmar isso e se aprofundar nesse assunto é entrevistando atletas e ex atletas

que tem uma base de conhecimento do que é marketing esportivo, e que sabe o quão importante ele é para o esporte e para os atletas.

4.1 entrevista com o atleta: thiago amaro

Entrevistadora: Qual esporte você pratica?

Thiago- Futebol.

Entrevistadora: E o que te motivou a praticar esse esporte?

Thiago- Ver o Neymar jogando.

Entrevistadora: Você sabe o que é Marketing esportivo?

Thiago- A mídia do atleta.

Entrevistadora: O que te impede de seguir uma carreira?

Thiago- Escola, trabalho e a vida.

Entrevistadora: Existe um atleta ou um ídolo nesse meio que te inspira?

Thiago- Sim, o Neymar e meu pai, porque meu pai já foi jogador e já foi pra fora do país competir.

Entrevistadora: Você já teve uma grande oportunidade com esse esporte?

Thiago- Fui chamado pra jogar no estado, mas com problemas de família não pude ir.

Entrevistadora: O que você acha importante na carreira de um atleta?

Thiago- A imagem do atleta.

Entrevistadora: Você acha que a falta de Marketing esportivo afeta a carreira de um atleta?

Thiago- Sim.

Entrevistadora: E qual ferramenta de marketing esportivo você acha mais importante?

Thiago- As redes sociais com vídeos ou fotos do atleta jogando.

4.2 entrevista com o atleta: bruno alves

Entrevistadora: Qual esporte você pratica?

Bruno- Futebol

Entrevistadora: Você sabe o que é Marketing esportivo?

Bruno- Sim, a divulgação da imagem do atleta.

Entrevistadora: E o que te motivou a praticar esse esporte?

Bruno- A paixão que eu tenho por ele.

Entrevistadora: O que te impede de seguir uma carreira?

Bruno- As minhas lesões e a principal lesão que fiz no meu joelho.

Entrevistadora: Existe um atleta ou um ídolo nesse meio que te inspira?

Bruno- Sim o Neymar, por causa do talento dele e pelo nível que ele atingiu.

Entrevistadora: Você já teve uma grande oportunidade com esse esporte?

Bruno: Sim, em 2019 quando joguei por um time de base, mas com a chegada da pandemia os treinos foram se acabando e eu nunca mais tive oportunidade.

Entrevistadora: O que você acha importante na carreira de um atleta?

Bruno- Foco e determinação

Entrevistadora: Você acha que a falta de Marketing esportivo afeta a carreira de um atleta?

Bruno- Sim.

Entrevistadora: E qual ferramenta de marketing esportivo você acha mais importante?

Bruno-As redes sociais.

4.3 entrevista com o atleta: gabriel santana

Entrevistadora: Qual esporte você pratica?

Gabriel- Vôlei.

Entrevistadora: E o que te motivou a praticar esse esporte?

Gabriel- O que me motivou foi muitas pessoas falarem que eu não podia jogar por conta de uma deficiência que eu tive, e isso me motivou a jogar.

Entrevistadora: O que te impede de seguir uma carreira?

Gabriel- O que me impede de seguir uma carreira, é o próprio tempo, pois tenho prioridades a cima do vôlei.

Entrevistadora: Existe um atleta ou um ídolo nesse meio que te inspira?

Gabriel- Sim, o Darlan jogador do SESI Bauru

Entrevistadora: Você já teve uma grande oportunidade com esse esporte?

Gabriel- Sim, fiz uma peneira para um time que joga federação Paulista, mas como a distância era muita, eu não consegui ir.

Entrevistadora: O que você acha importante na carreira de um atleta?

Gabriel- Que o atleta tenha um equilíbrio emocional e que tenha foco para conseguir seguir na carreira.

Entrevistadora: Você acha que a falta de Marketing esportivo afeta a carreira de um atleta?

Gabriel- Sim, eu acho importante, como podemos ver nas olimpíadas de Paris 2024, teve uma atleta brasileira se chamada Beatriz, e ela não era reconhecida, só depois que ela ganhou a medalha que ela foi reconhecida.

Entrevistadora: E qual ferramenta de marketing esportivo você acha mais importante?

Gabriel- As suas próprias redes sociais, porque é por ela que você vai ser reconhecido.

4.4 síntese

Ao analisarmos estas entrevistas com atletas e ex atletas, notamos que sim: o marketing esportivo é de suma importância, em todos os sentidos. Como afirma o ex atleta Gabriel Santana diz na entrevista sobre a brasileira Beatriz, ela não era reconhecida só depois dela ganhar medalha ela foi reconhecida e as redes sociais dela disparou. Depois disso a vida dela mudou completamente, sendo umas das cenas mais emocionantes das olimpíadas de Paris 2024, ela foi chamada até para fazer comerciais nas grandes redes de canais brasileiras, sendo mostrada até no globo.

5 CAPÍTULO: APLICAÇÃO DO MARKETING NO ESPORTE E ESTRATÉGIAS

Neste artigo, várias estratégias foram aplicadas para melhorar a presença nas redes sociais do time de muay thai "**Dan Thai**". Algumas das abordagens incluíram:

Conteúdo Educativo: postagens que ensinam as pessoas a aprender técnicas básicas de muay thai e dicas sobre treinamento atraindo praticantes e iniciantes no esporte.

Vídeos ao vivo e tutoriais: transmissões ao vivo de treinos e eventos do time e vídeos tutoriais curtos aumentaram o engajamento e mostraram as habilidades da equipe.

Interatividade com seguidores: respondendo aos comentários e mensagens diretas para criar uma comunidade ativa e perguntas e enquetes nas stories para incentivar a participação dos seguidores.

Hashtags estratégicas: hashtags usadas de acordo com o mercado, por exemplo: **#MuayThai, #Luta, #Fitness e hashtags da nossa localidade.**

5.1 resultados:

Compartilhamento de resultados: compartilhamento de resultados das competições e eventos do time para mostrar o desempenho da equipe e gerar orgulho entre os membros e seguidores.

Essas estratégias foram bem-sucedidas em fortalecer a presença nas redes sociais, aumentar o engajamento e atrair novos membros do time.



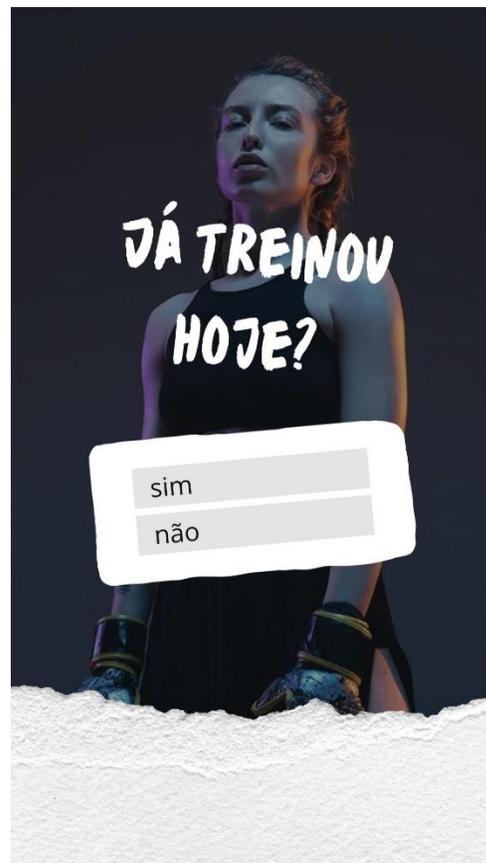
equipe_dan_thai acontece com frequência 😊

#muaythai #muaythaitreining #muaythaibrasil
#muaythaimemes #explorar #explore #luta #lutador
#memes #humor #reels #muaythaifighter

Ver todos os comentários

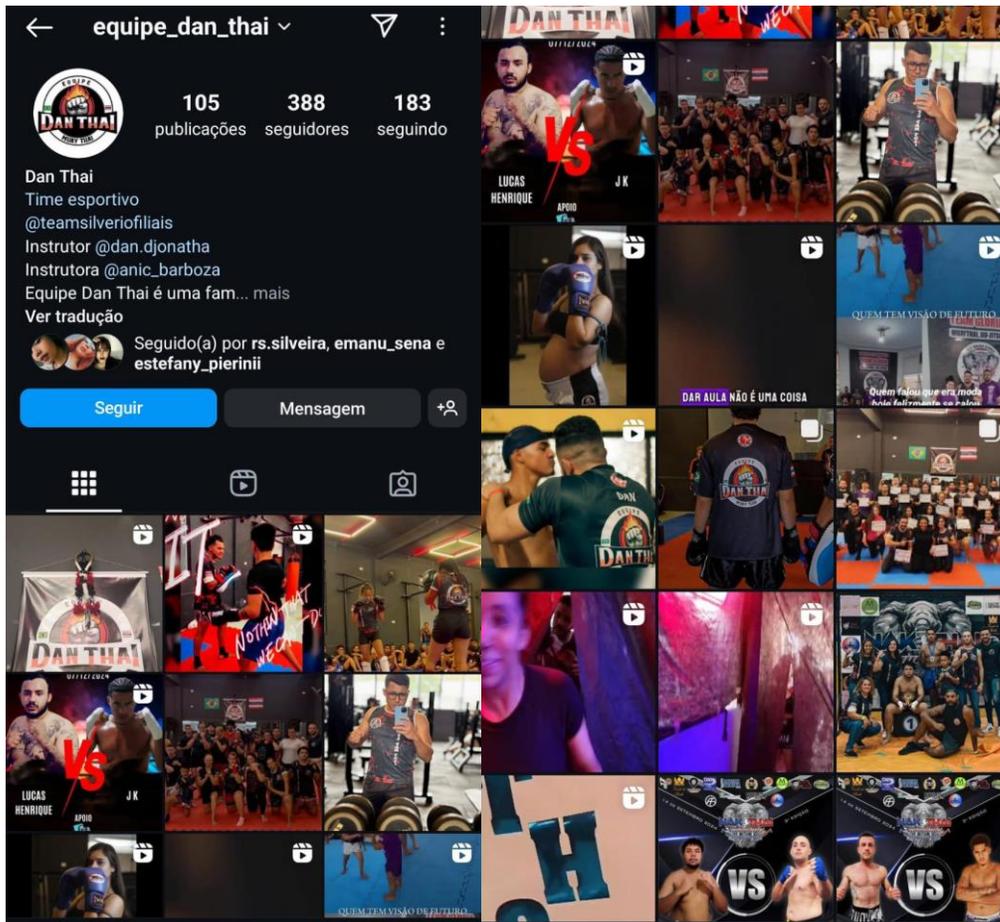


RUA VEREADOR JOAQUIM SOARES DE ARAÚJO, 483, CAJAMAR (07776440)



As artes acima foram criadas pelos integrantes do grupo e estão disponíveis no instagram da empresa: @equipe_dan_thai

PERFIL DA EMPRESA ATUALMENTE:



Perfil atual da empresa: @equipe_dan_thai

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho demonstrou a importância do marketing esportivo tanto para o desenvolvimento dos atletas quanto para o fortalecimento do esporte. Através de estratégias eficazes, como o uso das mídias sociais e o patrocínio, é possível aumentar a visibilidade dos atletas, proporcionando-lhes oportunidades financeiras e promovendo uma conexão emocional com os fãs. A experiência de realizar esta pesquisa nos permitiu compreender melhor o mundo competitivo dos esportes, assim como a forma como o marketing pode influenciar a carreira dos atletas e a sustentabilidade das modalidades esportivas. Assim, o marketing esportivo é essencial não apenas para transformar a imagem dos atletas, mas também para impulsionar o crescimento do esporte e promover

um envolvimento cultural e social que depende do esporte e que o marketing esportivo torna possível.

REFERÊNCIAS:

Não informado- A FALTA DE INCENTIVOS NO ESPORTE BRASILEIRO, <https://jornalismorio.espm.br/geral/a-falta-de-incentivos-no-esporte-brasileiro/>, acessado em: 23 de Outubro de 2024

Não Informado- ATLETAS FALAM SOBRE AS DIFICULDADES QUE ENFRENTAM NA CARREIRA, <https://globoplay.globo.com/v/2905709/>, acessado em: 18 de junho de 2024

Ávila, Carina- CAMPEÃO OLÍMPICO SEM CLUBE, FALTA DE PATROCÍNIO, VAQUINHAS: O CENÁRIO DOS BRASILEIROS EM TÓQUIO, <https://ge.globo.com/olimpiadas/noticia/campeao-olimpico-sem-clube-falta-de-patrocinio-vaquinhas-o-cenario-dos-brasileiros-em-toquio.ghtml>, acessado em: 11 de outubro de 2024

Curvelo, Rakky- O que é o marketing de relacionamento e por que é tão importante? <https://br.hubspot.com/blog/marketing/marketing-de-relacionamento>, acessado em: 22 de Setembro de 2024

JEC/Krona Futsal- Esporte como negócio: saiba como o marketing esportivo pode ajudar as marcas, <https://ge.globo.com/sc/especial-publicitario/futsal-joinville-krona/futsal-joinville/noticia/2023/09/01/esporte-como-negocio-saiba-como-o-marketing-esportivo-pode-ajudar-as-marcas.ghtml>, acessado em: 12 de setembro de 2024

Levene Abby- Estudo mostra que os esportes femininos estão mais populares que nunca,6- Levene Abby- Estudo mostra que os esportes femininos estão mais populares que nunca, <https://gooutside.com.br/esportes-femininos-estao-mais-populares-que-nunca/#:~:text=Segundo%20uma%20pesquisa%20de%202023,mulheres%20sintonizand%20nos%20esportes%20femininos>, acessado em: 14 de julho de 2024

Não informado-Luva de Pedreiro anuncia ser novo jogador de clubes europeus, <https://www.terra.com.br/amp/visao-do-corre/deu-jogo/luva-de-pedreiro-anuncia-ser-novo-jogador-de-clube-europeu.d9a0fb58f34a71b31fb5d5c335b9a52cpmijtylz.html>, acessado em: 14 de julho de 2024

Maltarolli, Alexia- O PAPEL DO MARKETING PARA O FUTEBOL FEMININO,
<https://espmjr.com.br/2023/07/19/o-papel-do-marketing-para-o-futebol-feminino/>,
acessado em: 22 de outubro de 2024

Marques, Tales- O MARKETING ESPORTIVO E O ATLETA COMO MARCA,
<https://rpjr.wordpress.com/2013/08/08/o-marketing-esportivo-e-o-atleta-como-marca/>,
acessado em: 24 de julho de 2024

Não Informado- OS DESAFIOS DOS ATLETAS AMADORES,
<https://www.atletapro.com.br/os-desafios-dos-atletas-amadores/>, acessado em: 18 de
junho de 2024

Não Informado- O que é Marketing Esportivo? <https://www.posfmu.com.br/saiba-o-que-e-marketing-esportivo-e-entenda-a-sua-importancia/noticia/726#:~:text=O%20Marketing%20Esportivo%20se%20utiliza,emo%C3%A7%C3%B5es%20para%20o%20p%C3%ABlico%20envolvido>, acessado em: 19 de junho de 2024

Trentin, Luana- A IMPORTÂNCIA DO MARKETING PARA A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE UM ATLETA PROFISSIONAL,
<https://luanatrentin.wordpress.com/2014/11/26/a-importancia-do-para-a-construcao-da-imagem-de-um-atleta-profissional/> acessado em: 5 de novembro de 2024