



MUDANÇAS, PERSPECTIVAS E TENDÊNCIAS SOCIOESPACIAIS:  
15 ANOS DA FAMAM NO RECÔNCAVO DA BAHIA/BRASIL  
8 A 10 DE NOVEMBRO DE 2018  
FACULDADE MARIA MILZA



## DE TORCEDOR A SÓCIO: ESTRATÉGIAS DE MARKETING DE RELACIONAMENTO DO ESPORTE CLUBE BAHIA

Andreia de Souza Nascimento Paixão\*  
João Luiz da Silva Casas\*\*

O futebol está cada vez mais conectado com as pessoas, o que faz com que os apaixonados pelo esporte estejam não somente interessados no que acontece dentro das quatro linhas, como também na gestão do clube, já que influencia diretamente no resultado final da equipe. A fim de aumentar o engajamento de seus torcedores, os clubes de futebol têm investido em um relacionamento mais próximo com os mesmos. Desta forma, torna-se interessante que os clubes utilizem, para maior aproximação e manutenção dos seus sócios, programas de relacionamento. O programa Sócio Torcedor é um projeto de fidelização dos torcedores com os clubes de futebol. Embora o programa seja benéfico ao time, ele ainda não tem muita adesão por parte dos torcedores brasileiros – principalmente aqueles que residem em cidades interioranas, o que faz os clubes criarem e investirem em estratégias de marketing para conseguir alcançar grande número de torcedores consumidores fazendo com que essa participação aumente. Nesse contexto, tem-se como objetivo geral avaliar a atratividade das estratégias de relacionamento do Esporte Clube Bahia para captação de torcedores no interior do Estado da Bahia. A fim de chegar ao objetivo proposto, a pesquisa a ser realizada classifica-se quanto à natureza por um estudo de caso, exploratório, de caráter descritivo, com abordagem qualitativa. Espera-se com os resultados da pesquisa caracterizar como as estratégias são operacionalizadas, verificar a percepção dos torcedores (sócios e não sócios) sobre o programa sócio torcedor e a partir disso, sistematizar sugestões que indiquem ao clube oportunidades de tornar o programa mais atrativo aos torcedores residentes no interior.

**Palavras-chave:**Sócio Torcedor. Gestão Esportiva. Marketing de Relacionamento. Futebol.

---

\*Graduanda no Bacharelado em Administração na Faculdade Maria Milza (FAMAM).  
andreipaixao.adm@gmail.com

\*\*Mestre em Gestão de Políticas Públicas e Segurança Social pela Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB). Professor do Bacharelado em Administração na FAMAM e Administrador na UEFS.  
casas.joao@gmail.com