SEFIC2017 UNILASALLE
A PESQUISA E O RESPEITO À DIVERSIDADE
16 A 20 DE OUTUBRO DE 2017
ISSN 1983-6783

PRÉ-VENDA E VENDA DE INGRESSOS PARA JOGOS DE FUTEBOL

Gilson da Silva Mundins (autor), Idio Fridolino Altmann (co-autor),Osmar André Mezetti Pedrozo (orientador)
Universidade La Salle

Área Temática: Ciências Socialmente Aplicáveis

Resumo: O presente projeto objetiva o desenvolvimento de uma plataforma on-line que visa possibilitar a pré-venda e venda de ingressos para jogos futebol de forma antecipada, com intuito de antecipar a receita para vários clubes e otimizar o tempo para os clientes/torcedores referente ao processo de compra. Nos tempos atuais é exigido que as empresas inovem a sua maneira de vender seus produtos e serviços. Sendo assim, a criação de uma loja on-line deve ser encarada pelas empresas, como uma área de muitas vantagens face aos métodos tradicionais de venda. Sob esse enfoque, observa-se que apesar do clima de pessimismo que toma conta da economia, o mercado e-commerce vem crescendo a cada dia no Brasil, tendo como foco facilitar a vida do cliente, agregando comodidade, segurança e proteção. Atualmente os ingressos são disponibilizados pelos clubes apenas alguns dias antes do evento, causando assim filas nas bilheterias e também filas virtuais, que ocorrem quando são disponibilizados os ingressos para compra via web em um curto prazo de tempo.Os clubes brasileiros não conseguem levar mais do que treze mil torcedores em média ao estádio em partidas da principal competição nacional e suas receitas são baixas quando comparadas às dos principais clubes da Europa ou mesmo de países onde o futebol não é tão popular.A pré-venda e a venda de ingressos é também um termômetro de demanda, por permitir aos administradores envolvidos no projeto a noção de quantos ingressos já foram vendidos.Os objetivos mensuráveis foram definidos através do Método SMART, que são: a) meta específica: Iniciar as vendas on-line por meio da plataforma desenvolvida, pois visa-se ter presença on-line; b) meta mensurável: vender 50% do total de ingressos de maneira on-line e antecipada, em até 5 anos (até 2022); c) meta atingível: iniciar as vendas on-line de ingresso antecipado, por meio da plataforma desenvolvida, que venda no mínimo 10% do total de ingressos disponíveis para compra no primeiro ano 2018; d) meta relevante: aumentar o faturamento e receita da entidade esportiva; e) meta temporal: vender 10% do total de ingressos de maneira on-line e antecipada, por meio da plataforma desenvolvida, no primeiro ano de venda 2018. Todo projeto abrangeu em seu planejamento as 10 áreas de conhecimento do guia de boas prátricas PMBOK e seus 5 processos, a fim de mitigar as chances de fracasso e consequentemente aumentar as chances de sucesso do projeto. Com base nesta afirmação a equipe de projeto determinou quais ferramentas e técnicas seriam apropriadas para o desenvolvimento deste projeto. Juntando a paixão dos torcedores com a influência das compras via e-commerce foi oportuno realizar o projeto pré-venda e venda de ingressos para jogos de futebol apresentado. Buscou-se então apresentar o quanto os clubes podem explorar o aumento da sua rentabilidade, fidelização dos torcedores, segurança, comodidade e ainda possuir a garantia de público em seus eventos através do projeto pré-venda e venda de ingressos para jogos de futebol. Conclui-se que este projeto é viável de execução, pois o valor do retorno do investimento será positivo no terceiro ano, considerando uma venda mínima de 1300 ingressos por jogo á R$ 20,00 (valor ficticio), sendo que ao final dos cincos anos o retorno do valor investido será triplicado.

Palavras-Chave: Gerenciamento, Planejamento e Projeto.