

CORRIDA DE RUA COMO NEGÓCIO

Autor: Edson Leite, Eli.

Instituição: ABC JET – Cidade: Cosmópolis – Estado: São Paulo – País: Brasil

Site: www.elileite.com.br – Email: atletismo@elileite.com.br – Suporte: ABC JET

Introdução:

A cada dia que passa, cresce os números de Corridas de Rua no Brasil, em todos os sentidos, sendo que algumas empresas, por exemplo, já descobriram esse mercado ainda pouco explorado, ao patrocinar seus funcionários para que esses participem das Corridas de Rua, levando e divulgando a marca da empresa, além claro, de gerar mais saúde e rendimento dos seus funcionários.

Muitos empresários e pessoas das mais variadas classes sociais, participam das Corridas de Rua, não somente pela qualidade de vida, mas também para serem vistos.

Objetivo:

A proposta aqui, é mostrar que é perfeitamente possível associar lucratividade, aliada ao bem estar físico, mental e social do/a esportista, além de ser uma atividade de conscientização. Muito pelo contrário: algumas Corridas de Rua, no ato da inscrição dos participantes, doam uma semente de árvore para plantar. Esse é apenas um exemplo prático de como as Corridas de Rua no Brasil ainda vão crescer e muito, através do marketing esportivo.

Metodologia:

Ano	Nº de Participantes em cada Corrida
1980	Média de 500 corredores
2009	Média de 3.000 corredores

Fonte: Revista Contra Relógio

Sem contar que o número de provas de Corridas de Rua no Brasil vem aumentando muito nos últimos anos, tendo corrida para todos: Corrida das estações, do bairro, das crianças, da praia, do bombeiro, da lua, da mulher, caminhada ecológica, filantrópica, maratona de revezamento de corredores, etc.

Resultados na prática:

A seguir, alguns exemplos de inovação nas corridas de rua: assessoria esportiva, onde o/a participante paga uma mensalidade para treinar com o grupo; sites especializados em artigos esportivos; revistas especializadas unicamente nas Corridas de Rua; pessoas vendendo barras de cereais, tênis próprio para seu perfil; empresas no turismo esportivo, onde a pessoa vai passear e de quebra pratica a corrida num lugar diferente; feiras anuais especializadas no público corredor, com muitas palestras e produtos, etc.

Conclusão:

A Corrida de Rua, além de ser um negócio rentável para quem vai investir e para quem participa, é uma atividade que ajuda e muito contra o estresse, fazendo com que o/a esportista tenha uma atividade prazerosa e competitiva.

Palavra Chave: corrida – corridas – marketing