

Gestão de
**CLUBES
ESPORTIVOS**

PAULO SÉRGIO MARTINS
MARCO AURÉLIO PAGANELLA

1ª edição – Brasil
2015

**Ícone**
editora

© Copyright 2015
Ícone Editora Ltda.

Capa / Diagramação

Suely Danelon

Revisão

Daniela Pita

Proibida a reprodução total ou parcial desta obra, de qualquer forma ou meio eletrônico, mecânico, inclusive por meio de processos xerográficos, sem permissão expressa do editor (Lei nº 9.610/98).

Todos os direitos reservados à
ÍCONE EDITORA LTDA.
Rua Javaés, 589 – Bom Retiro
CEP 01130-010 – São Paulo – SP
Tel./Fax.: (11) 3392-7771
www.iconeeditora.com.br
iconevendas@iconeeditora.com.br

Agradecimentos

“Dedico minha participação nesta obra a minha querida esposa professora Janaína Calil Martins, companheira e profissional da mais alta qualidade, com a qual trabalhei por mais de dezoito anos, com o maior entrosamento possível. A cada realização, contribuíu significativamente para alcançarmos o êxito, que sempre buscamos e conseguimos por onde passamos. Sem ela, seguramente os resultados não seriam os mesmos. Portanto, registro aqui a minha verdadeira gratidão. Muito obrigado por todas as jornadas que compartilhamos, com profissionalismo, comprometimento, respeito, lealdade e amor.”

Paulo Sérgio Martins

“A todos da Família Sganzerla-Paganella, em especial aos meus Pais Luizinha e Gerpes pelos significativos e marcantes exemplos de vida, de ética, de virtude, de dedicação e de abnegação.”

Marco Aurélio Paganella.

Sumário

- 1 - Introdução, **8**
- 2 - Análise e avaliação preliminar do clube social e esportivo, **10**
- 3 - O perfil e o preparo dos profissionais para trabalhar nos clubes sociais e esportivos, **15**
- 4 - Habilidades de um administrador de clubes sociais e esportivos, **19**
- 5 - Como encontrar e atrair o profissional ideal para a equipe de trabalho do clube social e esportivo, **22**
- 6 - Bases e valores para uma boa contratação, **25**
- 7 - Banco de horas x Horas de eventos pagas: a melhor opção, **29**
- 8 - Os sócios “militantes” e um modelo de regulamento de/para eles - versão 2014, **32**
- 9- A organização das atividades esportivas e o planejamento estratégico no departamento de esportes, **37**
- 10 - Como criar e lançar novas modalidades nos clubes sociais e esportivos , **46**
- 11 - Cuidados e atenção com a iniciação esportiva precoce, **49**
- 12 - Organização, estruturação, características, métodos e cuidados indicados para a excelência do trabalho nas aulas, treinos, eventos e demais sessões, **51**
- 13 - Estrutura de uma aula e/ou de uma sessão de treino, **61**
- 14 - Procedimentos para matrículas nas atividades, **64**

- 15 - Escola de esportes em clubes sociais e esportivos, **76**
- 16 - O Futebol no clube social e esportivo, **82**
- 17 - Eventos para clubes sociais e esportivos, **123**
- 18 - Kit lanche aos associados nos jogos e eventos, **134**
- 19 - A zeladoria e o almoxarifado esportivo, **139**
- 20 - Preparação e manutenção das áreas esportivas, **141**
- 21 - Relação do departamento de esportes com outros setores do clube, **147**
- 22 - Modelo de organograma para departamento de esportes em clubes sociais e esportivos, **151**
- 23 - Academia no clube social e esportivo: como montar, organizar, estruturar e gerenciar, e o atendimento no Fitness, **155**
- 24 - Personal trainer, **168**
- 25 - Atividades aquáticas/Natação, **170**
- 26 - Brinquedoteca, **176**
- 27 - Projeto “Espaço Teen”, **180**
- 28 - Leis de incentivo para clubes sociais e esportivos, **193**
- 29 - Modelo de um projeto para captação de recursos para o incentivo ao esporte: Judô e Ginástica Artística, **195**
- 30 - Fisioterapia em clubes sociais e esportivos, **205**
- 31 - Sobre os autores, **212**
- 32 - Referências bibliográficas, **215**

I - Introdução

Os clubes sociais e esportivos são semelhantes a empresas, sejam pequenas, médias ou grandes, mas, todavia, apresentam uma diferença significativa no que se refere a sua estrutura organizacional: enquanto nas empresas há o dono/proprietário, o colaborador/funcionário/trabalhador e o cliente, nos clubes sociais têm o colaborador e o cliente, sendo que este é o próprio dono/proprietário da “empresa”, além do que na empresa há o inerente intuito de lucro nos termos da legislação civil, ao passo que no clube este objetivo não é prioritário, nada obstante o objetivo sempre presente de ter as contas sempre no azul, quem sabe com sobras para reinvestimentos.

Neste sentido, o clube social e esportivo deve ser visto e entendido de modo bastante peculiar, sobretudo atendendo para situações, acepções e detalhes que normalmente não são considerados pelas/nas empresas.

De qualquer forma, o ideal é adotar a política da qualidade com base e alicerce nas certificações de excelência e, com amplo e irrestrito respeito ao estatuto social da instituição, no menor tempo possível e sempre de forma transparente e cortês, deve-se atender aos associados (clientes/donos/proprietários), buscando sempre identificar suas necessidades, intenções e seus desejos, sempre oferecendo e fornecendo as informações de maneira mais precisa possível com vista à melhoria contínua do atendimento e da excelência da prestação de serviço, razão primaz do trabalho nesta área de atuação.

Sendo assim, o livro propõe uma abordagem diferenciada no trabalho, no trato, na estrutura, na organização e no planejamento geral e institucional do clube e das res-

pectivas atividades esportivas oferecidas, que são, à evidência, os verdadeiros “produtos” que um clube social e esportivo oferece aos seus “clientes/donos/proprietários”.

Em linhas gerais, serão demonstradas as principais diferenças, semelhanças e paralelos entre as atividades esportivas que se pratica nos clubes sociais e esportivos em comparação com o que se verifica fora deste âmbito, de forma que serão apresentadas de modo claro e simples diversas propostas de atividades esportivas que têm o condão de nortear um trabalho apropriado, adequado e de fácil entendimento e aplicação a ser desenvolvido neste segmento de atuação profissional.

O atendimento, o planejamento, a organização, a estrutura, a metodologia, as atividades regulares, os eventos, a comunicação, a divulgação com adoção de estratégias de marketing e a preparação das instalações esportivas para a prática esportiva com segurança, prazer e satisfação “clientes/donos/proprietários” são alguns dos temas relevantes e significativos aqui presentes, sem exclusão de outros correlatos.

Certos de que não somos - e jamais tivemos qualquer pretensão de ser - os “donos da verdade”, fica o registro inicial de que o fim precípua desta obra é sugerir opções de trabalho, caminhos e alternativas que, uma vez tidos e seguidos como exemplo e referência, podem auxiliar sobremaneira para que sejam atingidos em sua plenitude todos os objetivos e metas do departamento de esportes em prol dos membros da associação.