

— ALBERT EGON —

POR QUE NINGUÉM PATROCINA VOCÊ?

DESCUBRA O QUE ESTÁ IMPEDINDO VOCÊ
DE TER SUCESSO NA CAPTAÇÃO DE PATROCÍNIOS





SOBRE O AUTOR

ALBERT EGON

Desde o início da minha carreira profissional trabalhei com marketing e comunicação. Me formei em Design Gráfico pela PUC/PR em 2004 e já naquela época, trabalhando no atendimento de uma indústria gráfica, atendi os profissionais de marketing de grandes empresas do Brasil.

Comecei a trabalhar com esporte em 2011, quando assumi a Gestão das Ações de Marketing de uma indústria farmacêutica na STOCK CAR. Como responsável pelo marketing esportivo dessa empresa, geri o orçamento da equipe de corrida, organizei eventos esportivos expondo a marca desta farmacêutica e ouvi mais de 120 propostas de atletas pedindo patrocínio ao longo desses 3 anos.

Vendo essa dificuldade que atletas e dirigentes tinham em captar patrocínio, decidi fundar a M4S Marketing Esportivo, aonde pude gerenciar inúmeros projetos de sucesso, com destaque para a Copacol Truck Racing (2014 a 2016) e o Toledo Esporte Clube (2016 a 2020).

Paralelamente às atividades da M4S, em 2021 comecei a desenvolver o Projeto Base Campeã, que visa ajudar através da internet, atletas, pais de atletas, dirigentes esportivos e profissionais de marketing a captar e negociar patrocínio para que consigam viver verdadeiramente do esporte.

SUMÁRIO

SEM UMA ROTA DEFINIDA, QUALQUER LUGAR SERVE? _____	4
1 VOCÊ ACHA QUE SÓ O RESULTADO ESPORTIVO BASTA! _____	5
2 VOCÊ ACHA QUE SE FOR CAMPEÃO AS MARCAS VIRÃO ATÉ VOCÊ! _____	6
3 VOCÊ USA A MESMA ESTRATÉGIA PARA TODAS AS EMPRESAS! _____	7
4 VOCÊ PRECISA SER CARISMÁTICO! _____	8
5 TENHA DISCIPLINA NA PROSPECÇÃO DE NOVOS PATROCINADORES! _____	9
6 VOCÊ NÃO SE POSICIONA DIANTE DO PÚBLICO! _____	10
7 VOCÊ ESTÁ FALHANDO NA COMUNICAÇÃO! _____	11
8 VOCÊ ENVIA SEMPRE A MESMA PROPOSTA GENÉRICA PARA TODOS! _____	12
9 VOCÊ NÃO FAZ FOLLOW-UP COM AS EMPRESAS QUE JÁ CONTATOU! _____	13
10 VOCÊ SÓ ESTÁ PREOCUPADO COM O DINHEIRO! _____	14
11 VOCÊ PRECISA PENSAR NOS TRÊS PILARES DO PATROCÍNIO ESPORTIVO _____	15
E AGORA, COMO VAI SER? _____	16

O CONTEÚDO AQUI APRESENTADO
É DESTINADO A ATLETAS DE TODOS OS ESPORTES,
PAIS DE ATLETAS, DIRIGENTES ESPORTIVO OU ESTUDANTES
DE MARKETING QUE DESEJAM ATUAR NA ÁREA.

O MÉTODO APRESENTADO AQUI TAMBÉM PODE SER
APLICADO EM ASSOCIAÇÕES DE ESPORTE AMADOR E ESCOLINHAS

SEM UMA ROTA DEFINIDA, QUALQUER LUGAR SERVE?

Se você está lendo este e-book, provavelmente já se fez essa pergunta: **“Por que ninguém me patrocina?”** Você treina duro, se dedica ao seu esporte, tem resultados... mas na hora de conseguir apoio financeiro, tudo trava. Parece que o mundo dos patrocínios é fechado, só funciona pra quem já tem fama ou contatos, né? Mas a verdade é que, muitas vezes, o problema está em pequenos detalhes que ninguém te ensinou — até agora.

Este material foi feito especialmente pra você: atleta, pai de atleta ou gestor esportivo que sente na pele a dificuldade de conquistar patrocinadores. Aqui, vamos direto ao ponto. Sem enrolação. Você vai descobrir **os 11 erros mais comuns** que estão sabotando o seu sucesso na captação de patrocínios — e, o melhor, vai aprender como corrigir cada um deles de forma simples e prática.

Não importa se você compete em um esporte de alto rendimento, amadora, de ensino ou em uma modalidade pouco conhecida. **O que importa é como você se posiciona, se comunica e entrega valor para as marcas.** Este e-book é um convite pra você virar a chave, sair do papel de quem só pede ajuda e começar a agir como quem oferece oportunidades. Bora entender onde você está errando — e como mudar isso a partir de hoje?

1 VOCÊ ACHA QUE SÓ O RESULTADO ESPORTIVO BASTA!

Muita gente pensa que, se ganhar campeonatos e tiver um monte de medalhas, os patrocinadores vão aparecer sozinhos. Mas não é bem assim. Por mais que vencer seja importante, as empresas querem mais do que isso. Elas estão de olho em quem pode dar retorno, visibilidade e representar bem a marca delas. Ou seja: não adianta só ser bom de resultado, tem que ser bom de vitrine também.

Pensa aí: o que você tem a oferecer além do seu desempenho nas pistas, quadras ou campos? Você tem um público que te acompanha? Você sabe se comunicar? Tem alguma causa ou valor que defende? Tudo isso conta muito! Hoje em dia, uma empresa quer investir em atletas que possam ajudar a divulgar a marca, se conectar com pessoas e até influenciar decisões de compra.

Então, em vez de ficar esperando o patrocínio cair do céu porque você foi campeão, comece a pensar no que você pode entregar para a empresa. Pode ser engajamento nas redes, presença em eventos, criação de conteúdo, ações sociais... tem muita coisa que vai além do placar. Quem entende isso sai na frente — porque não está só pedindo ajuda, está mostrando que tem algo de valor pra trocar.

2 VOCÊ ACHA QUE SE FOR CAMPEÃO AS MARCAS VIRÃO ATÉ VOCÊ!

Tem muita gente que acha o seguinte: “Se eu for campeão, as marcas vão me procurar”. Só que, infelizmente, o mundo real não funciona assim. Ser campeão ajuda, claro! Mas não garante nada se você não souber se vender. O patrocínio não é só sobre troféu — é sobre visibilidade, conexão com o público e o quanto você pode ajudar uma empresa a crescer.

Agora pensa comigo: você tem uma audiência? Tem gente que te segue nas redes sociais, que acompanha sua rotina, torce por você? Porque a marca quer falar com esse público. Você tem uma boa imagem? Sabe se comunicar bem? Como será que o mercado te enxerga? Se ninguém te conhece ou se você não mostra valor fora da competição, é difícil uma empresa se interessar, mesmo com títulos.

Então, em vez de ficar esperando a mágica acontecer depois de subir no pódio, comece a construir sua presença agora. Cuida do seu Instagram, apareça mais, mostre seus treinos, seus valores, suas ideias. Seja alguém que atrai a atenção do público. Quando uma marca olhar pra você e enxergar uma ponte com o cliente dela, aí sim o jogo muda. Porque ser campeão é bom, mas ser relevante é ainda melhor.

3 VOCÊ USA A MESMA ESTRATÉGIA PARA TODAS AS EMPRESAS!

Um erro muito comum de quem busca patrocínio é sair mandando a mesma proposta pra todo mundo, como se todas as empresas fossem iguais. Mas cada empresa tem um público diferente, uma linguagem diferente, objetivos diferentes. Se você não leva isso em conta, já começa perdendo pontos. É como tentar pescar tubarão com isca de minhoca — não vai rolar.

Antes de oferecer qualquer coisa, você precisa entender com quem está falando. Pra quem aquela empresa vende? Qual é o estilo dela? Qual o tom que usa na comunicação? Tem sinergia com você? A marca vai querer ver que faz sentido te apoiar, que sua imagem tem a ver com a dela. Isso aumenta muito suas chances de fechar negócio.

Então a dica é: personalize. Mostre que você pesquisou, entendeu o negócio deles e tem algo específico a oferecer. Pode ser ajudar a divulgar a marca em outra cidade, atrair novos clientes, gerar mais engajamento ou simplesmente mostrar o quanto vocês combinam. Quando a empresa percebe que a proposta foi feita sob medida, ela te enxerga como parceiro — e não como mais um pedinte.

4 VOCÊ PRECISA SER CARISMÁTICO!

Sabe aquele atleta que tem talento, resultado, até um bom projeto... mas não consegue fechar patrocínio? Muitas vezes, o problema está no jeito de se comunicar. Ser carismático não significa contar piada ou ser o mais engraçado da sala — significa saber conversar, ouvir com atenção, mostrar interesse de verdade e tratar o outro com respeito.

Quando você liga para uma empresa, apresenta seu projeto ou participa de uma reunião, o seu jeito de falar conta muito. Um tom de voz simpático, uma escuta atenta e até a forma como você responde a uma objeção fazem toda a diferença. Se a empresa diz “agora não é o momento”, você vai ficar bravo? Ou vai mostrar maturidade e saber conduzir a conversa com respeito?

Empatia não é abaixar a cabeça pra tudo. É entender o lado do outro e saber como apresentar melhor o seu valor. Se você acredita no seu projeto, se preparou, conhece seu público e está ali pra somar, você tem que transmitir confiança — mas sem arrogância. Patrocínio também é relacionamento. E ninguém gosta de se relacionar com alguém ríspido, fechado ou que só fala de si mesmo.

5 TENHA DISCIPLINA NA PROSPECÇÃO DE NOVOS PATROCINADORES!

Tem muito atleta que até monta um bom projeto, mas depois fica esperando cair alguma oportunidade do céu. A verdade é que, se você não correr atrás todos os dias, as chances de conseguir patrocínio são mínimas. Patrocínio é um jogo de volume e consistência. Quanto mais empresas você procurar, mais chances tem de ouvir um “sim”.

Agora seja sincero: quantas ligações você fez essa semana? Quantos e-mails mandou? Quantas empresas novas entrou na sua lista? Se a resposta for “nenhuma” ou “quase nenhuma”, tá aí o motivo do patrocínio não aparecer. É preciso tratar isso como uma rotina de treino: todo dia você tem que dar um passo. Mesmo que a resposta seja “não”, pelo menos você está avançando e ganhando experiência.

Disciplina aqui é mais importante que sorte. Não espere ter tempo livre ou motivação — crie um hábito. Separe um horário da semana só pra isso. Coloque metas, acompanhe os contatos que já fez, organize suas listas. Quanto mais você se organiza e insiste com estratégia, mais profissional vai parecer. E quanto mais profissional você for, mais chances terá de atrair empresas sérias.

6 VOCÊ NÃO SE POSICIONA DIANTE DO PÚBLICO!

Hoje em dia, não basta ser bom no que faz. As pessoas — e as marcas — querem saber quem você é, no que você acredita e o que você representa. E se você não deixa isso claro, acaba sendo só “mais um atleta”. Ter posicionamento é mostrar seus valores, sua personalidade e o que te diferencia dos outros. Isso ajuda a criar conexão com o público... e com os patrocinadores também.

Mas calma! Não estamos falando que você tem que entrar em polêmica ou ficar dando opinião sobre tudo. Posicionamento é deixar claro, por exemplo, se você valoriza família, disciplina, superação, educação, causas sociais... O que move você? O que você defende? Que tipo de exemplo você quer dar? Isso ajuda a atrair empresas que pensam parecido com você.

Veja só: grandes atletas como Cristiano Ronaldo, Federer ou Nadal têm estilos de vida bem diferentes, mas todos têm posicionamento forte. O que eles aceitam, o que não aceitam, como se comportam em público — tudo isso faz parte da imagem deles. E você? Já parou pra pensar como as pessoas te enxergam? Se você não se posiciona, o público e o mercado não sabem quem você é — e aí fica difícil se destacar.

7 VOCÊ ESTÁ FALHANDO NA COMUNICAÇÃO!

Você pode ter um baita talento, um bom projeto e até experiência... mas se não souber se comunicar, vai continuar batendo na trave. Comunicação não é só saber falar bem — é saber se apresentar, se vestir de forma adequada, escolher as palavras certas e até entender quando é melhor ouvir do que falar. A forma como você se comunica diz muito sobre o seu profissionalismo.

Já parou pra pensar como você fala sobre o seu projeto? Você transmite confiança? Sabe explicar o que oferece, sem enrolar? E mais: sua roupa passa credibilidade? Seu jeito de escrever no WhatsApp ou e-mail é profissional? Tudo isso importa. A forma como você se porta, mesmo calado, já comunica algo — seja numa reunião, numa foto ou num post nas redes sociais.

Muita gente perde chance de patrocínio por pequenos detalhes: fala demais, fala pouco, escreve com erros, se apresenta sem clareza... E o pior: às vezes nem percebe que está errando. Por isso, vale a pena se observar mais, pedir feedback e ajustar o que for preciso. Quem sabe se comunicar bem se destaca, se conecta melhor com as empresas e aumenta (e muito) suas chances de fechar um bom negócio.

8 VOCÊ ENVIA SEMPRE A MESMA PROPOSTA GENÉRICA PARA TODOS!

Um dos maiores erros que os atletas cometem é mandar o mesmo arquivo de proposta pra toda empresa que aparece. Aí depois reclamam que ninguém responde... Mas já pensou quantas mensagens o pessoal de marketing recebe por dia? Se a sua proposta parece igual a todas as outras, ela vai direto pro lixo — sem nem ser lida.

Você precisa se destacar! E pra isso, tem que mostrar que preparou algo pensando na empresa. Personalize. Fale o nome dela, cite algo que ela faz, mostre que você pesquisou. Proposta genérica transmite desleixo. Agora, quando a empresa vê que você se esforçou pra montar algo só pra ela, as chances de receber uma resposta (e quem sabe um "sim") aumentam muito.

E cuidado com outro erro comum: apresentações longas, cheias de texto, que mais parecem uma apostila. Lembre-se: o slide é apoio, não é pra você ficar lendo na frente do patrocinador. Seja claro, objetivo, visual. Mostre o valor que você entrega, com simplicidade e foco. Proposta boa é aquela que prende a atenção logo nos primeiros segundos.

9 VOCÊ NÃO FAZ FOLLOW-UP COM AS EMPRESAS QUE JÁ CONTATOU!

Muita gente apresenta o projeto, escuta um “vamos analisar” e... nunca mais entra em contato. Fica com medo de parecer chato ou de ouvir um “não”. Só que, na real, quem não cobra, não fecha. Fazer follow-up não é insistência chata — é profissionalismo. Se você marcou de receber uma resposta até tal dia, é seu dever lembrar a empresa disso.

Todo mundo tem metas: o empresário, você, todo mundo. E a correria do dia a dia faz muita coisa passar batido. Às vezes a empresa até gostou de você, mas esqueceu de responder. Quando você retoma o contato no dia certo, mostra organização, respeito pelo combinado e, o mais importante, mostra que está levando a sério. Isso passa confiança.

Então perca o medo de cobrar. Não é falta de educação — é parte do jogo. Use uma planilha ou caderno e anote tudo: quem você contactou, quando foi a reunião, o que ficou acordado, qual a próxima ação. Quando você trata a captação como um processo com etapas, em vez de uma tentativa solta, começa a colher muito mais resultado.

10 VOCÊ SÓ ESTÁ PREOCUPADO COM O DINHEIRO!

Na hora da reunião com o patrocinador, dá pra perceber quando o atleta tá ali só pelo dinheiro. O olhar, o jeito de falar, o foco da conversa... tudo gira em torno de “quanto você pode me dar?”. E quando é assim, a empresa percebe rapidinho e perde o interesse. Patrocínio é uma troca, e se você só pensa no seu lado, essa troca fica desequilibrada.

Em vez de começar falando das suas dificuldades ou da sua necessidade, que tal perguntar o que a empresa precisa? O que ela quer com esse patrocínio? Qual público ela quer atingir? Quais resultados ela espera? Mostrar interesse nos objetivos do patrocinador te coloca em outro patamar. Você deixa de ser um "pedinte" e vira um parceiro estratégico.

E se a resposta for “não” naquele momento, tudo bem. Analise o motivo e volte com uma nova proposta, mais ajustada ao que a empresa procura. Mostre que você está pensando nela, e não só em resolver o seu problema. Quem tem essa visão mais madura e colaborativa se destaca — e passa na frente de quem só está correndo atrás de grana.

11 VOCÊ PRECISA PENSAR NOS TRÊS PILARES DO PATROCÍNIO ESPORTIVO.

Se você quer ser patrocinado de verdade, precisa entender que não basta só ter talento ou vontade. Existem três pilares que sustentam qualquer projeto de patrocínio: um bom projeto de patrocínio, uma audiência interessada em você e por último, network. Se um desses três pilares for o seu ponto fraco, as suas chances em conseguir patrocínio diminuem.

Primeiro pilar: o seu projeto ou apresentação de patrocínio. Ele mostra seu histórico, seu esforço, suas conquistas. Ele está bem feito? Apresenta os benefícios claros pra empresa? Tem visual profissional?

Segundo pilar: a sua audiência. Você tem gente que te acompanha, torce por você, engaja com o que você posta? Porque as marcas querem visibilidade. Você usa suas redes sociais de maneira intencional, com o objetivo de fortalecer a sua imagem como um atleta ou futuro atleta de maneira profissional?

E terceiro: o seu network ou a sua rede de contatos. Você precisa entender que a habilidade de conhecer pessoas precisa ser desenvolvida em você com a mesma dedicação que você tem nos seus treinos e competições. No meu treinamento chamado Rota do Patrocínio eu desenvolvo nos meus alunos a capacidade de conseguirem desenvolver-se nestes três pilares fundamentais para que eles possam se tornar “patrocináveis.”

Se você perceber que está com algum desses pilares enfraquecidos, não desanima. Desenvolva eles! Trabalhe pra crescer sua presença digital, melhore seu material de apresentação, busque resultados consistentes no seu esporte.

Patrocínio não vem só pra quem merece — vem pra quem se prepara.

Quando os três pilares estão alinhados, você vira um atleta que não só merece apoio... mas que se torna impossível de ignorar.

E AGORA, COMO VAI SER?

Agora que você leu este e-book e entendeu os principais motivos que afastam os patrocinadores, chegou a hora de dar o próximo passo. Você já percebeu que talento e resultado não bastam. É preciso saber como se comunicar, se posicionar e mostrar valor real para as empresas. **E isso não é sorte — é técnica.** Técnica que qualquer pessoa pode aprender, mesmo começando do zero.

Foi exatamente por isso que criamos o **Curso Rota do Patrocínio**: um método passo a passo que ensina **atletas, pais de atletas e dirigentes esportivos** a captar patrocínio de forma profissional, mesmo em esportes amadores ou pouco conhecidos. Você vai aprender como montar um projeto matador, fazer prospecção do jeito certo, negociar com segurança e criar parcerias duradouras com marcas — como um verdadeiro profissional do marketing esportivo.

Se você está cansado de depender da sorte ou de pedir ajuda sem retorno, **o Rota do Patrocínio é o seu próximo destino.** Não importa sua idade, seu esporte ou sua realidade: a estratégia certa e o meu acompanhamento vai transformar tudo quando o assunto for captação de patrocínios.

Clique no link abaixo, conheça o curso e comece agora mesmo a mudar sua história com os patrocinadores.

[Clique aqui e faça parte da próxima turma do Rota do Patrocínio](#)

**Gostou
do conteúdo
desse e-book?
;-)**

**Então tire um
print ou uma foto sua
e compartilhe nos Stories.**

@basecampea





ALBERT EGON
Fundador do projeto BASE CAMPEÃ
M4S Marketing Esportivo

@basecampea



**Siga a Base Campeã.
Conteúdo gratuito toda semana.**

