

BOAS PRÁTICAS: GESTÃO DE MARCAS

- A Prefeitura de Salvador e a Saltur tem aproveitado a experiência adquirida com o Comitê Olímpico Internacional (COI) no conjunto de eventos da Copa das Confederações 2013 e Copa do Mundo de 2014 para trazer eficiência na gestão de recursos. A Gestão de Marcas, prática aplicada pelo setor público em parceria com o setor privado, iniciou-se na realização otimizada de grandes eventos, onde os resultados estão sendo verificados no cotidiano da cidade.
- O know-how das operações em proteção às marcas dos patrocinadores de eventos, o modus operandi dos organizadores internacionais nos sistemas de ordenamento da publicidade, o combate ao marketing de emboscada e a preservação dos direitos dos patrocinadores foram fatores utilizados no Carnaval de 2014 e 2015 e contribuíram para que, em 2014, a cidade tivesse seu maior Carnaval autopatrocinado.
- Com os investimentos de grandes empresas privadas e a confiança do empresariado na gestão pública, além de custear todo o evento poupando recursos públicos, os excedentes financiaram, por exemplo, a promoção da cidade em voo oferecido por uma empresa aérea europeia.
- O trabalho de Gestão de Marcas deflagra uma série de efeitos induzidos que podem ser sintetizados em uma mudança na mentalidade e acordos entre a gestão pública e privada, com um incremento da confiança local.
- A cooperação e mobilização ocorre da seguinte forma: enquanto os eventos são financiados por patrocinadores privados, a Prefeitura entra apenas com apoio na infraestrutura, havendo economia nos gastos públicos e ganhos de publicidade para as empresas.
- Este sistema de gestão já recondicionou um caixa eletrônico no Mercado Modelo, requalificou campos de futebol e outras ações e eventos estão em andamento, impactando diretamente na formatação do calendário de eventos da cidade.