



#BAHIA 🏟️ 🏟️

CLUBE DEMOCRÁTICO

- ★ 2013 – Intervenção judicial
- ★ 2013/2014 – Grave crise financeira. Início de saneamento do clube.
- ★ 2015/2017 – Redução da folha de futebol e volta à Série A.
- ★ 2018/2020 – Novas receitas, inovação e volta da torcida popular e diversificada.



CLUBE DO POVO E INCLUSIVO

★ Trazer o povo, sem distinção, para a vida do clube

Bahia clube do povo ^{★ ★}




★ Criação do “Núcleo de Ações Afirmativas”

FUTEBOL NACIONAL
 ● CLUBE BAHIANO VIBOU EXEMPLO DE ENGAJAMENTO COM CAUSAS SOCIAIS E INCLUSÃO NO FUTEBOL. ● COM PROJETOS POPULARES, BAHIA

Bahia, o clube de todos

Atacado de plano de ação em meio a pressões sociais e ações afirmativas, clube reforça sua identidade popular

ARENA FONTE NOVA

Terceira se engajou nas causas do Bahia, enquanto o técnico Roger Machado tomou o porta-voz do clube

Os avanços tecnológicos causaram uma transformação importante no universo da propaganda. Saiu a comunicação em quantidade para uma aproximação mais assertiva com grupos identitários. Chamo aqui de grupos identitários aquelas características mais marcantes da descrição da personalidade de uma pessoa, o que os movem e os comovem. O nicho é a nova massa.

Esta realidade se aplica também aos clubes de futebol. Em linhas gerais, eles não foram capazes de entender a complexidade desta nova maneira de fazer o esporte. Por que futebol não é só campo. A um povo que faz do jogar bola uma importância ao que se alcança com a bola é ignorar sua relevância social e desconhecer por completo a sua história.

Pois não há hoje, no Brasil, trabalho tão bem executado neste sentido do que o feito pelo Bahia.

MELHORA NAS FINANÇAS

RESPEITO AOS ÍDOLOS

Artigo Gabriel Galo

O Bahia é o time de todos

O que é necessário para que alguma marca possa se dizer “do povo”? Certamente não uma história pontual bonita, mas sim uma trajetória consistente que capte e se adapte aos anseios de sua gente, colocando-a no centro de suas decisões.

Os avanços tecnológicos causaram uma transformação importante no universo da propaganda. Saiu a comunicação em quantidade para uma aproximação mais assertiva com grupos identitários. Chamo aqui de grupos identitários aquelas características mais marcantes da descrição da personalidade de uma pessoa, o que os movem e os comovem. O nicho é a nova massa.

Esta realidade se aplica também aos clubes de futebol. Em linhas gerais, eles não foram capazes de entender a complexidade desta nova maneira de fazer o esporte. Por que futebol não é só campo. A um povo que faz do jogar bola uma importância ao que se alcança com a bola é ignorar sua relevância social e desconhecer por completo a sua história.

Pois não há hoje, no Brasil, trabalho tão bem executado neste sentido do que o feito pelo Bahia.

Com simbolismos originários demais envolvidos, não é possível falar de baianidade sem falar do Bahia.

A guinada definitiva aconteceu quando o Bahia anunciou a criação do Núcleo de Ações Afirmativas (NAA), em janeiro de 2018. Na pauta do grupo estava abordar com coragem temas que ainda são tabus no esporte, como racismo, machismo, homofobia, intolerância religiosa, violência, dentre muitos outros.

O resultado colhido até agora é das melhores narrativas já escritas e com um apelo que une propósito e negócios com maestria. Remete aquilo que é, além do que diz ser. Baseia-se em ações, mais do que palavras. Urge consistência, mais do que oportunismo.

Se tem algo que o Bahia pode dizer de si é que é o time do povo. Seu nome é o do Estado que defende. Suas cores são de sua bandeira. Com simbolismos originários demais envolvidos, não é possível falar de baianidade sem falar do Bahia.

As mensagens se sucedem, sempre tratando de união. O hino é inteiramente cantado na primeira pessoa do plural. “Somos do povo o clamor!” Quem canta é a massa. Nos versos de Adroaldo Costa, a torcida é que tem um time, não o contrário. E para popularizar de vez a canção, Moraes Moreira transformou em carnaval a marchinha, elevando-a a ser, talvez, o mais belo hino do Brasil.

Em 2013, foi nos braços e apelos de sua gente que o clube foi resgatado do absolutismo que o regia. Estabeleceu-se democracia efetiva, participativa, com eleições diretas.

Os pontos de cada passagem se conectam sempre com o propósito maior. Afinal, ser o clube do povo não aceita segregação. Pelo contrário.

As atribuições do NAA atingiram nível tal de perfeição técnica na execução e consistência, que cria um contingente gigantesco de novos torcedores para o clube. Porque se comunica no nível mais íntimo possível.

O Bahia abraça a diversidade. Inclui, acolhe, luta. Não se rende a desvios mercadológicos estranhos numa nova era que quer o exterminio de minorias. Clama à massa, convoca a se juntar à turma tricolor. “vem ser Bahia!”

Colhe, por fim, os frutos – inclusive financeiros – por medir postura de construir pontes. De quem diz, sem abrir possibilidade de questionamento, que o torcedor é o que quiser ser. O que os une, é o torcer pelo Bahia, e isso basta.

Val além, inclusive. Empodera e eleva sua gente e coloca-se como agente de batalha na preservação de identidades. Grava de maneira imutável no inconsciente coletivo os valores e propósitos da instituição. É grupo, é afirmação, é proteção, é segurança. É um sentimento que extrapola as quatro linhas e se torna indescritível.

E prova que a retidão de caráter e a dignidade humana é o melhor caminho para evoluir.

GABRIEL GALO É ESCRITOR

O GLOBO ASSINE

PUBLICIDADE

MARTÍN FERNÁNDEZ

EXCLUSIVO PARA ASSINANTES

Na era do elitismo burro, Bahia acerta ao abraçar torcida e diversidade

Clube se engajou contra homofobia e racismo e adotou preços populares

24/05/2019 - 16:08 / Atualizado em 24/05/2019 - 16:28

EL PAÍS ESPORTES

ESPORTE CLUBE BAHIA

Bahia de todas as cores, classes, crenças e gêneros

Pioneiro em ações afirmativas, clube mais popular do Nordeste reverencia ídolos negros, incentiva mulheres na torcida, combate intolerância religiosa e adere à causa LGBT

EL BIMP

FOLHA DE S. PAULO

asilheiro copa do brasil libertadores champions league

Bahia apoia causas sociais em busca de diversidade na sua torcida

Clube já realizou ações em defesa de mulheres, negros, índios e público LGBT

MEIA ENCARNADA

O troféu imaterial do Bahia

Ao longo de 2018, o Esquadrão se destacou por suas ações afirmativas. Na próxima sexta-feira (17), promove o lançamento do Relatório Anual da Discriminação Racial no Futebol.

Por Douglas Cecconello, [Globoesporte.com](#) — Porto Alegre

CartaCapital

Você precisa torcer para o Esporte Clube Bahia. Veja os motivos

• [Gustavo Gabriel](#) - 19/05/2019

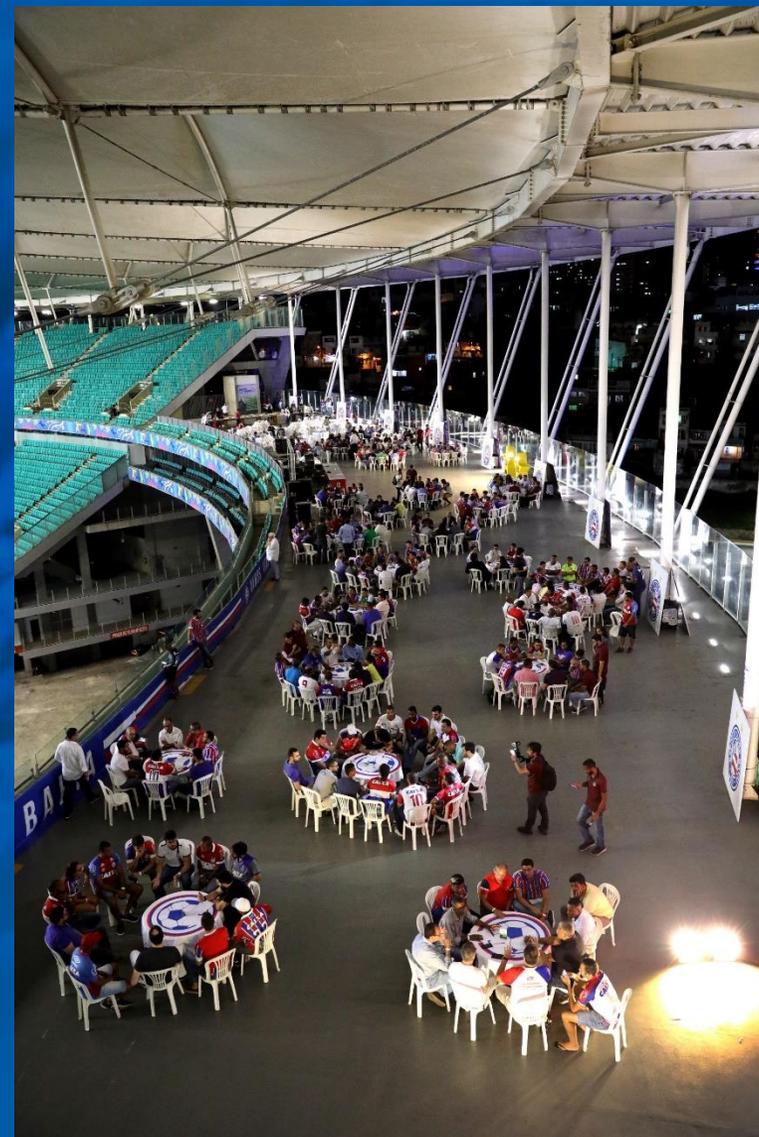
Foto: Felipe Oliveira/EC Bahia

O Bahia é o clube do povo. Se esse é um ditado comum na boca dos torcedores e na missão da organização, é cada vez mais concreto no discurso do clube muito além do futebol.



CLUBE INOVADOR

★ REPENSANDO O BAHIA



★ ESQUADRÃO: Marca própria

★ Lançamento popular e inclusivo



- ★ Camisa popular: R\$239,00 para R\$99,00
- ★ Vantagens para sócios: cerveja pela metade do preço, camisa oficial de jogo e descontos relevantes nos Parceiros de Aço.
- ★ BBMP (aplicativo próprio) e BARRIL DOBRADO (gamificação)
- ★ Planos populares: “BERMUDA E CAMISETA” e “BAHIA DA MASSA”

★ REFLEXO NOS QUADROS SOCIAIS DO CLUBE

- **Aumento do público feminino:** 9% (2018) para 13% (2019)
- **Aumento do público infantil:** 800 (2018) para 2.700 (2019)
- **Aumento do público popular:**

Top 5 Geral

- ★ Pituba
- ★ Brotas
- ★ Itapuã
- ★ Imbuí
- ★ Cajazeiras

Top 5 Bermuda e Camiseta

- ★ Cosme de Farias
- ★ Liberdade
- ★ Federação
- ★ Boca do Rio
- ★ Pernambués

Top 5 Bahia da Massa

- ★ Cajazeiras
- ★ Cosme de Farias
- ★ Liberdade
- ★ Pernambués
- ★ Boca do Rio

- AUMENTO GERAL:

Jan/2018

14.000
SÓCIOS

Nov/2019

44.500
SÓCIOS

Top 10

Clubes com mais sócios

Flamengo - 145 mil

Internacional - 126,4 mil

Atlético-MG - 110 mil

Grêmio - 91 mil

Corinthians - 81 mil

Bahia - 44 mil

Sport - 38 mil

Vasco - 31,6 mil

São Paulo - 31,1 mil

Santos - 30 mil

PAPEL DA OUVIDORIA NA GESTÃO

★ AMPLIAÇÃO DA ÁREA DE COMUNICAÇÃO

2013

Equipe: 3 colaboradores

Canais:

Site / Facebook / Twitter

Seguidores: 1 milhão

2019

Equipe: 11 colaboradores

Canais:

Site / Facebook / Twitter

Instagram / YouTube (TV Bahêa)

Rádio (Programa do Esquadrão)

App Próprio (BBMP) / Rádio Web Esquadrão

Seguidores: + de 3 milhões

★ EXPANSÃO DOS CANAIS DE ATENDIMENTO

2013

★ **Presencial:**

1 pessoa

2019

★ **Presencial:**

**11 posições de atendimento
(20 em dias de jogo)**

★ **Call-center:**

6 posições de atendimento

★ **WhatsApp automatizado**

★ **E-mail**

★ **18 lojas**

★ **Site intuitivo com baixa fricção**

9.000 atendimentos/mês

★ EXEMPLOS DE AÇÕES

