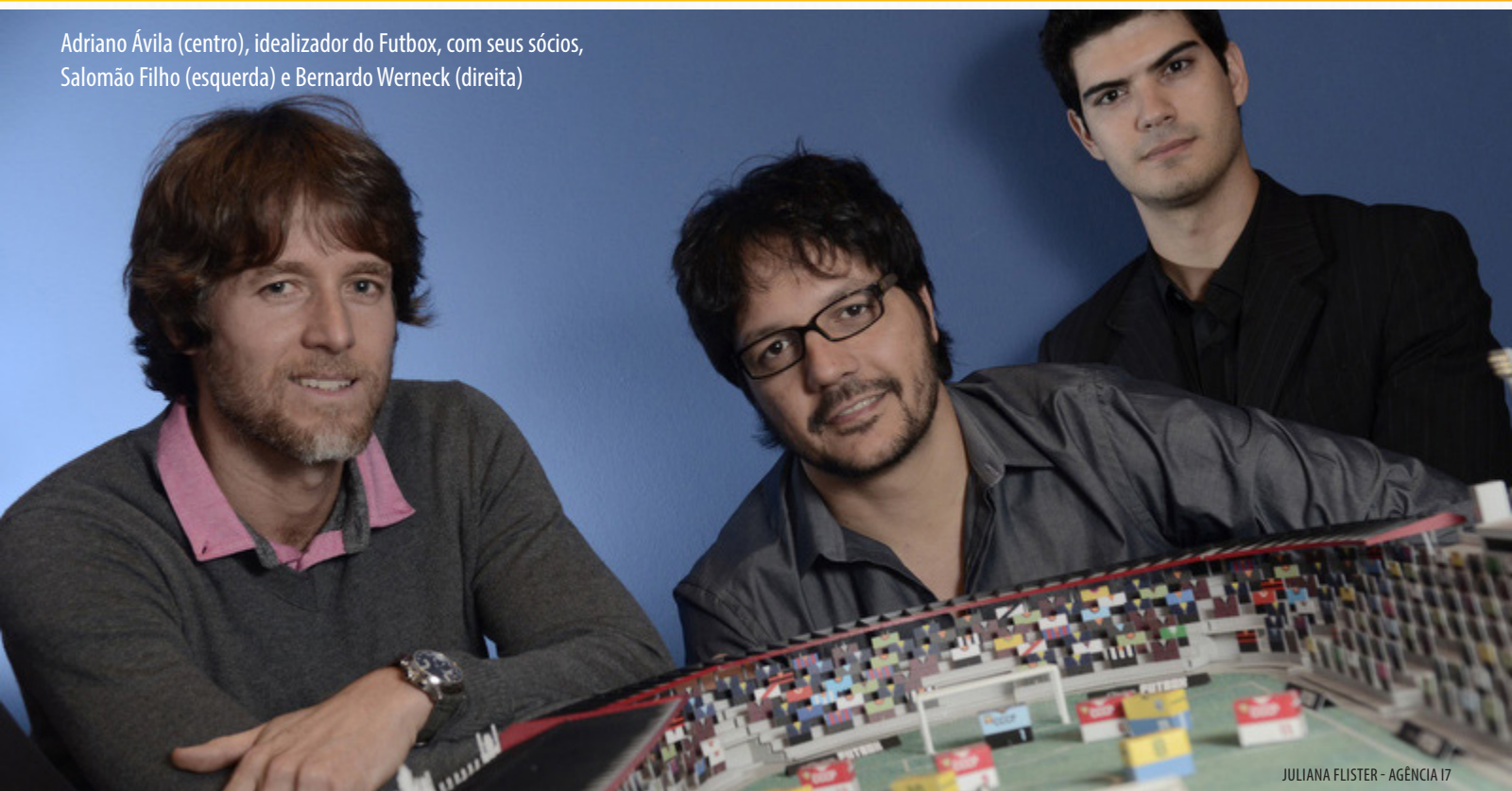


CASOS DE
SUCESSOPAIXÃO PELO FUTEBOL
VIRA NEGÓCIO

Adriano Ávila (centro), idealizador do Futbox, com seus sócios,
Salomão Filho (esquerda) e Bernardo Werneck (direita)



JULIANA FLISTER - AGÊNCIA 17

Portal Futbox alia esporte com
o design e conta a história do futebol

Já pensou uma enciclopédia ilustrada sobre uma das maiores paixões do brasileiro? Uma empresa situada em Belo Horizonte (MG) pensou. Contando a história do futebol por meio de ilustrações e animações, o Futbox.com alia entretenimento e informação em um portal dinâmico e repleto de história. Criado há mais de dois anos (porém com site no ar há menos de seis meses) a ideia é a consolidação de aproximadamente 20 anos de pesquisas.

Fundado pelos sócios, o publicitário Adriano Ávila, o economista Salomão

Filho e o advogado Bernardo Werneck, o portal reúne ilustrações dos principais clubes do mundo e de todos os Mundiais desde 1930 até 2010, além de animações *stop motion* que reproduzem jogadas históricas e artigos no blog.

Há cinco meses disponível para acesso, o portal proporciona interação ao torcedor/internauta, permitindo o envio de textos, ilustrações, curiosidades e a participação em votações para escolha dos conteúdos que serão publicados. A página no Facebook possui mais de 120 mil fãs, o que de

acordo com Ávila, é considerado um posicionamento estratégico no mercado.

Conforme o empresário, foram mais de dois anos de preparação do conteúdo e dos colaboradores que iriam atuar no projeto. Em março, a *fanpage* entrou no ar e em seguida, foram inaugurados o portal, e posteriormente, o blog. Pensando na Copa do Mundo da FIFA 2014 e na capacidade de alcance, o portal será traduzido para o inglês e o espanhol. O empresário afirma que o Futbox.com pode ser uma opção de conteúdo para órgãos públicos, museus e

CASOS DE
SUCESSOPAIXÃO PELO FUTEBOL
VIRA NEGÓCIO

empresas na criação de soluções em turismo, negócios, futebol, dentre outros aspectos que envolvam o Brasil e as cidades-sede.

Um maior número de visitas já pôde ser percebido no portal durante a Copa das Confederações da FIFA 2013. “Lançamos o módulo de acompanhamento dos jogos e tivemos crescimento. Mais que quintuplicou o nível de acessos diários à página e na *fanpage* também”, revela Ávila. Atualmente é possível acompanhar em tempo real o Campeonato Brasileiro e a Liga dos Campeões da Europa.

O Futbox está preparado para a Copa do Mundo da FIFA 2014. Prevendo uma

rápida expansão, a empresa possui o seu servidor no Vale do Silício, nos Estados Unidos. Além disso, foram firmadas parcerias estratégicas e investimentos em tecnologia para comportar os acessos ao portal. “Temos condições de atender o tráfego com relação à Copa do Mundo”, expõe.

Divulgar o Brasil e o Mundial é um sonho da empresa. “O acervo referente às Copas do Mundo é algo que nem a Fifa tem, o que possibilita uma parceria. Podemos oferecer soluções e contribuir com a divulgação do País e do evento, por meio de um conteúdo inédito”, diz o empresário.

Ávila enxerga o megaevento de for-

ma otimista não somente para o Futbox, como também para os demais empresários. “Esses momentos (de Copa do Mundo e Olimpíadas) são extraordinários para quem se propõe a fazer um trabalho de qualidade. Quanto mais eventos esportivos tivermos, melhor. São facilitadores de negócios”, pontua.

Para atingir aos anseios dos clientes, Ávila comenta que os empresários devem se capacitar, para que os serviços sejam prestados com qualidade. “O empreendedor deve ter a certeza de que se tem totais condições de realizar o que está propondo”.

A paixão pelo futebol vem desde quando Adriano Ávila era criança



FUTBOX.com

NEYMAR

O camisa 10 na
Copa das Confederações.

INIESTA

Autor do gol
do título mundial
da Espanha.

CLIQUE AQUI E VEJA
ENTREVISTA ADRIANO ÁVILA

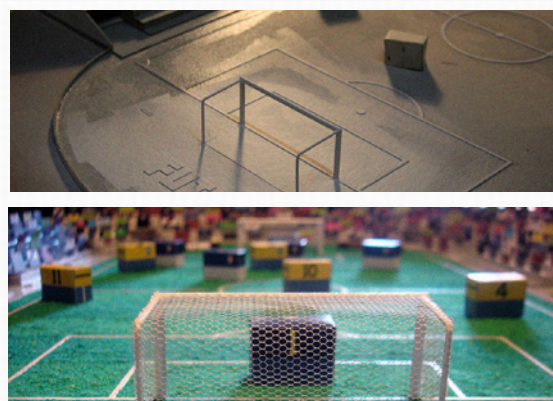
CASOS DE
SUCESSOPAIXÃO PELO FUTEBOL
VIRA NEGÓCIO

Futebol como negócio

O acervo construído pelo Futbox.com pode servir de conteúdo para ações comerciais, desenvolvimento de aplicativos, projetos gráficos, dentre outros, de forma a agregar valor às marcas patrocinadoras. Trata-se de uma oportunidade de aproximação entre o consumidor e as empresas.

Para Ávila, quanto mais informações o cliente obtiver, melhor para as marcas. Para ele, esta é uma forma de valorizá-las e satisfazer as necessidades de informação do usuário. “É interessante trabalhar o futebol como expressão artística, pela capacidade de realizar negócios rentáveis, de qualidade

e com retorno institucional”, fala. Ainda de acordo com o empresário, quanto melhor o futebol for gerido, mais condições favoráveis de investimento para os patrocinadores irão surgir. De acordo com ele, investir na gestão do esporte resultará em melhorias para o consumidor e para o investidor.

Parcerias com empresas permitem
ainda mais interação aos torcedores

FOTOS CARLOS FRANÇA

Parcerias

Getty Images, Data Factory e HP (Hewlett-Packard) são parceiras do portal. A primeira empresa visa a inserção no mercado brasileiro e já busca isso por meio do futebol. “Trabalhamos juntos desde o lançamento e principalmente na Copa das Confederações, com a disponibilização imediata de fotos do evento”, diz.

Segundo Ávila, a parceria com a empresa inglesa de banco de imagens

foi imediata. Demorou apenas um mês entre a apresentação do projeto e assinatura do contrato, que visa o enriquecimento das ilustrações por meio do banco de imagens.

A Data Factory, com unidades na Argentina e Chile, possibilita o acompanhamento em tempo real das partidas disputadas no Campeonato Brasileiro 2013, e já está em negociação para outros módulos

de competições disponibilizadas no portal.

Já a HP é parceira no desenvolvimento do aplicativo *paperbox*. O internauta cria *templates*, imprime, monta as caixinhas e pode brincar com as peças, assim como nas animações produzidas pela empresa. Além dessas, há previsão de fechamento de parcerias com dois outros negócios para o fornecimento de conteúdo e de banco de dados e imagens

CASOS DE
SUCESSOPAIXÃO PELO FUTEBOL
VIRA NEGÓCIO

Sobre o Futbox

A paixão pelo futebol vem desde quando Adriano Ávila era criança. “Na Copa de 82, tinha um brinquedo de montar. Montava bloquinhos amarelos e azuis para fazer o Brasil, brancos e pretos para representar a Alemanha, junto com bolinhas de isopor. E ficava brincando”, recorda. Quando cresceu, aprimorou as habilidades de desenho que aprendera com o pai, João Alamy, e começou a desenhar os uniformes das seleções e a montar caixinhas. “O nome do Futbox vem

daí. ‘Futebol de caixinha’”, revela.

Na faculdade, Ávila utilizava um *software* de ilustração e iniciou uma pesquisa aprofundada sobre o futebol. O que começou como um *hobby*, se transformou em projeto, e posteriormente, em negócio, que deu origem ao Futbox.

Com mais de 30 profissionais trabalhando direta e indiretamente e nos diversos canais de comunicação, a empresa reúne jornalistas, designers, arquitetos,

fotógrafos, pesquisadores, programadores e outros profissionais, inclusive para captação de oportunidades em Belo Horizonte, São Paulo, Rio de Janeiro, Estados Unidos e Santiago, no Chile.

A Futbox se volta aos torcedores ao apresentar a história do futebol por meio de ilustrações e animações e reunindo conteúdos produzidos pelos próprios usuários, sendo um ponto de encontro aos interesses comuns.



Animações envolvem trabalho minucioso de profissionais

Clique aqui e veja uma partida

CARLOS FRANÇA



FICHA TÉCNICA

EMPRESA: FUTBOX

SITE: www.futbox.com

LOCALIDADE: BELO HORIZONTE (MG)