



TÍTULO DO PROJETO DE PATROCÍNIO:

Jungle Fight

TEMA DO PROJETO:

MMA World League

NOME DO

PATROCINADO:

Associação Liga Brasileira de MMA - ALBMMA

Rio de Janeiro

2023



SUMÁRIO

- 1 IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO
- 2 JUSTIFICATIVA DA ESCOLHA DA FAAR
- 3 FUNDAMENTAÇÃO LEGAL PARA O PATROCÍNIO
- 4 APRESENTAÇÃO
- 5 MISSÃO
- 6 OBJETIVO
- 7 VALORES
- 8 JUSTIFICATIVA
- 9 OBJETIVO GERAL
- 9.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS DO PROJETO
- 10. TEMA:
- 11 PÚBLICO ALVO
- 12 ESTIMATIVA DE PÚBLICO
- 13 PROGRAMAÇÃO DO EVENTO
- 14 COMUNICAÇÃO DO PROJETO
- 15 CRONOGRAMA DE AÇÕES
- 16 INTERAÇÃO COM AS POLÍTICAS PÚBLICAS DE ESPORTE DE ALTO RENDIMENTO
- 17. ORÇAMENTO GERAL ANALÍTICO DO PROJETO
- 18. CONTRAPARTIDA
- 19. NEGOCIAL
- 20. SOCIAL
- 21. OUTROS PATROCINADORES
- 22. COTA DE PATROCÍNIO



PROJETO DE PATROCÍNIO

DADOS CADASTRAIS			
ÓRGÃO/ENTIDADE PROPONENTE: <u>Associação Liga Brasileira de MMA – ALBMMA</u>			CNPJ: <u>16.986.956/0001-44</u>
ENDEREÇO: <u>Estrada do Bandeirantes, 15076 - loja 256,</u> <u>Condominio Centro Comercial Vargem Pequena,</u> <u>Vargem Pequena</u>			
CIDADE: Rio de Janeiro	UF: RJ	CEP: <u>22783-113</u>	DDD:TELEFONE: _____
NOME DO RESPONSÁVEL: <u>Wallid Farid Ismail</u>			CPF: _____
CI/ÓRGÃOEXP: _____ IFP			CARGO: <u>Presidente</u>
ENDEREÇO: _____ _____			CEP: _____
DESCRIÇÃO DO PROJETO:			
TÍTULO DO PROJETO: Jungle Fight Championship			
TEMA: O Jungle Fight é um evento consagrado desde de 2003, que já passou por vários estados do Brasil e países da Europa, possui um card de lutas competitivas, escolhidos uma a uma a experiência de seu idealizador, Wallid Ismail, uma referência neste mercado nacional e internacional de MMA – Mix Martial Arts, onde estes atletas têm a oportunidade de poderem exibir todo o potencial técnico deste universo esportivo.			



1. IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO PATROCINADO

Até Fevereiro de 2023 foram realizadas 113 edições do evento Jungle Fight - O Jungle Fight foi criado em 2003 e seu primeiro evento foi em Manaus, Amazonas. O evento está inserido em um seleto grupo dos maiores eventos de MMA do mundo. O Jungle Fight é uma grande ferramenta de inclusão social levando oportunidade e gerando muitos empregos diretos e indiretos. Realiza também eventos com card social que traz lutadores vindos de comunidades . Além de fonte de renda para os atletas e colaboradores do evento, o Jungle Fight gera um incrível retorno de mídia para seus apoiadores. Isso se deve a uma imensa quantidade de fãs e admiradores do trabalho efetuado pelo Jungle Fight ao longo de mais de 19 anos de existência. O Jungle Fight revelou diversos dos maiores lutadores do MMA no cenário internacional, dentre eles vários campeões do UFC como Fabricio Werdum, Lyoto Machida, José Aldo, Renan Barão e muitos outros grandes nomes como Ronaldo Jacaré, John Linecker , Iuri Alcantara, Alan Nogueira, Bethe Correia, Deiveson Figueiredo, Douglas Silva, Paulo Borrachinha, Felipe Cabocão, Amanda Nunes e muitos outros. A maioria dos melhores lutadores da atualidade começaram ou passaram pelo Jungle Fight .

2. JUSTIFICATIVA DA ESCOLHA DO ESTADO DE SERGIPE

O estado de Sergipe é terra natal de diversos campeões e lendas do esporte. Sendo assim, é notável a importância da realização desse evento na cidade de Aracaju com o apoio do governo, para que seja fomentado um legado no Município, principalmente quanto à importância do esporte na vida de crianças e jovens e como o mesmo pode transformar a vida destes, evitando, inclusive, o caminho das drogas e da marginalização.

Considerado o maior evento de MMA da América Latina, o Jungle Fight tem divulgação a nível internacional, incluindo transmissão ao vivo em TV aberta (Globo) e TV por assinatura (Sportv2), atraindo os melhores lutadores e um grande público interessado em acompanhar as disputas. A relevância do evento colocará o nome do estado de Sergipe em ampla ascensão e contribuirá bastante para o fomento da cadeia turística na região, fortalecendo o nome do estado como grande incentivador do esporte brasileiro.



3. APRESENTAÇÃO

- * O Jungle Fight reúne os melhores atletas de MMA do Brasil, em evento único, e teve a sua origem no centro da Amazônia.
- * Evento possui um card de lutas competitivo, escolhidos um a um com base na experiência do seu idealizador, Wallid Ismail, uma referência neste mercado nacional e internacional de “ **MMA - Mix Martial Arts** “, onde estes atletas têm a oportunidade de poder exibir todo o potencial técnico deste universo esportivo.
- * O projeto nasceu em 2003, com 113 etapas realizadas em diversos estados brasileiros, como Amazonas, Minas Gerais, Espírito Santo, Rio Grande do Norte, Pará, São Paulo, Ceará e Rio de Janeiro, assim como no exterior, na Eslovênia.
- * Aliada uma organização profissional à qualidade de transmissão e comunicação, o projeto proporciona às marcas presentes no evento (patrocinadores e apoiadores) uma excelente oportunidade de agregar valores, tais como superação, perseverança, força e respeito. Além disso, o projeto auxilia na realização e desenvolvimento de ações promocionais diferenciadas, estreitando assim o relacionamento com seu público primário.

- Qual a área de atuação do projeto de patrocínio?

Area esportiva, social e econômica.

- O que está sendo solicitado para a concedente? Qual o valor do investimento solicitado?

O VALOR DO PROJETO E R\$ 500.000,00 (QUINHENTOS MIL REAIS)

- Qual é o principal problema que o projeto pretende enfrentar?

O projeto necessita de captação de patrocínio para pode ser realizado, já que é um evento completamente transmitido pela tv aberta e internet, sem receita de bilheteria ou outras fontes.

- Quantas pessoas da Organização proponente irão participar do projeto?

O evento terá 195 pessoas trabalhando diretamente no evento.



5. MISSÃO

A Associação Liga Brasileira de MMA - ALBMMA foi criada no ano de 2012 com o intuito de profissionalizar e auxiliar no crescimento do MMA no Brasil, nasceu como uma entidade desportiva autônoma e independente para a administração, organização, formatação de competições e eventos de todas as modalidades e categorias de MMA, lutas e demais modalidades esportivas de combate e sendo constituída na forma de uma Associação não possuindo fins econômicos e lucrativos. Hoje a ALBMMA é a principal referência da modalidade e é responsável pela gestão do esporte em todo território nacional.

6. OBJETIVO

Sempre contando com um conselho de notáveis em sua diretoria, ALBMMA vem se concretizando a cada ano como importante gestora e idealizadora deste que é o maior evento de MMA da América Latina.

7. VALORES

- Segurança
- Qualidade
- Credibilidade
- Excelência
- Inclusão Social

8. JUSTIFICATIVA

O histórico do Jungle Fight, maior evento da modalidade MMA na América Latina, contribui intensamente para o fomento ao turismo esportivo nas cidades por onde passa. O evento é realizado e organizado pela Associação Liga Brasileira de MMA - ALBMMA, autarquia que regulamenta a modalidade a nível nacional e internacional. Através da promoção direta da modalidade MMA, o Jungle Fight é capaz de gerar ocupação dos equipamentos e serviços turísticos da e também fomento à cadeia produtiva do esporte na região.

O Jungle Fight se consolida como um evento de renome internacional, que já atraiu e revelou lutadores de todas as regiões do país e também do exterior. A intensa cobertura de mídia, associada à transmissão ao vivo do evento por canal de TV por assinatura (Sportv), TV aberta (Globo e Canal A Crítica) e Redes Sociais (canais oficiais JFC e Panflix Jovem Pan), promoverá o estado de Sergipe em



âmbito internacional, contribuindo assim para a consolidação da cidade como destino turístico, cultural e esportivo. Em suas últimas edições, o Jungle Fight gerou mais de R\$100MM em retorno de mídia.

A referida cobertura de mídia promove grande alcance para as marcas e parceiros envolvidos com o evento. Além da divulgação de marca em todas as propriedades de arena, há diversas outras possibilidades de ações voltadas à promoção e comercialização dos ativos das marcas e organizações parceiras, como disponibilização de espaços para realização de ações de promoção, divulgação e relacionamento in loco (ex: stands, lounges, equipe de promoção, etc); destaque em todo o trabalho realizado pela equipe de assessoria de imprensa e gestão de redes sociais (entrevistas, coletiva de imprensa, matérias exclusivas, etc); inserção de peças publicitárias ao longo da transmissão ao vivo do evento na TV por assinatura, TV aberta e Redes Sociais (comerciais de até 30", vídeos institucionais, etc), gerando audiência superior a 15 milhões de alcance e contribuindo diretamente para a articulação, promoção e comercialização dos roteiros e produtos turísticos, culturais e esportivos do estado de Sergipe.

O Jungle Fight com certeza pode ser considerado um evento que fomenta e gera fluxo turísticos às cidades aonde é realizado. Por contar com a presença de lutadores de diferentes partes do Brasil, e até do exterior, o evento movimenta o fluxo turístico através da presença destes atletas, staff e público que vem até a cidade acompanhar o evento. Esse movimento reflete de maneira positiva diretamente na cadeia hoteleira e de demais serviços da cidade, como alimentação, entretenimento, transporte, dentre outros.

Um dos grandes objetivos do Jungle Fight é convidar lutadores locais de Sergipe para o card principal do evento, de preferência atletas e lutadores oriundos de projetos sociais da região. A organização se compromete a compor pelo menos 20% do card principal com lutadores locais, e com isso dar oportunidade para que possam ter destaque a nível internacional e contribuir diretamente para o desenvolvimento da carreira destes atletas e suas equipes. O foco do evento em desenvolver a comunidade local não se resume apenas aos atletas e equipes esportivas, mas também com a contratação do máximo possível de mão de obra e serviços de fornecedores locais (ex: seguranças, equipe de limpeza, promotoras, fornecedores de estrutura e som, dentre outros).

9. OBJETIVO GERAL

Objetivo geral: Realização do campeonato Jungle Fight, maior competição de MMA da América Latina



9.1. OBJETIVOS ESPECIFICOS DO PROJETO

- Difundir a modalidade MMA através da prática esportiva;
- Fortalecer o elo entre esporte e inserção social;
- Consolidar o desenvolvimento da modalidade MMA;
- Intercâmbio entre os atletas;
- Desenvolvimento das técnicas e treinamentos de competição;
- Divulgar o esporte em âmbito nacional;
- Oferecer aos participantes a possibilidade de competir de acordo com os padrões técnicos vigentes na modalidade;

Indicadores:

- Apresentações de lutadores de diferentes regiões do país em todas as categorias em disputa;
- Transmissão do evento ao vivo pela TV e internet, com acesso gratuito para todo o mundo;
- Repercussão do evento na mídia nacional;

Verificadores de Metas:

Relatório de Execução do Objeto; fotos e vídeos pós-evento; relatório de divulgação na mídia; relação oficial dos lutadores participantes.

10. TEMA

O Jungle Fight é um evento consagrado desde de 2003, que já passou por vários estados do Brasil e países da Europa, possui um card de lutas competitivas, escolhidos uma a uma a experiência de seu idealizador, Wallid Ismail, uma referência neste mercado nacional e internacional de MMA – Mix Martial Arts, onde estes atletas tem a oportunidade e pode se exibir todo o potencial técnico deste universo esportivo.



11. PÚBLICO ALVO

O público-alvo direto são atletas profissionais de MMA que buscam uma ascensão na carreira e também todo o público que aprecia essa modalidade. Estima-se que o evento reúna 32 lutadores entre as categorias em disputa (16 lutas).

A comunicação do projeto é muito bem trabalhada, impactando em cada edição mais de 15 milhões de pessoas através das redes sociais, fora a imensa quantidade de audiência que acompanha a transmissão ao vivo do evento em canal de TV por assinatura, TV aberta e internet (audiência superior a 200 mil pessoas, de todas as faixas etárias e classes sociais).

12. ESTIMATIVA DE PÚBLICO

O evento será televisionado em TV aberta e fechada, e também será transmitido em streaming pelos canais oficiais do Jungle Fight e demais parceiros de mídia.

A notória importância e relevância que o evento possui dentro do cenário esportivo é um atrativo para o público presente, estimado em mais de 3.000 pessoas (entrada permitida para maiores de 18 anos, ou 16 anos acompanhados de pais e/ou responsáveis). Ressaltamos que a entrada à arena do evento é gratuita, estando condicionada à retirada prévia de ingressos em pontos a serem divulgados na semana anterior ao evento.

13. PROGRAMAÇÃO DO EVENTO

Data	Ação	Horário	
		Início:	Término:
29/07/2023	Início Montagem	18:00	00:00
30/07/2023	Final Montagem	00:00	16:00
30/07/2023	Abertura do Evento	16:00	17:00
30/07/2023	Recepção Atletas	17:00	18:00
30/07/2023	Competição - 32 lutas	18:00	23:00



30/07/2023	Premiação	23:00	23:30
30/07/2023	Encerramento	23:30	23:30
30/07/2023	Início Desmontagem	23:30	00:00
31/07/2023	Término Desmontagem	00:00	06:00

14. COMUNICAÇÃO DO PROJETO

A comunicação do evento será muito bem trabalhada e o plano prevê a contratação de prestadores de serviço especializados em Criação de Identidade Visual, Gestão de Redes Sociais, Assessoria de Imprensa e Manutenção do Site. Ao final do evento será entregue uma Clippagem completa com todos os resultados de mídia aferidos para o projeto. Haverá também transmissão AO VIVO do evento em canal de TV por assinatura, TV aberta e internet (YouTube - canal oficial JFC, aplicativo PanFlix da Jovem Pan e Canal da Tv A Crítica).

Item	Ações de divulgação e promoção do evento:	Abrangência:
1	Inserção de logomarca no centro do redondogno e nas pilastras de sustentação do redondogno	Internacional
2	Inserção de logomarca na camiseta oficial do evento (atletas e staff)	Internacional
3	Inserção de logomarca nos uniformes das Ring Girls	Internacional
4	Inserção de logomarca nos convites impressos para o evento	Regional
5	Inserção de logomarca nos telões do evento (3 telões)	Internacional
7	Inserção de logomarca no backdrop para pesagem dos lutadores, apresentação das lutas e coletiva de imprensa	Internacional
10	Transmissão ao vivo do evento em canal de TV por assinatura (canal a cabo) e canal de TV aberta (VHF)	Internacional
11	Inserção de vinheta/vídeo promocional de até 30" nos telões do evento (3 telões) e transmissão ao vivo pela internet (YouTube - canal oficial JFC)	Internacional



12	Inserção de logomarca em todas as peças de comunicação a serem divulgadas nas redes sociais (Instagram e Facebook) - mínimo 20 posts	Internacional
13	Menção em todos os releases divulgados na imprensa e trabalhados pela Assessoria de Imprensa	Internacional
14	Menção na locução oficial do evento e nos anúncios das lutas no ginásio	Regional

15. CRONOGRAMA DE AÇÕES

ATIVIDADES	mai-jun/23	jul/23	ago/23
Elaboração do Projeto			
Fidelização de Parcerias			
Definição do evento			
Divulgação do evento			
Realização do evento			
Entrega da Prestação de Contas			

16. INTERAÇÃO COM AS POLÍTICAS PÚBLICAS DE ESPORTE DE ALTO RENDIMENTO

Tendo o esporte como via de desenvolvimento social, os indicadores sociais crescem na mesma proporção que indicadores comprovam o crescimento da prática esportiva. Pois, além de promover a saúde, a prática de esportes faz bem para o corpo e também para a mente. Traz maior motivação e bem-estar, sendo comum na maioria dos países desenvolvidos o Estado incentivando determinados comportamentos que julga benéficos para a população em geral tendo o esporte como ferramenta de desenvolvimento.

O esporte é uma das preocupações de todas as esferas do Governo, e uma mostra disso é o incentivo ao desporto de rendimento, que compreende as modalidades praticadas conforme regras nacionais e internacionais, com o objetivo de obter resultados em competições, traz mais visibilidade aos patrocinadores.



17. ORÇAMENTO ANALÍTICO DO PROJETO

ITEM	DESCRIÇÃO	UND	VL. UNITÁRIO	QTD	VALOR TOTAL	PERÍODO
Locação de Sonorização	Locação com montagem e desmontagem de serviços de Sonorização profissional de grande porte .	Diaria	26.800,00	1	26.800,00	ago/22
	Descrição: 08 line array ativo ; 04 subs ;01 mesa digital e mixer stand by ; 01 par de CDJ Pioner com mixer; 03 microfones sem fio Shure ou similar com sistema de antenas , 02 microfones com fio .					
	Contemplando transporte, equipe técnica operacional e DJ.					
Locação de Iluminação	Locação com montagem e desmontagem de serviços de Iluminação profissional de grande porte.	Diaria	26.400,00	1	26.400,00	ago/22
	Descrição: 02 canhões seguidores de 1200HMI ; 08 Movings head bean ; 72 Lampadas Par led 64#5 ; mesa DMX Avollites , 48 canais de dimer, 20 par Led colorida para a estrutura , 20 par led para iluminação do publico .					
	Contemplando transporte, equipe técnica operacional e todo cabeamento elétrico montagem e desmontagem por um eletricista com base. Locação de Gride para					



	instalação de Iluminação - Montado sobre o redondogono em box truss Q30 para suportar todo infra para o evento. 10 x 10 x 7 de altura.					
Locação de Estrutura do Evento	Locação de Redondogno - Pré evento e evento. Cage elevatório com redondogono de 9 x 9 mts,	Diaria	72.470,00	1	72.470,00	ago/22
Locação de Estrutura do Evento	Plataforma elevada - passarela de 8 metros para apresentação dos atletas, palco para instalação do painel de led com Locação de praticáveis telescópico com 1,00 metro de altura, em madeira naval, revestimento de carpete na cor cinza. Será montado ao redor do Redondogno	Diaria	25.080,00	1	25.080,00	ago/22
Locação de Estrutura do Evento	Locação de painéis de Led - 92 módulos de painel de 7/5mm com processador, mesa de controle, profissionais e operadores.	Diaria	10.300,00	3	30.900,00	ago/22
Locação de Estrutura do Evento	Locação de Cadeiras - Montagem de áreas para publico, convidados e autoridades. Cadeiras em ferro e assento almofadado.	M.Linear	8,00	1000	8.000,00	ago/22
Locação de Equipamentos Diversos	Locação de Grupo Gerador de 260 kva - pré evento e evento.	Diaria	4.800,00	4	19.200,00	ago/22



Prestação de Serviços Pessoa Jurídica	Serviços de equipe de arbitragem da modalidade MMA. Prestação de todo material de anotações, pranchetas e sistema de pontuação durante as lutas, com 5 árbitros de nível nacional e internacional.	Unidade	380,00	5	1.900,00	ago/22
Prestação de Serviços Pessoa Jurídica	Serviços de equipe de inspetores da modalidade MMA. Auxílio aos árbitros e inspeção dos atletas e staff.	Unidade	200,00	12	2.400,00	ago/22
Prestação de Serviços Pessoa Jurídica	Serviços de Coordenação da Equipe Técnica - juiz chefe	Unidade	1.300,00	1	1.300,00	ago/22
Prestação de Serviços Pessoa Jurídica	Gestão de redes sociais e alimentação de conteúdo em plataformas digitais colaborativas	Unidade	12.000,00	1	12.000,00	ago/22
Prestação de Serviços Pessoa Jurídica	Manutenção, inserção de matérias e atualização do Site oficial do evento e relacionamento de mídias sociais	Diária	12.000,00	1	12.000,00	ago/22
Prestação de Serviços Pessoa Jurídica	Assessoria de Imprensa - prestação de serviços de Assessoria de Imprensa e produção de conteúdo	Unidade	19.000,00	1	19.000,00	ago/22
Prestação de Serviços Pessoa Jurídica	Clipping - prestação de serviço de clippagem compilando todo o retorno de mídia obtido pelo evento - entrega de relatório em 2 vias (física e digital) - relatório inclui todas as publicações feitas na mídia em geral à respeito do evento, assim	M.Linear	7.150,00	1	7.150,00	ago/22



	como um cálculo de alcance para cada publicação.					
Prestação de Serviços Pessoa Juridica	Locutor esportivo - (diária)	Diaria	2.500,00	1	2.500,00	ago/22
Prestação de Serviços Pessoa Juridica	Identidade Visual (criação) - prestação de serviço de criação de identidade visual (logotipo) e arte final de todas as peças gráficas e digitais necessárias ao projeto.	M.Linear	21.200,00	1	21.200,00	ago/22
Prestação de Serviços Pessoa Juridica	Direção e Produção do evento – Coordenação Geral e interface com Órgãos Públicos	M.Linear	18.000,00	1	18.000,00	ago/22
Prestação de Serviços Pessoa Juridica	Estrutura para dia de pesagem	M.Linear	43.700,00	1	43.700,00	ago/22
Transmissão e Divulgação do evento	Transmissão ao vivo do evento em tv aberta para a cidade de Manaus através da TV A Crítica e também para todo o mundo através do canal do YouTube da TV A Crítica.	veiculação	150.000,00	1	150.000,00	ago/22
	Divulgação do evento através dos veículos de comunicação do grupo A Crítica (TV, Rádios e Jornais)					
TOTAL GERAL		500.000,00				



18. CONTRAPARTIDA

- Divulgação de logomarca do estado de Sergipe em todos os vídeos nos créditos iniciais e finais de cada vídeo sob a chancela de “Patrocínio”;
- Menção do nome da instituição em todas as entrevistas concedidas pelos realizadores e equipe técnica, bem como material de divulgação midiática e comunicacional;
- Inserção da logomarca do governo do estado de Sergipe nas em Ações de Patrocínio:
- Peças audiovisuais de divulgação: vídeo do evento, vinheta de abertura, apresentações deslides, making of e/ou documentário.
- Peças publicitárias de mídia impressa: anúncios veiculados em jornais.
- Peças de sinalização como banners, backdrops, faixas, painéis, placas, telas, testeiros, totens, etc
- Peças promocionais caso haja: camisetas/uniformes
- Divulgação em Redes Sociais.
- Outras, conforme interesse do governo do estado de Sergipe.
- Citação ou menção ao governo do estado de Sergipe;
- Durante a realização do evento: citação por mestre de cerimônias na abertura e/ou encerramento, menção em sistema de som do local e/ou citação em entrevistas.
- Em mídias radiofônicas: spot de rádio, merchandising
- Cessão de espaço para inserção de texto institucional/anúncio do governo do estado de Sergipe em publicações, catálogos e/ou outras peças gráficas de divulgação.

Além das contrapartidas mínimas acima, o projeto se compromete em:

- Distribuição/instalação de materiais de divulgação do governo do estado de Sergipe através da instalação de totens e/ou banners.
- Cessão de espaço ao governo do estado de Sergipe para instalação de estande com infraestrutura adequada.
- Participação de representantes do governo do estado de Sergipe na programação do evento.
- Cessão de carga de convites para o governo do estado de Sergipe.
- Cessão ao governo do estado de Sergipe de peças, materiais ou produtos relacionados ao projeto.



19. NEGOCIAL:

Será disponibilizado pela ALBMMA para o governo do estado de Sergipe o mailing com o contato de todos os representantes de lutadores a nível nacional e internacional, assim como o contato de lutadores profissionais ou não profissionais para ações de políticas esportivas.

20. SOCIAL:

- Comunicação sobre a conscientização da importância da vacinação contra o Covid-19.
- Participação de lutadores oriundos de projetos sócio-esportivos da cidade do Rio de Janeiro, com o intuito de dar visibilidade a estes atletas e assim mudar a vida dos mesmos para melhor, gerando mais oportunidade de renda e desenvolvimento de carreira.

21. OUTROS PATROCINADORES

O evento contará com os patrocinadores contratados diretamente com as emissoras detentoras dos direitos de transmissão.

22. COTA DE PATROCÍNIO

A cota requerida é no valor de R\$ 500.000,00 (Quinhentos mil reais).

Wallid Farid Ismail
Presidente
Associação Liga Brasileira de MMA - ALBMMA