A crise de Público no Futebol Carioca

Rio de Janeiro, 11/09/2014

PLURI
CONSULTORIA

Resumo da presença de Público nos estádios

PLURI
CONSULTORIA

Os 15 Campeonatos com maior média de público do Mundo*

Rank 2014	Rank 2013	Rank 2012	País	Campeonato	Média de Público 2014 / 2013	Variação % 2014-2013	Taxa de ocupação % - 2014-2013
1	1	1	**Alemanha**	1.Bundesliga	43.173	1%	**98%**
2	2	2	**Inglaterra**	Premier League	36.589	2%	**98%**
3	3	3	**Espanha**	Primera División	26.867	-6%	**78%**
4	5	5	**Itália**	Serie A	23.365	1%	**63%**
5	4	4	**México**	Liga MX Apertura	22.939	-5%	**50%**
6	8	7	**França**	Ligue 1	20.693	8%	**73%**
7	6	9	**Argentina**	Inicial / Final	20.599	0%	**55%**
8	7	6	**Holanda**	Eredivisie	19.289	-2%	**87%**
9	9	8	**EUA**	MLS	18.743	-1%	**91%**
10	10	11	**China**	Super League	18.571	-1%	**47%**
11	12	12	**Alemanha**	2.Bundesliga	17.491	1%	**71%**
12	13	13	**Japão**	J. League 1	17.160	4%	**62%**
13	11	10	**Inglaterra**	Championship	16.438	-7%	**72%**
14	16	15	**Turquia**	Süper Lig	15.014	16%	**56%**
15	17	14	**Brasil**	Brasileirão A	14.951	15%	**39%**

PLURI
CONSULTORIA

Ranking de Renda e Público no Brasil em 2013, por Estado

Rank Publ. M	Rank Publ. T	Rank Renda M	Rank Renda T	Rank Ticket M	U.F.	Média de Público por jogo (MP)	Público Total (PT) - Mil	Média de Renda (MR) - R$ / jogo	Renda Total (RT) - R$ Mil	Ticket Médio (TM - R$ / torcedor
1	2	7	5	19	**Pernambuco**	**8.481**	1.934	121.433	27.687	14,32
2	4	1	2	2	**Minas Gerais**	**8.163**	1.600	404.785	79.338	49,59
3	1	4	1	5	**São Paulo**	**7.822**	3.669	216.165	101.381	27,64
4	3	3	3	3	**Rio de Janeiro**	**7.023**	1.742	262.108	65.003	37,32
5	10	6	7	6	**Bahia**	**6.829**	942	157.769	21.772	23,10
6	8	8	9	10	**Goiás**	**5.675**	1.010	102.707	18.282	18,10
7	5	12	10	18	**Santa Catarina**	**5.592**	1.213	81.267	17.635	14,53
8	6	5	4	4	**Rio Grande do Sul**	**5.577**	1.160	196.919	40.959	35,31
9	12	2	6	1	**Distrito Federal**	**5.349**	481	297.153	26.744	55,55
10	11	9	12	9	**Pará**	**5.147**	633	97.462	11.988	18,94
11	7	10	8	11	**Paraná**	**5.093**	1.080	90.511	19.188	17,77
12	9	11	11	14	**Ceará**	**4.819**	1.007	81.481	17.029	16,91
13	14	13	13	16	**Maranhão**	**3.461**	356	56.085	5.777	16,21
14	13	15	15	25	**Paraíba**	**2.485**	370	28.174	4.198	11,34
15	15	14	14	23	**Alagoas**	**2.158**	328	28.947	4.400	13,42
16	16	16	16	22	**Rio Grande do Norte**	**1.439**	262	19.606	3.568	13,63
17	20	18	21	20	**Piauí**	**1.178**	80	16.714	1.137	14,19
18	22	19	22	17	**Amazonas**	**1.001**	69	15.033	1.037	15,02
19	17	21	20	21	**Espírito Santo**	**931**	96	13.083	1.348	14,06
20	18	17	17	7	**Mato Grosso**	**876**	95	19.277	2.082	22,01
TOTAL						**4.672**	**18.406**	**120.536**	**474.914**	**25,80**

Ranking de público no Brasil em 2013

Rank	Competição	Tipo	Média por jogo	Público total	Variação público médio em relação a 2012
1	**Libertadores (1)(2)**	Internacional	31.420	955.513	**-12%**
2	**Brasileirão A**	Nacional	14.951	5.681.355	**15%**
3	**Sulamericana (1)**	Internacional	13.770	158.349	**-31%**
4	**Copa do Nordeste**	Regional	8.886	550.958	**-**
5	**Copa do Brasil**	Nacional	7.822	1.235.925	**-7%**
6	**Minas Gerais**	Estadual	6.451	464.441	**80%**
7	**São Paulo**	Estadual	6.217	1.255.772	**2%**
8	**Brasileirão B**	Nacional	5.437	2.066.175	**16%**
9	**Brasileirão C**	Nacional	5.421	1.160.013	**25%**
10	**Pernambuco**	Estadual	5.339	736.819	**-42%**
11	**Pará**	Estadual	5.022	426.846	**13%**
12	**Goiás**	Estadual	4.449	427.062	**-28%**
13	**Santa Catarina**	Estadual	3.519	337.858	**-12%**
14	**Bahia**	Estadual	3.155	239.788	**-23%**
15	**Paraná**	Estadual	3.002	408.279	**21%**
16	**Rio de Janeiro**	Estadual	2.422	305.194	**-21%**
17	**Rio Grande do Sul**	Estadual	2.219	297.333	**-3%**
18	**Ceará**	Estadual	2.005	268.666	**-26%**
19	**Brasileirão D**	Nacional	1.832	348.106	**-20%**
20	**Demais Estaduais (14)**	Estadual	838	906.834	**-11%**
TOTAL			4.721	18.389.171	1%

PLURI
CONSULTORIA

Público por tipo de campeonato em 2013

Rank	Competição	Média por jogo	Público total	Variação do público médio em relação a 2012	Jogos
1	**Internacionais (1)**	25.315	1.113.862	**-16%**	44
2	**Regional**	8.886	550.958	**-**	62
3	**Nacionais**	7.936	10.491.574	**12%**	1.322
4	**Estaduais**	2.526	6.232.777	**-9%**	2.467
TOTAL		4.721	18.389.171	1%	3.895

PLURI
CONSULTORIA

Público dos 26 principais Estaduais em 2014

Rank 14	Rank 13	Rank 12	Campeonato	Média 2014	Público Total 2014	Média 2013	Média 2012	Variaç. % sobre 2013	Nº Times
1	2	3	**São Paulo**	**5.686**	898.388	6.217	6.122	-9%	20
2	3	1	**Pernambuco**	**5.679**	795.060	5.339	9.134	6%	12
3	1	7	**Minas Gerais**	**4.257**	306.504	6.451	3.581	-34%	12
4	6	6	**Santa Catarina**	**3.503**	311.767	3.519	4.012	0%	10
5	4	4	**Pará**	**3.279**	321.342	5.022	4.448	-35%	12
6	8	10	**Paraná**	**3.181**	299.014	3.002	2.481	6%	12
7	11	9	**Ceará**	**2.909**	314.172	2.005	2.717	45%	11
8	7	5	**Bahia**	**2.849**	216.524	3.155	4.121	-10%	12
9	9	8	**Rio de Janeiro**	**2.828**	356.266	2.422	3.058	17%	16
10	5	2	**Goiás**	**2.663**	202.388	4.449	6.220	-40%	10
11	10	11	**Rio Grande Sul**	**2.388**	305.664	2.219	2.284	8%	16
12	14	14	**Brasiliense**	**2.367**	189.360	1.176	641	101%	12
13	15	13	**Rio Grande Norte**	**1.599**	137.514	958	1.416	67%	10
14	13	16	**Paraíba**	**1.536**	181.248	1.537	961	0%	10
15	12	12	**Alagoas**	**1.526**	137.340	1.754	1.941	-13%	10
16	20	20	**Maranhão**	**1.480**	84.360	805	825	84%	9
17	22	17	**Mato Grosso**	**791**	36.386	605	902	31%	9
18	18	15	**Sergipe**	**743**	92.132	821	1.176	-10%	10
19	19	21	**Amazonas**	**712**	42.008	807	794	-12%	10
20	17	19	**Piauí**	**688**	44.032	848	843	-19%	8
21	16	18	**Espírito Santo**	**648**	50.544	848	895	-24%	10
22	23	23	**Tocantins**	**611**	37.882	582	601	5%	8
23	24	25	**Rondônia**	**461**	22.128	248	250	86%	7
24	21	22	**Mato G. Sul**	**456**	44.688	644	743	-29%	14
25	25	24	**Acre**	**454**	28.148	245	256	85%	8
26	26	26	**Amapá**	**151**	2.114	262	2.776	-42%	4
TOTAL				**2.424**	**5.456.973**	**2.563**	**2.776**	**-5,4%**	**282**

PLURI
CONSULTORIA

Presença de público e % da população - 1ª Divisão

Clube	Cidade	Média público	População - Mil hab	% da população	RANK Pop	RANK PIB
Flamengo	Rio de Janeiro	10.375	6.453	0,161%	1	1
Fluminense	Rio de Janeiro	9.654	6.453	0,150%	1	1
Vasco	Rio de Janeiro	8.007	434	1,845%	1	1
Média 4 maiores		7.815	-	-	-	-
Média Geral Campeonato		2.828	-	-	-	-
Botafogo	Rio de Janeiro	2.306	6.453	0,036%	1	1
Macaé	Macaé	1.353	207	0,654%	13	4
Cabofriense	Cabo Frio	1.082	186	0,582%	14	11
Friburguense	Nova Friburgo	974	182	0,535%	15	21
Nova Iguaçu	Nova Iguaçu	870	795	0,109%	4	8
Volta Redonda	Volta Redonda	823	258	0,319%	10	9
Média 12 menores		754	-	-	-	-
Bangu	Rio de Janeiro	676	6.453	0,010%	1	1
Madureira	Rio de Janeiro	652	6.453	0,010%	1	1
Resende	Resende	632	120	0,527%	23	12
Duque de Caxias	Duque de Caxias	576	855	0,067%	3	2
Audax Rio	São João Meriti	546	459	0,119%	8	14
Bonsucesso	Rio de Janeiro	473	6.453	0,007%	1	1
Boavista	Saquarema	451	74	0,609%	33	38

PLURI
CONSULTORIA

Resumo dos principais números do Campeonato Carioca

Público pagante total	356.266
Público médio / jogo	2.828
Renda bruta total - R$ Mil	14.568
Renda Bruta média por jogo - R$ Mil	116
Ticket médio - R$	40,9
Jogos com prejuízo líquido	108
% do total	86%
Jogos com público abaixo de 500	61
% do total	48%
% da renda total nas finais (5% jogos)	39%
% do público total nas finais (5% jogos)	28%

PLURI
CONSULTORIA

Distribuição do público por faixa de horário

Dia	Horário	Média de público	Total de jogos	Jogos 4 grandes	% jogos com grandes
Quinta	16 / 17 hs	421	9	3	33%
Sábado	16 / 17 hs	608	20	6	30%
Quarta	16 / 17 hs	746	13	3	23%
Terça	18:30 / 19:30 hs	1.045	3	2	67%
Domingo	16 /17 hs	1.800	37	13	35%
Quarta	19:30 hs	2.146	11	6	55%
Quinta	21 hs	2.208	1	1	100%
Quarta	22 hs	2.436	6	6	100%
Sábado	18:30 / 19:30 hs	5.647	11	8	73%
Quinta	18:30 / 19:30 hs	6.229	3	2	67%
Domingo	18:30 / 19:30 hs	6.846	6	5	83%

PLURI
CONSULTORIA

PLURI
CONSULTORIA

Resultados dos TESTES DE SENSIBILIDADE da presença de público mostram os principais motivos de afastamento dos torcedores

(variáveis de acordo com cada clube)

Fatores de alto impacto		Fatores de médio e baixo impactos	
Preços dos ingressos e do "pacote família"	Má fase do time	Horários dos jogos	Dificuldades na compra de ingressos
Sensação de insegurança do torcedor	Falta de "clima" de festa - ações promocionais, ambiente, etc	Concorrência com outras opções de entretenimento	Condições climáticas
Baixa qualidade dos jogos	Concorrência com Pay per view	Pouca oferta de meios de transportes	Baixa qualidade e variedade de alimentação e serviços
Ausências de craques / ídolos	Ausência de atração de torcedores - Parcerias com empresas, prefeituras, etc.	Acesso ruim ao estádio (má localização)	Poucas opções de pacotes de vantagens e incentivos
Pouca importância dos jogos / tradição dos adversários	Qualidade dos estádios	Pouca oferta de estacionamento	

O FUTEBOL BRASILEIRO ESTÁ SOB ATAQUE...

PLURI
CONSULTORIA

Ataque da crescente influência de clubes estrangeiros. É o “Efeito TV por assinatura”.

PLURI
CONSULTORIA

real madrid

FCB

FC BAYERN
MÜNCHEN

MANCHESTER
UNITED

UNSER POKAL

Ataque de outras formas de entretenimento, muito mais profissionais e estruturadas.

PLURI
CONSULTORIA

Show Business

Qual a proposta de valor do produto futebol, como opção de entretenimento, para um consumidor que tem restrição de tempo e dinheiro?

PLURI
CONSULTORIA

Prioridade ZERO: Encher estádios

- Patrocinadores mais satisfeitos com maior exposição e associação de sua marca a um produto de maior qualidade;

- Maior poder de barganha do clube na negociação de contratos de publicidade;

- Mais motivação para os jogadores – efeito direto dentro de campo.

PLURI
CONSULTORIA

Prioridade ZERO: Encher estádios

Não é só a receita com bilheterias. Há um efeito Multiplicador.

- Melhora o espetáculo;
- Atrai mais torcedores;
- Gera maior cobertura da mídia – preferência por transmitir jogos com perfil de “espetáculo”;

PLURI
CONSULTORIA

IMPERATIVO:

Plano de ação atacando cada um dos fatores que afetam a presença de público.

PLURI
CONSULTORIA

Mercado é soberano e o Consumidor é o juiz.

O falso dilema Fanáticos x Elite: Orientar produto para o Consumidor

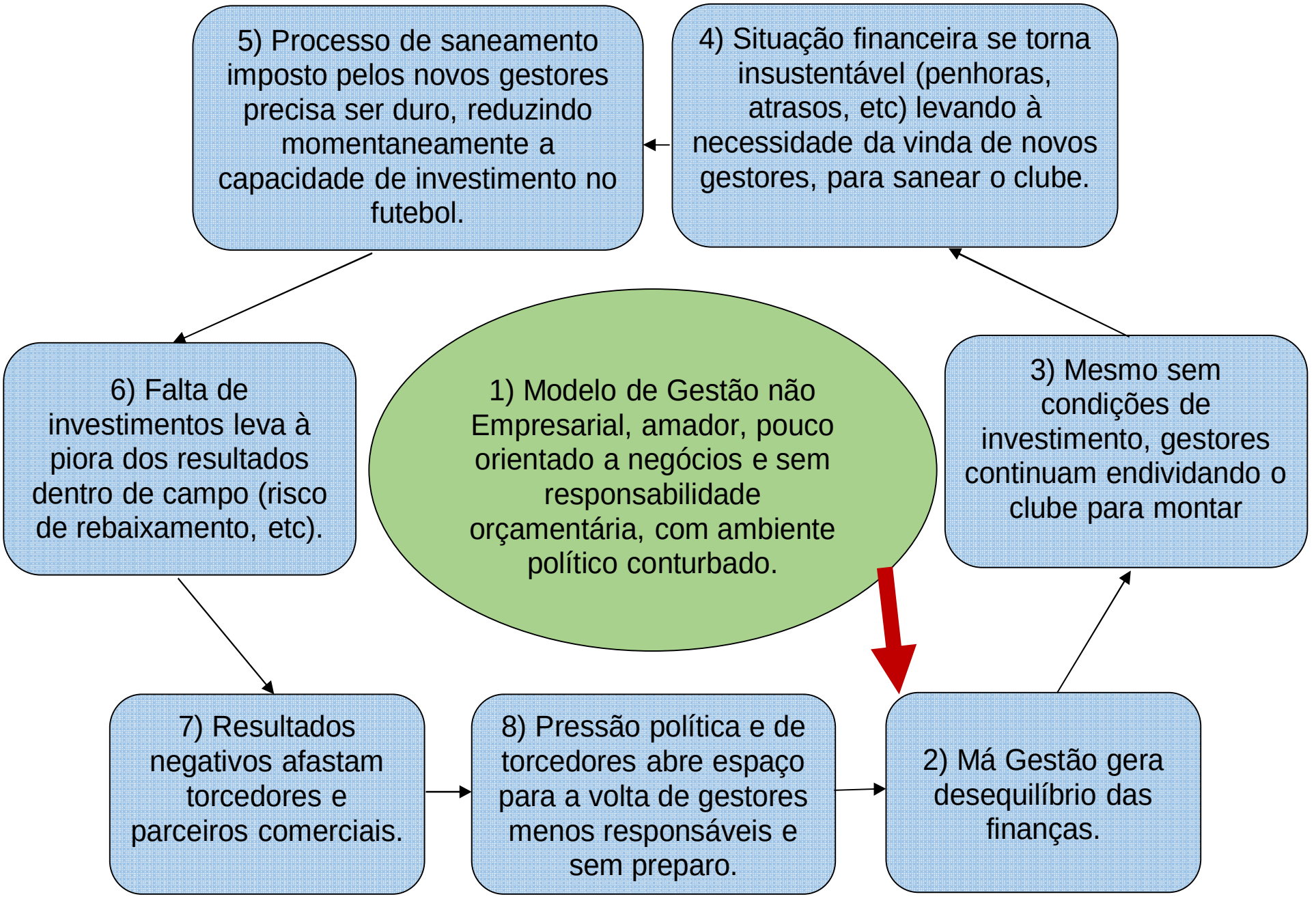
PLURI
CONSULTORIA

Falta de público é reflexo da POUCA ATRATIVIDADE do Futebol atual como produto de entretenimento.

Impossível dissociá-la de problemas estruturais dos clubes.

PLURI
CONSULTORIA

O CÍRCULO VICIOSO DE UM CLUBE EM CRISE



Clubes Vulneráveis

55% dos clubes caem em até 3 anos após terem subido. Tempo médio de permanência na 1º divisão é de 3,5 anos.

Base últimos 20 anos

PLURI
CONSULTORIA

Problema	Impactos	Derivações	
Falta de recursos (poucas e reduzidas fontes de receitas)	Dificuldade para montar elenco qualificado	Pouca competitividade, correndo o risco de insucessos dentro de campo, que agravam o problema	Com time pouco atraente, não se atrai torcedores e parceiros de negócios
	Material de trabalho inadequado: Acomodações, alimentação e transporte de jogadores	Afeta o rendimento do time e limita as condições de atratividade de novos jogadores	Resultados em campo pioram e afastam torcedores e parceiros de negócios
	Material humano inadequado: auxiliares técnicos, médicos, roupeiros, fisiologistas, fisioterapeutas, etc	Afeta o rendimento do time e limita as condições de atratividade de novos jogadores	Resultados em campo pioram e afastam torcedores e parceiros de negócios
	Não utilização das mais modernas práticas e ferramentas disponíveis atualmente	Afeta o rendimento do time e não permite que se aproveitem as oportunidades existentes	Custos com o futebol aumentam (lesões, contratações mal feitas, jogadores afastados, etc)
	Salários pouco atraentes - Futebol	Dificuldade de atrair jogadores qualificados	Resultados em campo pioram
	Salários pouco atraentes - Gestão	Dificuldade de atrair profissionais qualificados	Não há maximização de receitas e controle de custos adequados
	Inexistência de gestão profissional	Falta de eficiência no processo de tomada de decisões dos clubes	Não há maximização de receitas e controle de custos adequados
	Falta de investimento em marketing	Poucas fontes de receitas	perda de capacidade de investimento no futebol

Problema	Impactos	Derivações	
Falta de qualidade da gestão (não profissional)	Dificuldade na tomada de decisão de alocação de recursos	Ineficiência de resultados quanto aos investimentos realizados	Redução da capacidade de investimento e resultados negativos dentro de campo
	Dirigentes não qualificados e com atuação não voltada à gestão	Ineficiência na tomada de decisões e pouca produtividade	
Falta de ação comercial efetiva	Pouca participação das grandes empresas nos negócios envolvendo o campeonato	Redução das fontes de recursos	Redução da capacidade de investimento e resultados negativos dentro de campo
Falta de investimento nas categorias de base	Dificuldade em formar times com boa relação custo x benefício	Aumento dos custos (e não dos investimentos) com o futebol	Redução da capacidade de investimento e resultados negativos dentro de campo
	Aumento de custos com contratações e jogadores sem identidade com os clubes	Redução dos investimentos e perda da competitividade	
	Perda de fonte de recursos com venda de atletas	Redução da capacidade de investimentos	
Falta de calendário anual	Impossibilidade de manter times competitivos	Perda de receitas e dificuldades para estabelecer parcerias de negócios	Redução da capacidade de investimento e resultados negativos dentro de campo

16,5 Milhões de Habitantes (3º do País)

PIB de R$ 463 Bilhões (2º do País)

Renda per capita de R$ 28,7 mil/ano (3ª do País)

PLURI CONSULTORIA

60% da População e 67% do PIB do Estado coberto diretamente pelas cidades envolvidas no campeonato.

Agradeço pela Atenção

Fernando Ferreira - Diretor

Pluri Consultoria

(11) 99874-6495

fernando@pluriconsultoria.com.br

www.pluriconsultoria.com.br

PLURI
CONSULTORIA