



Curitiba, 16 de Junho de 2012



O potencial de consumo do
Torcedor Brasileiro e a
possibilidade de
internacionalização dos clubes:

**O que é preciso para se
tornar um SuperClube?**

**Porque nossos times
permanecem como ilustres
desconhecidos no cenário
externo, enquanto nossa
Seleção sempre foi
admirada e temida mundo
afora?**

Porque nossos
principais jogadores
não atuavam por
nossos clubes, e sim
por times Europeus.

**Grande mudança ESTRUTURAL que
faz parte de uma nova TENDÊNCIA
ECONÔMICA.**

BRASIL – 6ª ECONOMIA DO MUNDO

**Uma tendência que aumenta nossa
capacidade de atração e retenção
de jogadores de 1ª linha.**

OPORTUNIDADE

É um novo PARADIGMA: Com maior poder de manutenção de nossos craques, nossos clubes (e campeonatos) naturalmente terão maior projeção no exterior.

Não é um processo imediato, de curto prazo, mas é natural e gradativo. Vai acontecer

**Existem cerca de 13
Clubes com alcance
Global**

Quem são os Super Clubes Globais?

INGLATERRA

Manchester United

Arsenal

Liverpool

Chelsea

Aspirante:

Manchester City



Quem são os Super clubes Globais?

ITÁLIA

Juventus

Milan

Inter de Milão



ESPAÑHA

Barcelona

Real Madri



Quem são os Super clubes Globais?

ALEMANHA

Bayern Munique
Borussia Dortmund



FRANÇA

Aspirante:
PSG



O QUE HÁ EM COMUM ENTRE ESSES SUPER CLUBES?

- ✓ São de Países de Economia Forte (todos entre os 12 maiores PIBS do Mundo) e alta Renda;
- ✓ São de Países com Tradição no Futebol;
- ✓ Tem poder econômico / capacidade de investimento;

O QUE HÁ EM COMUM ENTRE ESSES SUPER CLUBES?

- ✓ Possuem Modelo de Gestão Profissional.
(São em sua maioria Empresas de Capital aberto e/ou com Proprietários);
- ✓ TODOS disputam Grandes Campeonatos;

Países de Origem dos Superclubes

Rank	País	Nº de clubes	Clubes	PIB do País - US\$ Bi	Rank Mundial PIB	Renda per capita - US\$ mil
1	Inglaterra	5	Manchester United, Arsenal, Chelsea, Liverpool, Manchester City	2,4	7ª	38,8
2	Itália	3	Juventus, Milan, Inter de Milão	2,2	8ª	36,4
3	Espanha	2	Barcelona e Real Madri	1,5	12ª	32,9
4	Alemanha	2	Bayern de Munique e Borussia Dortmund	3,6	4ª	44,1
5	França	1	Paris Saint Germain	2,8	5ª	43,9
TOTAL		13	-	-	-	-
-	Brasil	-	-	2,4	6ª	12,5

Fonte: Pluri Pesquisas Esportivas

Cidades de Origem dos Superclubes

Rank	Cidade	Clubes	População	Ranking no país
1	Manchester	Manchester United e Manchester City	440 mil	5ª
2	Londres	Arsenal e Chelsea	7.172 mil	1ª
3	Liverpool	Liverpool	470 mil	3ª
4	Milão	Milan e Inter	1.324 mil	2ª
5	Turim	Juventus	907 mil	4ª
6	Madri	Real Madri	3.214 mil	1ª
7	Barcelona	Barcelona	1.621 mil	2ª
8	Munique	Bayern	1.330 mil	3ª
9	Dortmund	Borussia	581 mil	8ª
10	Paris	Paris Saint Germain	2.211 mil	1ª

Fonte: Pluri Pesquisas Esportivas

Faturamento Super Clubes

Rank	Clubes	Faturamento 2011 - R\$ Milhões
1	Real Madri	1.200
2	Barcelona	1.128
3	Manchester United	918
4	Bayern Munique	803
5	Arsenal	628
6	Chelsea	625
7	Milan	588
8	Inter	528
9	Liverpool	508
10	Manchester City	425
11	Juventus	385
15	Borussia Dortmund	348
20	Paris Saint Germain	270

Fonte: Deloitte Money League

Estádios dos Super Clubes

Rank	Clubes	Estádio	Capacidade
1	Barcelona	Camp Nou	99.000
2	Real Madri	Santiago Bernabéu	85.000
3	Milan	Giuseppe Meazza	81.000
4	Inter	Giuseppe Meazza	81.000
5	Borussia Dortmund	Signal Iduna Park	81.000
6	Manchester United	Old Trafford	77.000
7	Bayern Munique	Allianz Arena	66.000
8	Arsenal	Emirates Stadium	60.000
9	Paris Saint Germain	Parc des Princes	49.000
10	Manchester City	Etihad Stadium	48.000
11	Liverpool	Anfield Road	45.000
12	Chelsea	Stamford Bridge	42.000
13	Juventus	Juventus Stadium	41.000
Média			65.769

Estrutura Societária dos Super Clubes

Clubes	Proprietário
Real Madri	Clube Social
Barcelona	Clube Social
Manchester United	Malcolm Glazer
Bayern Munique	S/A
Arsenal	Stan Kroenke
Chelsea	Roman Abramovich
Milan	Silvio Berlusconi
Inter	Massimo Moratti
Liverpool	John William Henry
Manchester City	Khaldoon Al Mubarak
Juventus	Família Agnelli
Borussia Dortmund	S/A
Paris Saint Germain	Nasser Al-Khelaïfi

Fonte: Pluri Pesquisas Esportivas

Quais são as pré- condições para os clubes Brasileiros tornarem-se Superclubes?

Não será tarefa fácil, pois existem fortes obstáculos:

- 1) Estruturais;
- 2) Dos clubes.

NÃO HÁ ATALHO!

1) Obstáculos Estruturais

- ✓ Política do futebol Brasileiro;
- ✓ Calendário / O problema dos Estaduais (Resulta em pouca visibilidade internacional)
- ✓ Falta de mínima união entre os clubes;
- ✓ Falta de qualidade na gestão das entidades.

2) Obstáculos dos próprios Clubes.

Para se tornar um Superclube é preciso:

- 1. Tradição;**
- 2. Mercado;**
- 3. Estrutura e Gestão.**

2.1) Tradição

- ✓ História e Conquistas;
- ✓ Tamanho da Torcida.

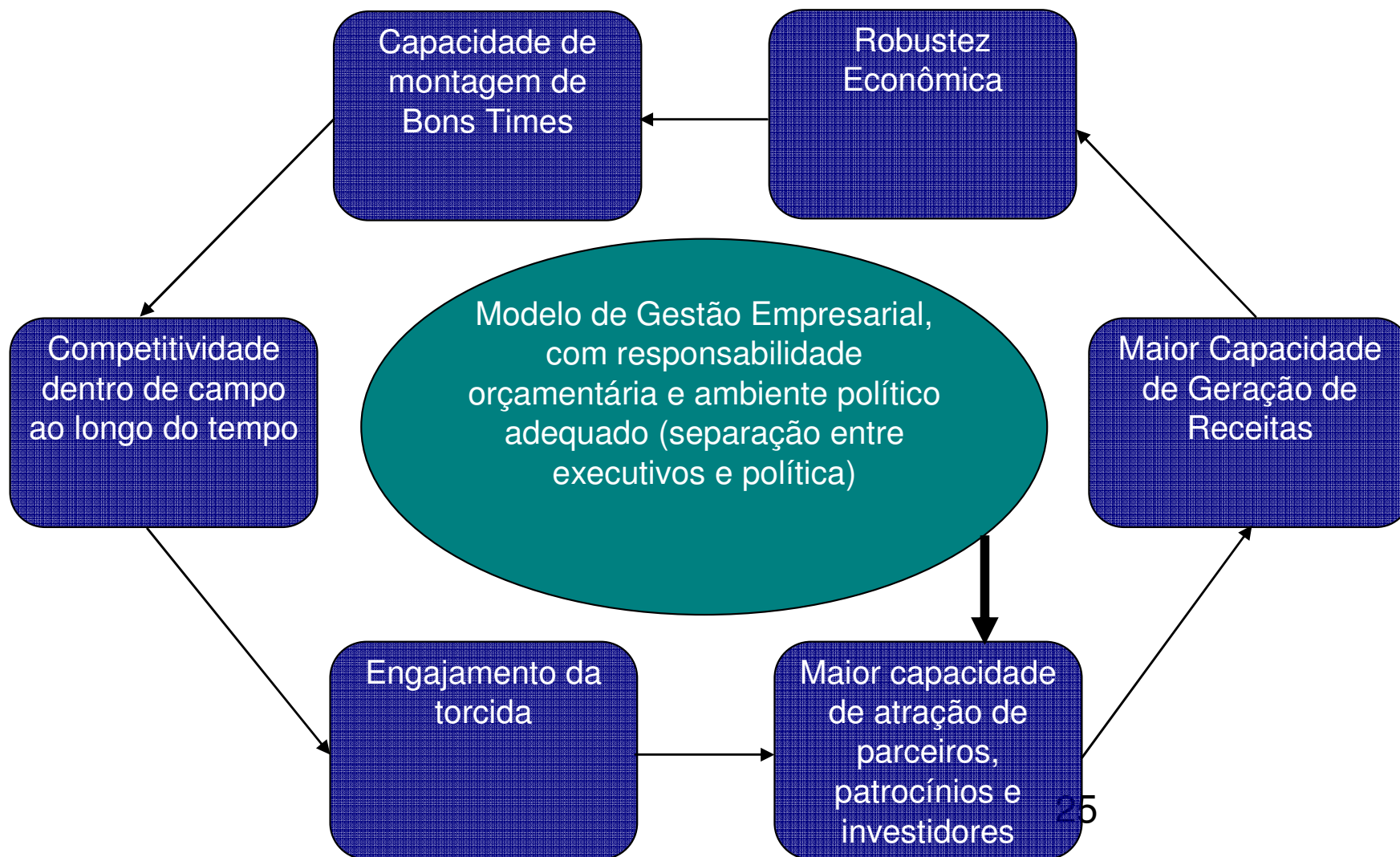
2.2) Mercado

- ✓ Porte Econômico;
- ✓ Potencial de Consumo da Torcida;
- ✓ Grau de Envolvimento da Torcida;
- ✓ Exposição da Marca na Mídia;
- ✓ Reconhecimento Internacional da Marca.

2.3) Estrutura e Gestão

- ✓ Responsabilidade Orçamentária;
- ✓ Qualidade da Gestão do clube;
- ✓ Qualidade da Estrutura Organizacional (Incluindo profissionais);
- ✓ Separação entre Política e Gestão Profissional;
- ✓ Estádio e demais estruturas esportivas – Qualidade e Propriedade.

O CÍRCULO VIRTUOSO DE UM SUPERCLUBE



**Reparem que, na
essência, a situação de
um clube reflete a
relação entre SEUS
JOGADORES e a sua
TORCIDA**

Sendo assim, 3 áreas deveriam ser cruciais nos Clubes:

- 1) De contratação de Jogadores;**
- 2) De Ocupação de estádio;**
- 3) Monitoramento da Evolução da Torcida.**

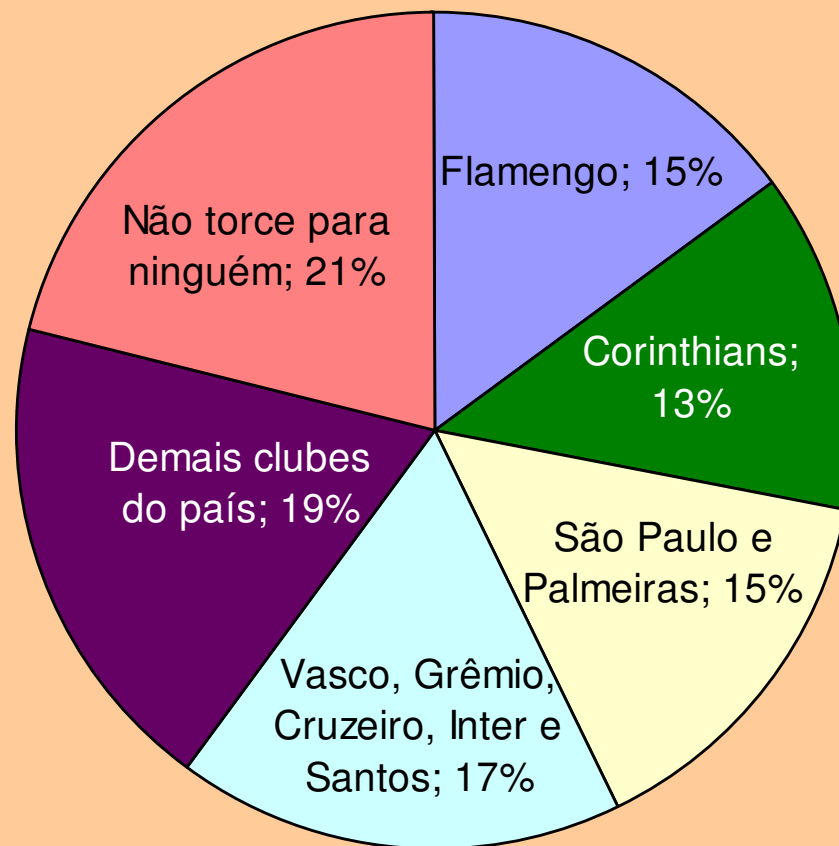
Algum clube Brasileiro possui isto em suas estruturas?

PONTO CRÍTICO:

O TAMANHO DAS TORCIDAS, SUA RENDA E POTENCIAL DE CONSUMO

- ✓ Quanto há de recursos nos bolsos dos torcedores?
- ✓ E quanto eles estão dispostos a gastar com o Time do Coração?

Os 6 grandes grupos de torcedores do Brasil



Estimativa de RENDA MENSAL dos Torcedores dos Principais clubes do País

Rank	Clube	Estimativa de RENDA MENSAL dos Torcedores					
		No próprio Estado		Fora do Estado		Total - R\$ Milhões	% do total de Renda
		R\$ Milhões	%	R\$ Milhões	%		
1	CORINTHIANS	12.692	66%	6.425	34%	19.117	14%
2	FLAMENGO	6.555	35%	12.367	65%	18.922	14%
3	SÃO PAULO	7.593	63%	4.429	37%	12.021	9%
4	PALMEIRAS	4.950	56%	3.916	44%	8.866	7%
5	VASCO	2.227	38%	3.653	62%	5.880	4%
6	GRÊMIO	4.216	76%	1.322	24%	5.538	4%
7	INTERNACIONAL	3.758	79%	1.004	21%	4.762	4%
8	CRUZEIRO	4.001	89%	496	11%	4.497	3%
9	SANTOS	3.052	72%	1.209	28%	4.261	3%
10	ATLÉTICO-MG	2.889	93%	232	7%	3.121	2%
11	FLUMINENSE	1.457	68%	694	32%	2.151	2%
12	BOTAFOGO	1.373	64%	763	36%	2.135	2%
16	ATLÉTICO-PR	863	92%	77	8%	939	1%
17	CORITIBA	796	95%	39	5%	835	1%
	Torcem para outro time	39.828	99%	286	1%	40.114	30%
	Não torcem para nenhum	26.690	100%	0	0%	26.690	20%
TOTAL		96.247	72%	36.912	28%	133.159	100%

Fonte: Pluri Pesquisas Esportivas, IBGE.

% de torcedores que consumiu algum produto do clube nos últimos 12 meses

CLUBE	%
INTERNACIONAL	14%
GRÊMIO	13%
CORITIBA	13%
SANTOS	13%
CORINTHIANS	12%
SÃO PAULO	11%
ATLÉTICO-PR	11%
FLUMINENSE	10%
CRUZEIRO	10%
BOTAFOGO	9%
VASCO	8%
PALMEIRAS	8%
FLAMENGO	6%
TOTAL	9%

Fonte: Pluri Pesquisas Esportivas - Jan/12

- ✓ O Poder econômico nunca valeu tanto no Futebol, no Brasil e no Mundo.
- ✓ E isso também é uma tendência.
- ✓ Em apenas 5 dos 27 Estados Brasileiros, a Torcida prefere os Locais, aos Times de fora.

Distribuição do número de Torcedores de times locais x Torcedores de times de outros Estados, por Estado

Rank	Estado	Torcedores de Times Locais		Torcedores de Times de Fora		Total de Torcedores - Milhões
		Milhões	%	Milhões	%	
1	Rio Grande do Sul	9,4	97,2%	0,3	2,8%	9,6
2	Rio de Janeiro	13,4	96,0%	0,6	4,0%	13,9
3	São Paulo	32,2	94,8%	1,8	5,2%	34,0
4	Minas Gerais	10,2	63,4%	5,9	36,6%	16,1
5	Pernambuco	4,3	60,4%	2,8	39,6%	7,1
6	Goiás	1,8	40,4%	2,6	59,6%	4,3
7	Bahia	4,5	39,8%	6,8	60,2%	11,2
8	Paraná	2,5	35,6%	4,5	64,4%	7,0
9	Ceará	2,1	34,1%	4,1	65,9%	6,2
10	Santa Catarina	1,1	19,6%	4,4	80,4%	5,4
	Demais Estados	3,0	8,1%	33,6	91,9%	36,6
TOTAL		84,3	55,6%	67,2	44,4%	151,5

Fonte: Pluri Pesquisas Esportivas (*) Censo IBGE.

Há outra mudança estrutural em curso: a distância entre os clubes está se ampliando.:

**Alguns dos chamados
Grandes clubes de hoje, serão
apenas médios no futuro.**

Pesquisas de Torcidas no Estado do Rio de Janeiro - 1954/2012

Pesquisa	Flamengo	Vasco	Fluminense	Botafogo	América	Outros	Nenhum
JS / IBOPE - 1954	28%	17%	18%	5%	6%	4%	22%
Placar/Gallup - 1971	35%	15%	14%	10%	2%	4%	20%
Placar/IBOPE - 1993	42%	18%	16%	10%	1%	5%	8%
Lance/IBOPE - 1998	44%	19%	10%	9%	0%	2%	16%
Lance/IBOPE - 2001	39%	16%	12%	10%	0%	3%	20%
Lance/IBOPE - 2004	48%	19%	8%	9%	0%	3%	13%
Placar/Datafolha - 2006	46%	16%	10%	7%	0%	3%	18%
Datafolha - 2007	43%	18%	9%	11%	0%	3%	16%
GPP - 2008	44%	15%	12%	12%	0%	2%	15%
PLURI - 2012	46%	16%	11%	10%	0%	3%	14%

O que faz uma torcida Crescer?

O que faz uma torcida crescer?

Tipos e Características do público- alvo

- ✓ Crianças, torcedores do futuro;
- ✓ Converter torcedores jovens de outros clubes;
- ✓ Converter os que não torcem para nenhum clube.
- ✓ Atuar sobre potenciais vira-casacas.

O que faz uma torcida crescer?

O que atrai o torcedor?

- ✓ Títulos;
- ✓ Ídolos;
- ✓ Cuidar da imagem;
- ✓ Aglutinação;
- ✓ Transmissão de jogos.

POLÍTICA

- ✓ Separação entre a Política e a Gestão Profissional;
- ✓ Continuidade.

FINANÇAS

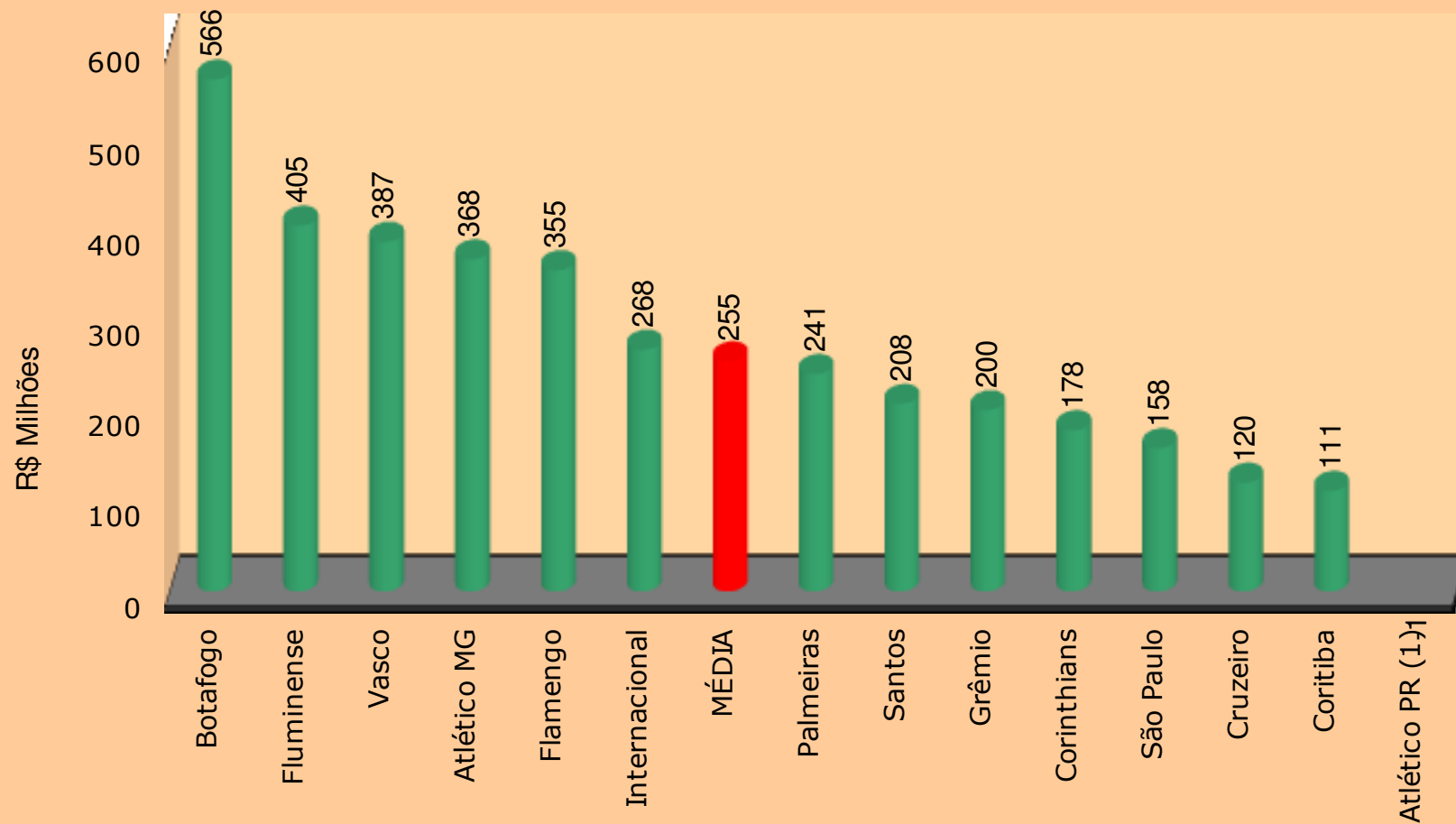
- ✓ Responsabilidade Orçamentária
(Porque não uma lei?);
- ✓ Transparência.

**IPEG - ÍNDICE PLURI DE EFICIÊNCIA NA GESTÃO DO FUTEBOL =
(RPC / Valor das despesas com o futebol)**

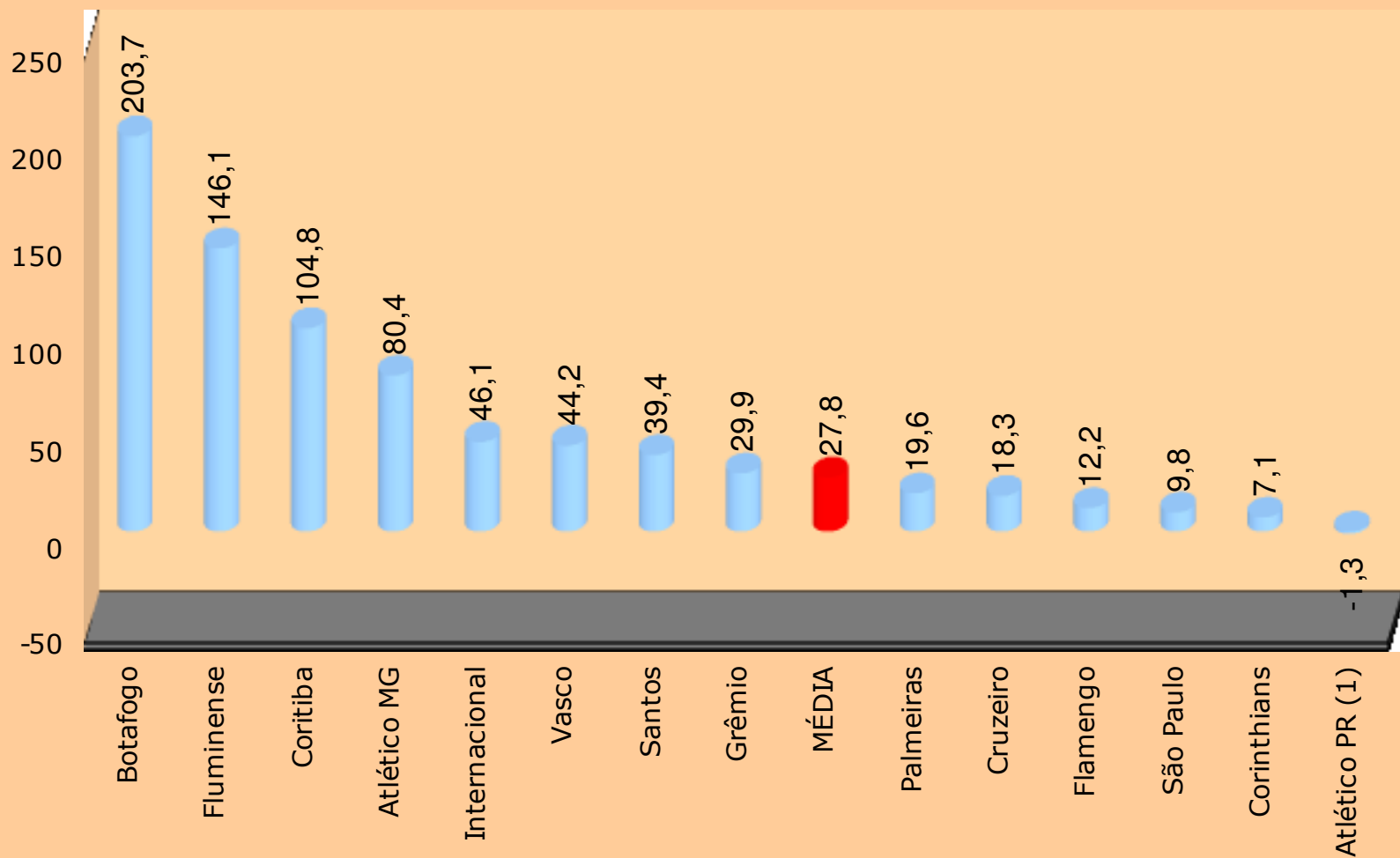
Rank	Clube	Valor das Despesas com o Futebol (Em R\$ Milhões)	Pontuação obtida no Ranking Pluri de Conquistas (RPC)	Índice PLURI de Gestão do Futebol (IPEG)
1	Vasco	79	49	0,62
2	Santos	131	70	0,54
3	Fluminense (1)	64	22	0,34
4	Coritiba	67	19	0,28
5	Corinthians	197	37	0,19
6	Flamengo	109	20	0,18
7	Internacional	133	17	0,13
8	Cruzeiro	89	7	0,08
9	Atlético-MG	91	3	0,03
10	Grêmio	145	3	0,02
12	Botafogo	78	0	0,00
14	Palmeiras	114	0	0,00
16	São Paulo	146	0	0,00

(1) Não inclui os gastos da Patrocinadora com o Futebol.

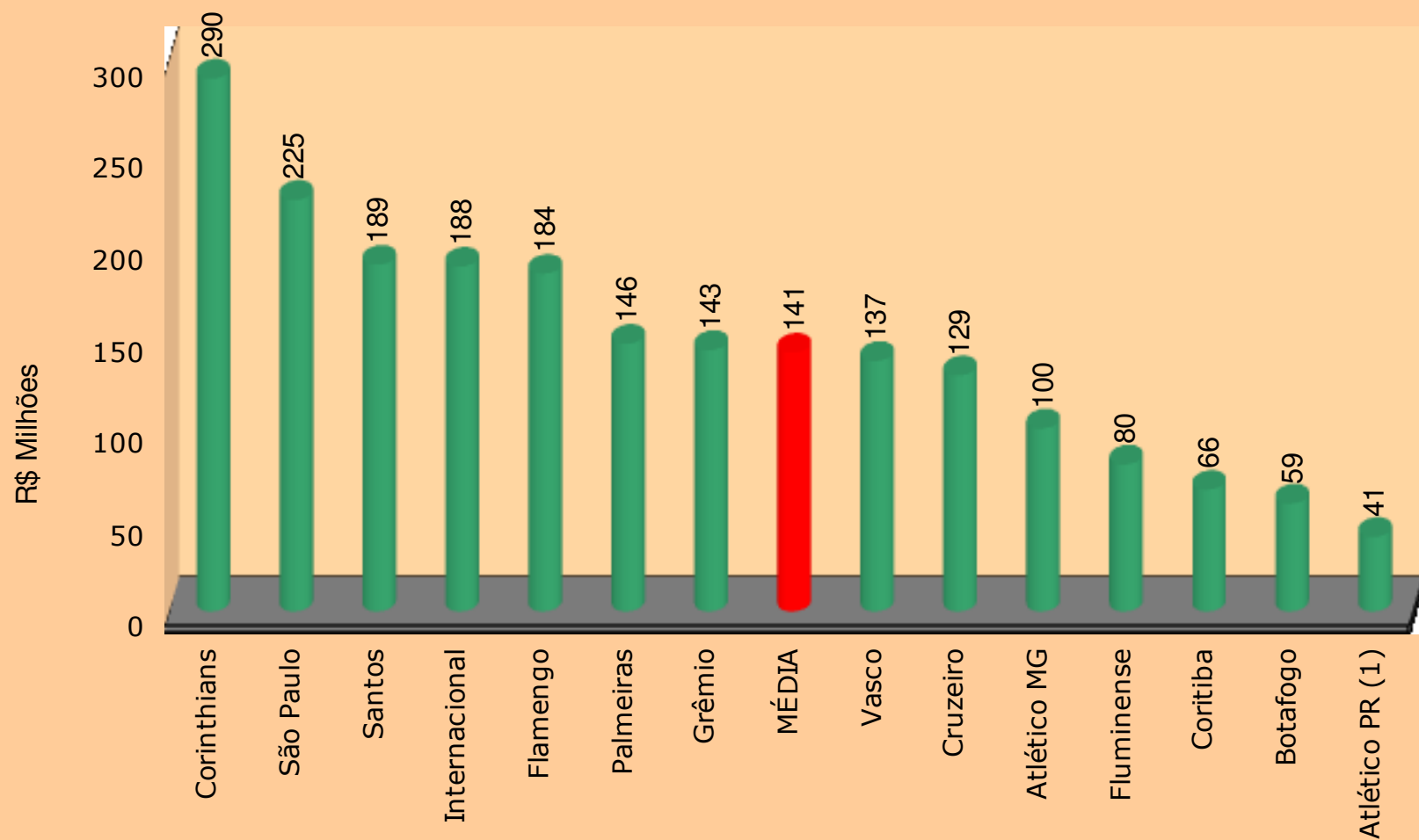
Dívida TOTAL dos principais clubes do Brasil - Em R\$ Milhões (Base 2011)



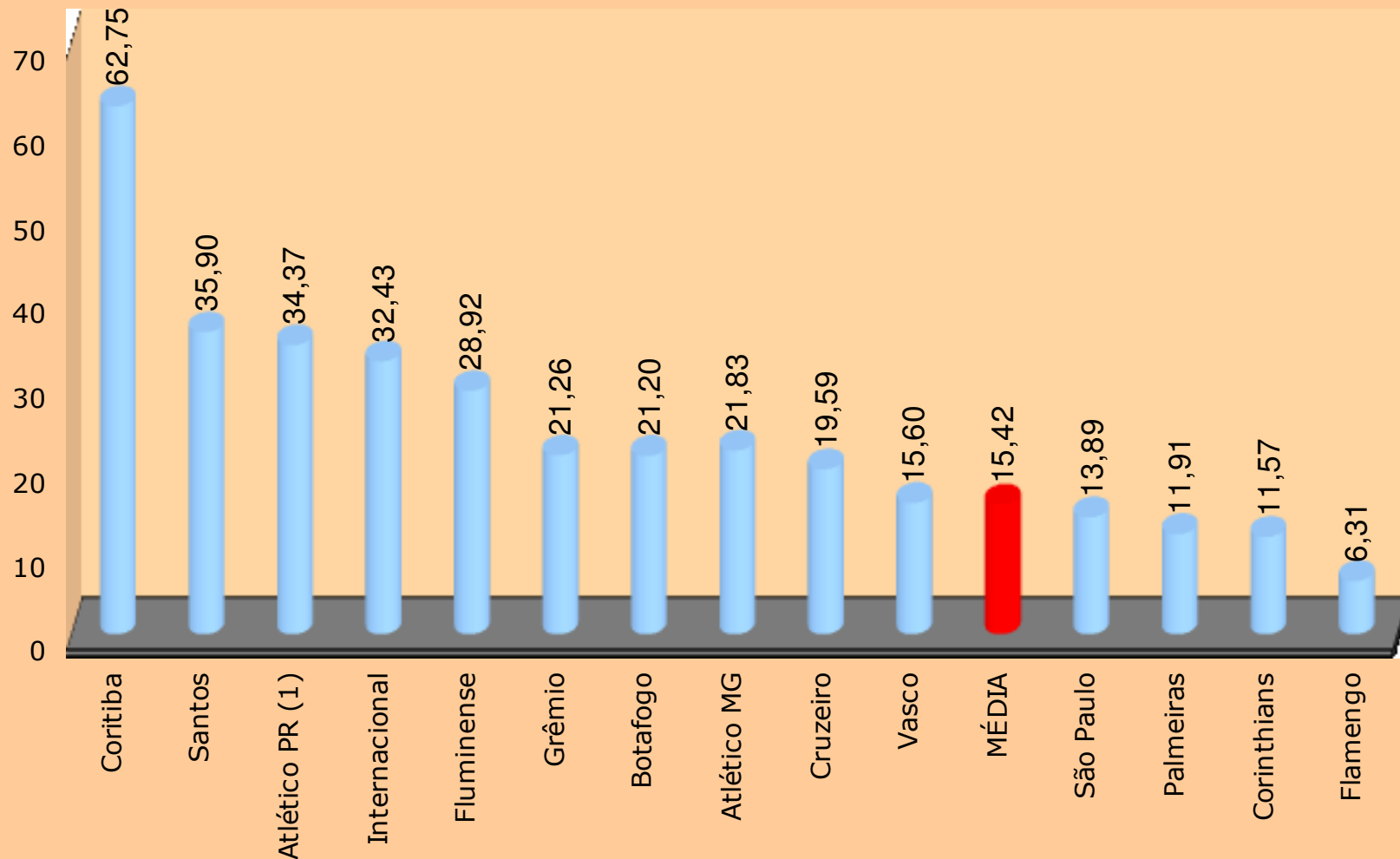
Dívida por torcedor, dos principais clubes do Brasil (2011) - Em R\$



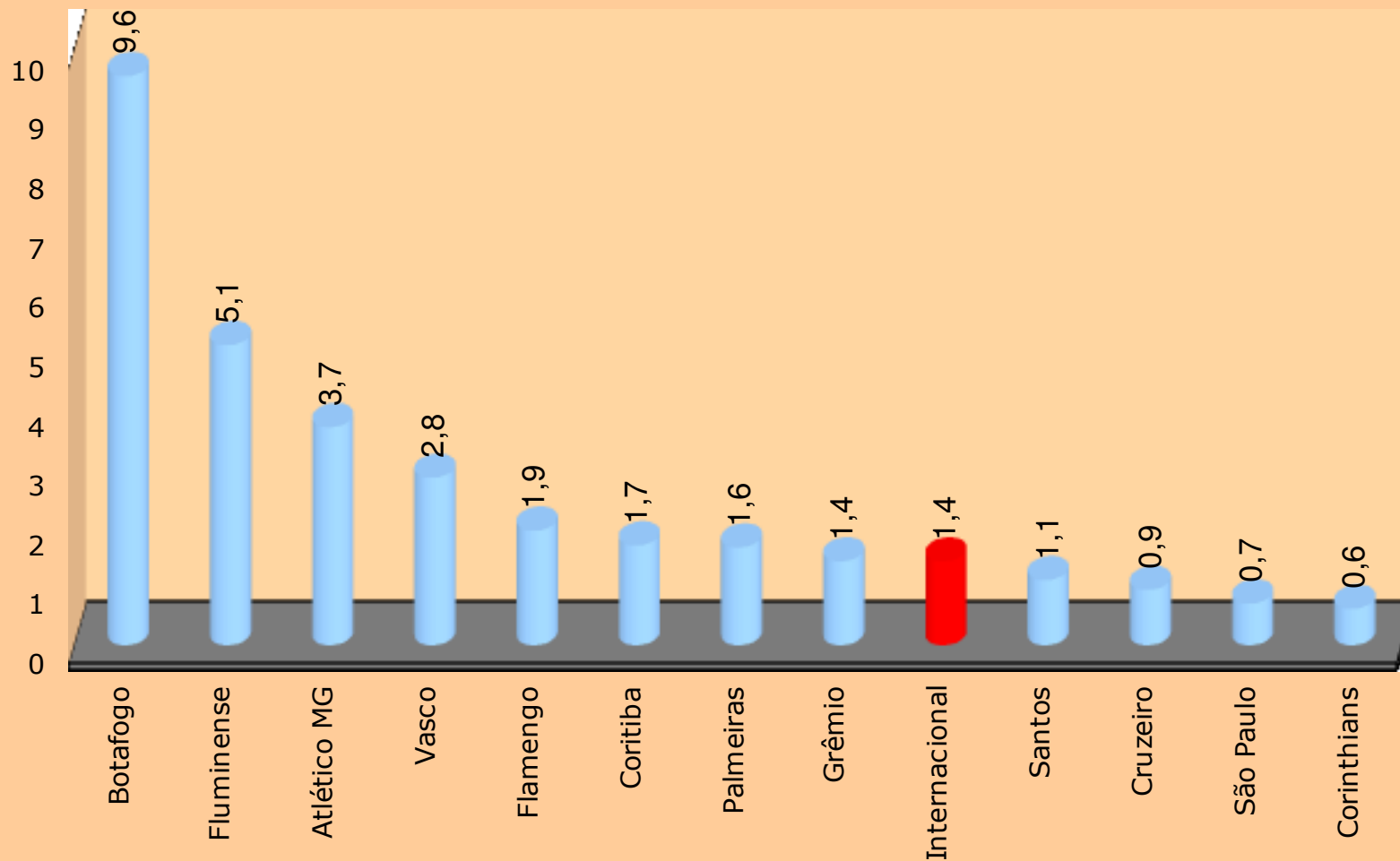
RECEITA TOTAL dos principais clubes do Brasil - Em R\$ Milhões (Base 2011)



Receita por torcedor, dos principais clubes do Brasil (2011) - Em R\$



Relação entre Dívida e Receitas dos principais clubes do Brasil (2011) - Em R\$



ESTÁDIOS

BRASIL: O Número 12 no
ranking de público
mundial (Atrás de China
e EUA, empatado com
Austrália)

Os 15 CAMPEONATOS NACIONAIS com maior MÉDIA DE PÚBLICO do Mundo*

Rank	País	Campeonato	Público médio	Capacidade média dos Estádios	Ocupação %
1	Alemanha	Bundesliga	44.993	48.664	92%
2	Inglaterra	Premier League	34.632	35.800	97%
3	Espanha	Primera División	28.221	38.593	73%
4	México	Primera División Clausura	24.883	40.624	61%
5	Itália	Serie A	21.113	42.762	49%
6	EUA	Major League Soccer	20.214	21.270	95%
7	China	Chinese Super League	19.651	38.307	51%
8	Holanda	Eredivisie	19.188	21.679	89%
9	França	Ligue 1	18.673	26.834	70%
10	Inglaterra - 2ª divisão	Championship	17.667	26.355	67%
11	Alemanha - 2ª divisão	2.Bundesliga	16.869	29.138	58%
12	Japão	J. League Division 1	15.587	32.093	49%
13	Brasil	Campeonato Brasileiro	14.897	33.970	44%
14	Escócia	Premier League	13.641	21.315	64%
15	Rússia	Premier Liga	12.847	26.976	48%

* Considerando o último campeonato disputado (ou em disputa) em cada país. Data base 21/04/2012.

Apenas 3 clubes Brasileiros
entre os 100 de maior média
de Público no Mundo:

- ✓ Santa Cruz (39º);
- ✓ Corinthians (62º);
- ✓ Bahia (100º).

BRASILEIRÃO 2011

- ✓ Público Médio: 14,9 mil
- ✓ Apenas 40% de utilização da capacidade dos Estádios.

**MAIS DE 7
MILHÕES DE
INGRESSOS NÃO
VENDIDOS!**

**MAIS DE 200.000*
PESSOAS
ENTRANDO SEM
PAGAR NADA!**

*Estimativa

**MAIS DE R\$ 200
MILHÕES EM RECEITA
DIRETA NÃO
REALIZADA PELOS
CLUBES. APENAS NO
BRASILEIRÃO.**

IMPACTO ECONÔMICO DIRETO E INDIRETO DE QUASE R\$ 1 BILHÃO.

Causas do Baixo Público

- ✓ Qualidade dos jogos;
- ✓ Pay per view barato;
- ✓ Transmissões pela TV;
- ✓ Preço do Ingresso;
- ✓ Preço dos outros serviços (alimentação, estacionamento, etc);
- ✓ Condição dos estádios;
- ✓ Acesso aos estádios;

- ✓ Dificuldade na compra de ingresso;
- ✓ Concorrência com outras opções de lazer;
- ✓ Excesso de jogos;
- ✓ Jogos sem importância ou contra adversários inexpressivos;
- ✓ Má fase do time;
- ✓ Violência (ou percepção de)
- ✓ Clima.

A REVOLUÇÃO DA NOVA GERAÇÃO DE ESTÁDIOS

Mais uma oportunidade se abre
para os Clubes Brasileiros





EXPECTATIVA DE AUMENTO DE PÚBLICO PÓS 2014 NO CAMPEONATO BRASILEIRO

+40% SOBRE 2011:

Média de 20.500 pagantes por jogo

Mesmo após a entrada em funcionamento da nova geração de estádios, dificilmente nosso índice de ocupação ultrapassará os 60%. Medidas adicionais precisarão ser tomadas.

Obrigado pela Atenção



Fernando Ferreira

Sócio – Diretor | Pluri Consultoria

(41) 9221-6495

fernando@pluriconsultoria.com.br

twitter: @pluriconsult
@fernandopluri

Conheça a Pluri Consultoria

PESQUISA, ANÁLISE, CENÁRIOS E TENDÊNCIAS, estes são os nossos PILARES.

Somos uma empresa que busca resultados CONCRETOS para seus clientes a partir da união das áreas de ECONOMIA, GESTÃO e MARKETING.

Nosso foco está voltado para um melhor entendimento dos mercados que propicie a maximização de RESULTADOS, por isso podemos ajudar DECISIVAMENTE nossos clientes.

O Esporte levado a Sério

Pluri SPORT BUSINESS

A experiência da PLURI em INTELIGÊNCIA DE MERCADO e GESTÃO, aplicada em projetos de consultoria para o mercado esportivo, abrangendo empresas patrocinadoras, investidores, clubes, entidades e atletas.

Pluri **Marketing Esportivo**, Pluri **Pesquisas Esportivas**, Pluri **Gestão Esportiva**, Pluri **Sport Manager**, Pluri **Palestras**.

Saiba +: <http://www.pluriconsultoria.com.br/sport.php>



Este relatório foi elaborado pela Pluri Consultoria e é distribuído com a finalidade única de prestar informações ao mercado em geral. A Pluri Consultoria não se responsabiliza por quaisquer prejuízos de quaisquer natureza por perdas diretas ou indiretas derivadas do uso das informações constantes do mencionado relatório de seu conteúdo