

Visão PLURI

Candidatos à CBF precisam apresentar um Plano Estratégico para o Futebol Brasileiro



“Vento algum é favorável para quem não sabe aonde quer ir”

SENECA, Pensador Romano

PLURI Consultoria

Pesquisa, Valuation, Gestão e marketing Esportivo.

www.pluriconsultoria.com.br

Twitter: @pluriconsult

www.facebook.com/pluriconsultoria



Fernando Ferreira

Economista, Especialista em Gestão e Marketing do Esporte e Pesquisa de Mercado, Diretor da Pluri Consultoria e da Brasil Sports Market.

fernando@pluriconsultoria.com.br

Twitter: @fernandopluri

Qual a proposta?

As eleições para a CBF estão a pleno vapor, com a provável disputa entre a chapa de situação, de Marco Polo Del Nero / Marin, e a oposição, capitaneada por Francisco Novelleto / Andrés Sanchez. Apesar de nenhuma das duas serem oficiais, sabe-se que todo o trabalho de convencimento junto aos eleitores (federações e clubes da série A) está sendo feito. **O que não está sendo feito, porém, é um projeto para o Futebol Brasileiro.** Ouve-se aqui e ali apenas proposições pontuais voltadas aos interesses dos eleitores, como aumento de verbas de repasses, continuidade do “modelo” de gestão atual, etc. Mas pensar o futebol de maneira ampla e estratégica, nada. **Portanto, voltamos à mesma pergunta de relatórios anteriores: Onde está o Plano Estratégico para o Futebol Brasileiro?** Onde queremos chegar em 5 ou 10 anos? Queremos ter um dos 3 campeonatos nacionais mais importantes do Mundo? Queremos ter clubes entre os TOP10 do planeta? Quantos? Queremos estádios cheios? Combater a violência associada ao futebol? Transformar os jogos em ambiente de Festa e não de Guerra? Como fortaleceremos o futebol Regional e os clubes menores? Qual a nossa principal força? E nossas fraquezas? Sobram perguntas, faltam respostas.

Nosso produto piora a cada dia, e como resposta a isso, tivemos apenas a proposta de parcelamento das dívidas fiscais dos clubes, que aliás foi iniciativa deles mesmos, já que a CBF tentava viabilizar o Proforte, projeto de “anistia geral” das dívidas de clubes e federações. Há uma quase unanimidade que estamos perdendo importância relativa no mercado internacional, que o futebol regional e os clubes pequenos agonizam, e que o desinteresse do torcedor é crescente. **Convenhamos, o futebol Brasileiro precisa de uma verdadeira revolução e, a julgar pelo que estamos vendo, nenhuma chapa representa mudança do cenário atual.**

Atletas e profissionais se mobilizam por mudanças, a imprensa está inquieta, torcedores anseiam por um futebol de mais qualidade. Não está na hora de uma terceira via na Eleição da CBF?

Abraço a todos.

Fernando Ferreira

Sócio Diretor | PLURI Consultoria

fernando@pluriconsultoria.com.br – twitter @fernandopluri

PLURI : *Full Branch* de negócios Esportivos



Consultoria em Gestão,
Governança, Finanças e
Marketing Esportivo.
www.pluriconsultoria.com.br



Consultoria em *Valuation* de
Atletas e propriedades de
Marketing Esportivo.



Parceria entre PLURI Consultoria
e Stochos Sports &
Entertainment. Atua na área de
Licenciamento Esportivo.



Parceria entre PLURI Consultoria,
Trevisan Escola de Negócios e
Banco de Eventos. Atua com
eventos de Gestão e Marketing
Esportivo.
www.brasil sportmarket.com.br

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.

Pluri SPORT BUSINESS - A experiência da PLURI em INTELIGÊNCIA DE MERCADO e GESTÃO, aplicada em projetos de consultoria para o mercado esportivo, abrangendo patrocinadores, investidores, clubes, entidades e atletas.

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

O Esporte levado a Sério

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.