

PLURI Especial

Clubes Brasileiros exploram menos de 0,07% do Rendimento de seus Torcedores



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

0,07% do rendimento dos torcedores vai para os clubes de Futebol

Dando continuidade ao Estudo em que estimamos o Rendimento potencial dos torcedores (disponível em <http://www.pluriconsultoria.com.br/relatorio.php?id=331>), mensuramos que percentual deste rendimento vai diretamente para os cofres dos clubes de futebol. Dessa forma podemos medir o nível de eficiência de cada um desses clubes na relação comercial com seus torcedores.

Para isso, separamos nos dados de balanço dos clubes, aquelas **receitas que vem diretamente da venda de produtos e serviços para os torcedores, como vendas de ingressos, planos de associados e de sócio torcedores, licenciamento, loterias, etc. Não consideramos as receitas que os clubes obtém com direitos de tv (exceto pay per view), patrocínios, negociação de jogadores, etc.** Identificado o tamanho desta receita, dividimos ela pela estimativa de renda da torcida como um todo (apresentado no último relatório), e assim chegamos ao percentual de participação dos clubes no rendimento dos torcedores.

É claro que as pessoas tem outras prioridades para utilização dos seus recursos, principalmente em um país com renda média relativamente baixa como o Brasil. **Gastos com alimentação, transporte, vestuário, saúde e educação consomem grande parte da renda do cidadão, mas surpreende que a relação de consumo dos torcedores do "país do futebol" com o seu time de coração seja tão baixa quanto medimos neste estudo.** Vejam a seguir as principais conclusões do Estudo.

- **Os 24 clubes de maior torcida no Brasil tiveram em 2012 uma receita somada de R\$ 1,1 Bilhão de reais (equivalente a R\$ 91 milhões/mês) vinda diretamente da venda de produtos e serviços para seus próprios torcedores. Esse volume equivale a menos de 0,07% do rendimento anual dos torcedores, estimado em R\$ 1,6 Trilhão (R\$ 134 Bilhões/mês).**
- O Figueirense é o clube com maior aproveitamento da renda de seus torcedores, com receitas vindas diretamente do torcedor equivalentes a 0,34% de seus rendimentos totais. Em seguida vem o Náutico (0,331%) e o Coritiba (0,316%). Todos tem em comum a concentração de sua torcida na cidade sede dos clubes;
- Quanto maior o tamanho da torcida, seu rendimento total, e sua distribuição geográfica, mais difícil se torna a venda de produtos e serviços do clubes aos torcedores. Isso explica porque os clubes mais populares possuem % de aproveitamento menor da renda de seus torcedores;
- **Entre os 12 clubes com maior torcida (Eixo SP-RJ-MG-RS), o Atlético-MG (11º) é o que possui o maior aproveitamento da renda de seus torcedores,** com receitas vindas diretamente do torcedor equivalentes a 0,123% de seus rendimentos. Internacional, com 0,115% e Fluminense (0,110%) vem a seguir;
- Fortaleza e Ceará não entraram na análise por disponibilizarem seus balanços 2012 para análise.

A seguir os principais resultados da pesquisa, abraço a todos.

Rendimento Total das Maiores Torcidas Brasileiras

Rank 2013	Clube	Estimativa da Renda da Torcida		Receita oriundo dos torcedores (1)		% de aproveitamento da renda dos Torcedores
		Mensal - Em R\$ Bilhões	Anual - Em R\$ Bilhões	Mensal - Em R\$ Milhões	Anual - Em R\$ Milhões	
1	FIGUEIRENSE	0,5	5,6	1,6	19,0	0,340%
2	NÁUTICO	0,6	6,6	1,8	21,8	0,331%
3	CORITIBA	1,1	13,0	3,4	41,0	0,316%
4	GOIÁS	0,5	6,3	1,6	19,4	0,307%
5	PARANÁ	0,3	3,8	0,7	8,6	0,227%
6	SPORT	1,5	17,5	2,9	34,5	0,197%
7	VITÓRIA	1,3	15,6	2,5	29,4	0,188%
8	BAHIA	1,5	18,5	2,3	27,8	0,150%
9	ATLÉTICO-PR	1,2	14,6	1,8	21,4	0,146%
10	AVAI	0,5	6,5	0,8	9,1	0,139%
11	ATLÉTICO-MG	4,1	49,0	5,0	60,2	0,123%
12	SANTA CRUZ	0,9	11,0	1,1	12,8	0,116%
13	INTERNACIONAL	6,3	75,7	7,3	87,4	0,115%
14	FLUMINENSE	3,0	36,0	3,3	39,6	0,110%
15	BOTAFOGO	3,0	35,6	3,0	36,0	0,101%
16	SANTOS	5,9	70,9	5,6	67,3	0,095%
17	GRÊMIO	7,3	88,2	6,9	82,7	0,094%
18	CRUZEIRO	5,9	70,8	3,8	45,9	0,065%
19	PALMEIRAS	12,1	144,8	7,0	84,3	0,058%
20	SÃO PAULO	16,5	197,8	8,0	96,1	0,049%
21	CORINTHIANS	25,9	310,4	11,4	136,5	0,044%
22	VASCO	7,9	94,9	3,5	41,6	0,044%
23	VILA NOVA	0,4	4,4	0,1	1,3	0,029%
24	FLAMENGO	26,3	315,8	6,1	72,7	0,023%
TOTAL		134,4	1.613,2	91,4	1.096,3	0,068%

(1) Receitas com Bilheteria, associados, sócio-torcedor, licenciamento, loterias, etc. Não inclui venda de jogadores, direitos de TV e patrocínios. Base Balanços dos próprios Clubes. **Ceará e Fortaleza** não entraram na pesquisa por não disponibilizarem seus balanços.

PLURI ESPECIAL – Clubes Brasileiros Exploram menos de 0,07% do rendimento total de seus Torcedores – 12/11/2013

www.pluriconsultoria.com.br



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.brasilsportmarket.com.br

PLURI ESPECIAL – Clubes Brasileiros Exploram menos de 0,07% do rendimento total de seus Torcedores – 12/11/2013

www.pluriconsultoria.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.