



Os desafios e
oportunidades dos clubes
do Rio de Janeiro no novo
cenário do Futebol

Rio de Janeiro, 11/09/2014

Resumo da presença de Público nos estádios

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%

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	Varição 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%

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

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

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	Squarema	451	74	0,609%	33	38

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%

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%

**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...

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





ÜNŞER 5

ÜNŞER POKAL



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



Show Business



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

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.

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”;

IMPERATIVO:

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

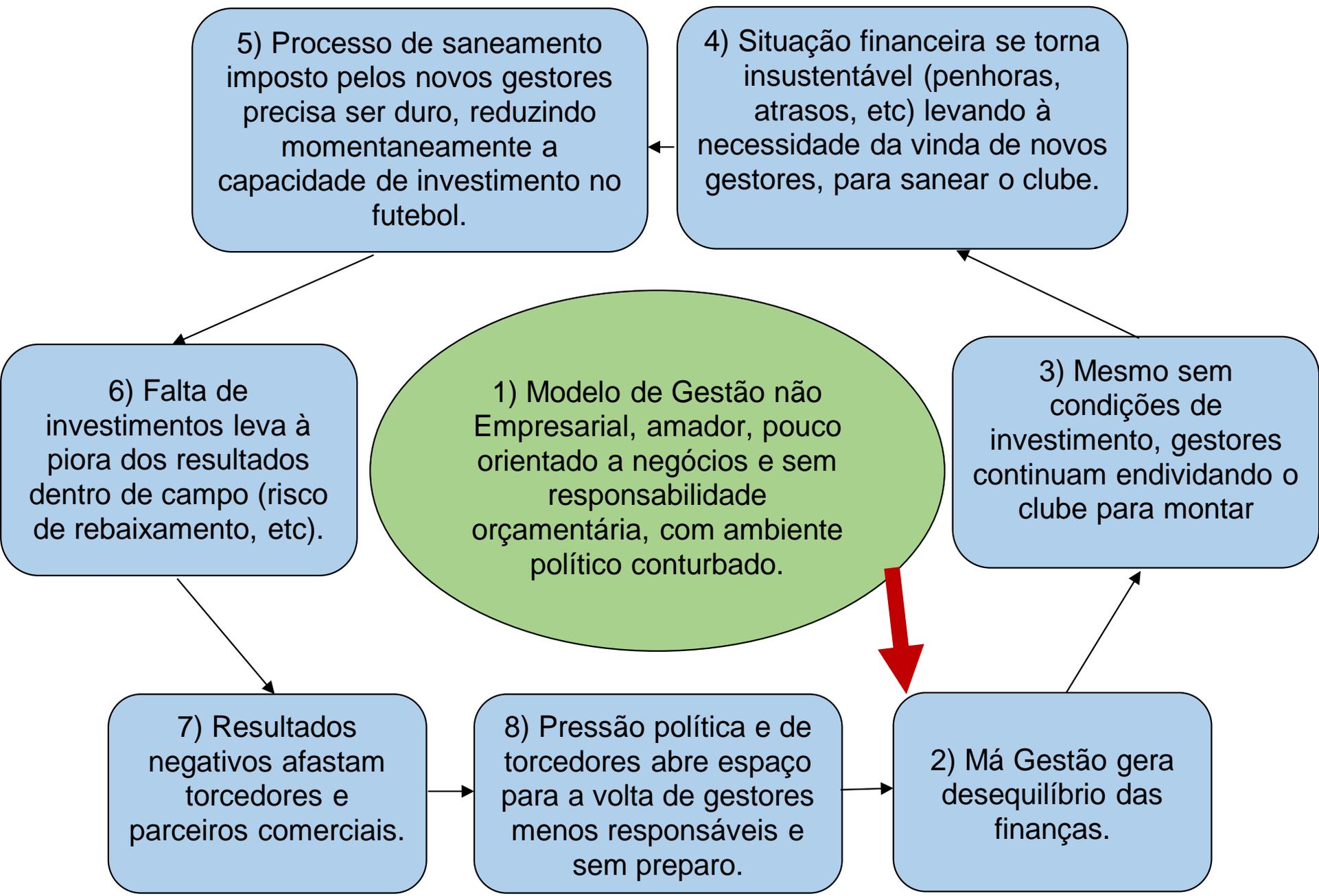
**Mercado é soberano e
o Consumidor é o juiz.**

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

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

Impossível dissociá-la de problemas estruturais dos clubes.

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 1^o divisão é de 3,5 anos.

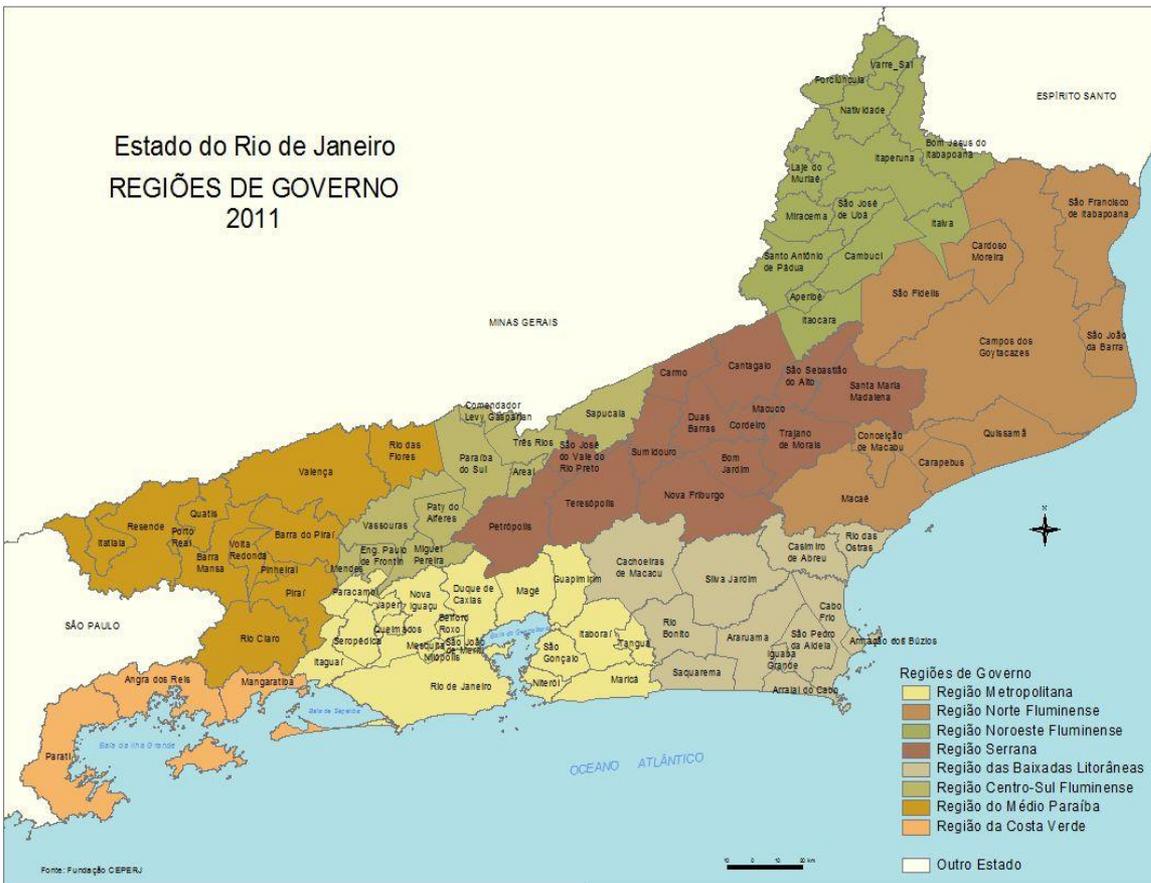
Problema	Impactos	Derivações	
Falta de recursos (poucas e reduzidas fontes de receitas)	Dificuldade para montar elenco qualificado	Pouca competitividade, correndo o risco de insucessos dentro de campo, que agravam o problema	Com time pouco atraente, não se atrai torcedores e parceiros de negócios
	Material 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)**



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

Agradeco pela Atencao

Fernando Ferreira - Diretor
Pluri Consultoria

(11) 99874-6495

fernando@pluriconsultoria.com.br

www.pluriconsultoria.com.br

