

Avaliação econômica dos clubes brasileiros 2021

Valuation dos TOP 30 clubes do Brasil- 2ª edição



SUMÁRIO

| | |
|--|---------------|
| Valuation TOP 30 clubes Brasil..... | Pg. 03 |
| Metodologia..... | Pg. 05 |
| Dados consolidados Top 30 clubes..... | Pg. 08 |
| Valuation de cada clube..... | Pg. 16 |
| Valuation ajustado às dívidas operacionais..... | Pg. 47 |
| Valor da marca dos clubes brasileiros..... | Pg. 52 |
| SAF marco legal do futebol brasileiro..... | Pg. 69 |
| Conclusões..... | Pg. 86 |
| Disclaimer..... | Pg. 87 |



VALUATION TOP 30 CLUBES BRASIL

Segunda edição do estudo exclusivo realizado pela Sports Value, para atender uma necessidade urgente do mercado brasileiro.



Valuation de clubes no Brasil já é uma realidade e a Sports Value tem ampla experiência em avaliações realizadas para diferentes clientes.



A atração de investimento estrangeiro e a nova lei da SAF exigem gestões modernas e antenadas com práticas empresariais.



Este estudo traz todas as atualizações dos números de valuation dos clubes, considerando os impactos da pandemia, inflação e desvalorização do R\$.



No final há um conteúdo especial sobre gestão no futebol.



VALUATION TOP 30 CLUBES BRASIL

Nossos clubes são instituições centenárias, tem ativos, significativos, além de todo investimento em jogadores, o ativo intangível.



Somado a isso há o valor das marcas dos clubes, que valem bilhões de reais. O cálculo do valor da marca também faz parte da avaliação econômica de cada clube.



Este estudo apresenta uma metodologia sólida, testada para clientes da Sports Value, como Soccerex, Botafogo S.A. de Ribeirão Preto, Red Bull Bragantino, Figueirense, Gama, spray de arbitragem Spuny. Um modelo robusto de avaliação.



Assim, como a Forbes avalia os times das Ligas dos EUA e a KPMG os times europeus, a Sports Value apresenta os valores dos times brasileiros. Com dados de balanços, pesquisas e potencial de consumo.



METODOLOGIA

A avaliação da Sports Value considera inúmeros fatores para chegar ao valor final de cada clube.

São considerados todos os ativos dos clubes, sendo Circulante como dinheiro no caixa e bancos, aplicações financeiras e valores a receber. E também os ativos imobilizados, como estádio, centro de treinamento e edificações em geral.

Há ainda a avaliação da marca, que considera 20 diferentes variáveis para a formação de valor, divididas em três grandes grupos.

Potencial de mercado, potencial esportivo e as receitas oriundas da marca.

Pela metodologia, nenhuma variável isoladamente afeta o resultado da avaliação. As variáveis são complementares para a formação do valor final.

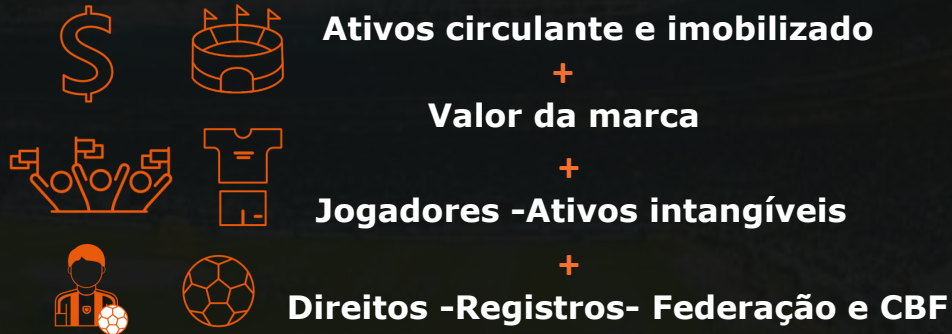


METODOLOGIA

Há ainda o valor do plantel do time profissional, de acordo com o Transfermarkt da Alemanha, cotado em Euro e os investimentos nas categorias de base dos clubes.

E finalmente, os ativos esportivos vinculados aos registros dos clubes em suas Federações Estaduais e CBF. Este registro tem um alto valor, já que são inerentes às atividades dos clubes. Todo clube tem direito às receitas de transmissão dos campeonatos.

***Cálculo da
avaliação
econômica
de cada
clube***



METODOLOGIA

Ativo circulante e imobilizado

Circulante – Caixa e bancos, aplicações financeiras.

Imobilizado- Estádio, CT, edificações. (Não inclui ativo intangível)

Valor da marca

Potencial de mercado consumidor do clube, índice de potencial de consumo, tamanho torcida, distribuição geográfica e engajamento.

Há o potencial esportivo, de quanto cada clube investe em jogadores e departamento de futebol. E o aproveitamento real das receitas oriundas da marca.

Jogadores -Ativos intangíveis

Valor do plantel do time profissional atual e o registro contábil dos gastos de formação de jogadores das categorias de base.

Direitos Esportivos- Registros- Federação e CBF

Receitas garantidas, inerentes às competições que os clubes participam.



DADOS CONSOLIDADOS TOP 30 CLUBES

A avaliação econômica dos clubes (valuation) mostrou que mesmo com as perdas com a pandemia, os números não foram afetados.



Os TOP 30 clubes avaliados representaram um valor total de **R\$ 25,3 bilhões** frente aos R\$ 25,1 bilhões do ano anterior.



Caso todos os clubes brasileiros fossem negociados em sua totalidade, este seria o valor a ser produzido.



Alguns clubes tem mais ativos como estádio e centros de treinamento. Outros têm maior investimento em jogadores. Há ainda o valor das marcas dos times.



A avaliação considera a realidade individual de cada clube. Números financeiros foram atualizados pelo IPCA.



DADOS CONSOLIDADOS TOP 30 CLUBES

A soma do Ativo dos 30 times analisados, sem o valor do intangível (jogadores) é de R\$ 9,4 bilhões.

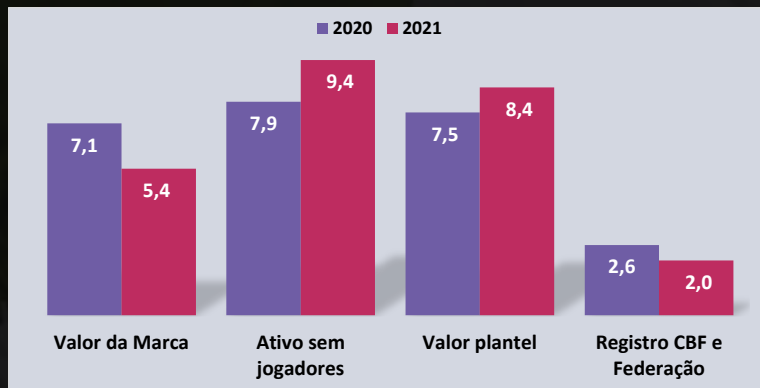


As marcas dos clubes representam R\$ 5,4 bilhões. Os jogadores profissionais e das categorias de base R\$ 8,4 bilhões.



Os direitos esportivos referentes às competições que os clubes participam outros R\$ 2,1 bilhões.

Valuation – Top 30 clubes - Valor total = R\$ 25,3 bilhões



The background features a collage of images related to Brazilian football. On the left, there's a large crowd of fans, many wearing white and green jerseys, likely supporting Palmeiras. On the right, another crowd is shown, with some fans holding red and white flags, possibly supporting Flamengo. In the center, there are several faint, overlapping crests of various Brazilian football clubs, including Flamengo, Palmeiras, and others. The overall theme is the passion and support for football clubs in Brazil.

VALUATION DOS CLUBES BRASILEIROS



Clubes mais valiosos do Brasil- 2021

Avaliação econômica dos clubes -Valuation- R\$ milhões



Fonte: Sports Value

Clubes mais valiosos do Brasil

Avaliação econômica dos clubes – Valuation-2021- R\$ milhões

| RK | Time | Valor | RK | Time | Valor |
|----|---------------------|-------|----|-------------|-------|
| 1 | Flamengo | 2.692 | 16 | América-MG | 402 |
| 2 | Palmeiras | 2.349 | 17 | Coritiba | 396 |
| 3 | Corinthians | 2.278 | 18 | Fortaleza | 351 |
| 4 | Atlético-MG | 1.966 | 19 | Sport | 345 |
| 5 | Athletico-PR | 1.785 | 20 | Atlético-GO | 340 |
| 6 | Internacional | 1.718 | 21 | Guarani | 300 |
| 7 | São Paulo | 1.716 | 22 | Ponte Preta | 297 |
| 8 | Grêmio | 1.500 | 23 | Santa Cruz | 295 |
| 9 | Fluminense | 1.088 | 24 | Ceará | 292 |
| 10 | Santos | 967 | 25 | Náutico | 287 |
| 11 | Vasco da Gama | 802 | 26 | Goiás | 239 |
| 12 | Red Bull Bragantino | 692 | 27 | Paysandu | 162 |
| 13 | Cruzeiro | 635 | 28 | Cuiabá | 161 |
| 14 | Botafogo | 511 | 29 | Avai | 159 |
| 15 | Bahia | 459 | 30 | Vitória | 155 |

**Valuation dos
clubes brasileiros
=
R\$ 25,3 bi
ou
US\$ 4,5 bi
-10% em US\$**

Clubes mais valiosos do Brasil

Avaliação econômica dos clubes – Valuation- R\$ milhões

| RK 2021 | RK 2020 | Clubes | Valuation 2021 | Valuation 2020 | Variação |
|---------|---------|---------------------|----------------|----------------|----------|
| 1 | 1 | Flamengo | 2.692 | 2.873 | -6% |
| 2 | 3 | Palmeiras | 2.349 | 2.194 | 7% |
| 3 | 2 | Corinthians | 2.278 | 2.279 | 0% |
| 4 | 7 | Atlético-MG | 1.966 | 1.702 | 16% |
| 5 | 6 | Athletico-PR | 1.785 | 1.675 | 7% |
| 6 | 5 | Internacional | 1.718 | 1.749 | -2% |
| 7 | 4 | São Paulo | 1.716 | 1.778 | -3% |
| 8 | 8 | Grêmio | 1.500 | 1.546 | -3% |
| 9 | 9 | Fluminense | 1.088 | 1.043 | 4% |
| 10 | 11 | Santos | 967 | 905 | 7% |
| 11 | 10 | Vasco da Gama | 802 | 953 | -16% |
| 12 | 17 | Red Bull Bragantino | 692 | 372 | 86% |
| 13 | 12 | Cruzeiro | 635 | 837 | -24% |
| 14 | 13 | Botafogo | 511 | 605 | -16% |
| 15 | 14 | Bahia | 459 | 550 | -17% |
| 16 | 19 | América-MG | 402 | 320 | 26% |
| 17 | 15 | Coritiba | 396 | 458 | -14% |
| 18 | 24 | Fortaleza | 351 | 254 | 38% |
| 19 | 16 | Sport | 345 | 412 | -16% |
| 20 | 29 | Atlético-GO | 340 | 161 | 111% |
| 21 | 27 | Guarani | 300 | 282 | 6% |
| 22 | 21 | Ponte Preta | 297 | 277 | 7% |
| 23 | 20 | Santa Cruz | 295 | 292 | 1% |
| 24 | 23 | Ceará | 292 | 259 | 13% |
| 25 | 22 | Náutico | 287 | 263 | 9% |
| 26 | 18 | Goiás | 239 | 345 | -31% |
| 27 | 30 | Paysandu | 162 | 157 | 3% |
| 28 | 33 | Cuiabá | 161 | 140 | 15% |
| 29 | 25 | Avai | 159 | 233 | -32% |
| 30 | 26 | Vitória | 155 | 204 | -24% |

É possível verificar a variação percentual e as mudanças de posição no ranking, de um ano para outro.

Clubes mais valiosos do Brasil

Por que clubes com menos torcida como Athletico-PR, Atlético-MG, Internacional, valem mais que maiores como Vasco, Grêmio ou São Paulo?



Clubes que detém ativos modernos valem mais, controlar ativos próprios faz diferença. Mesmo com menores torcidas e menor valor de marca, um estádio é muito representativo em valuations. Deter um CT, shopping, elenco valioso tem muito peso na avaliação final.

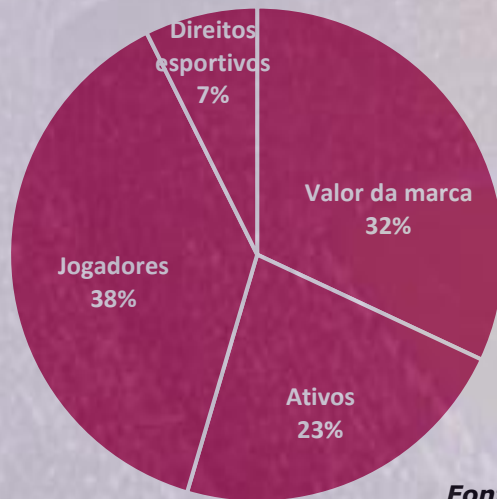
Valuation X Receita Total 2020



Flamengo caiu 6% em seu valuation pela redução do valor da sua marca, impactado pela queda nas receitas em 2020. Permanece como o clube mais valioso do Brasil, com valuation de **R\$ 2,7 bilhões**.

Clube veio de um 2019 histórico, para perdas na pandemia e já projeta R\$ 1 bilhão de receitas, futebol deve consumir **R\$ 670 milhões**.

Valuation – Em %



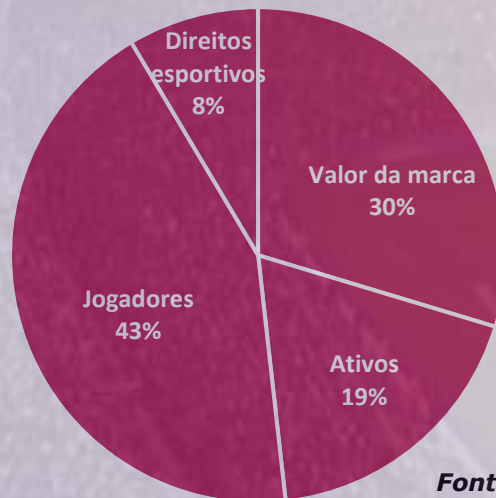
Clube precisa ter um estádio próprio para valer mais. Tem enorme potencial para crescer fora do RJ no digital.

Fonte: Sports Value

Palmeiras subiu uma posição, com seu crescimento de 7% e agora é o segundo maior valuation com **R\$ 2,3 bilhões**. Clube cresceu muito em receitas e mesmo com menos torcida que seus rivais paulistanos vem mostrando alta eficiência financeira e esportiva, o que gera ainda mais valor.

Faturamento será o maior da história e gastos com futebol passarão dos R\$ 660 milhões anuais. Elenco se valorizou muito, o que contribuiu para a melhora no valuation.

Valuation – Em %



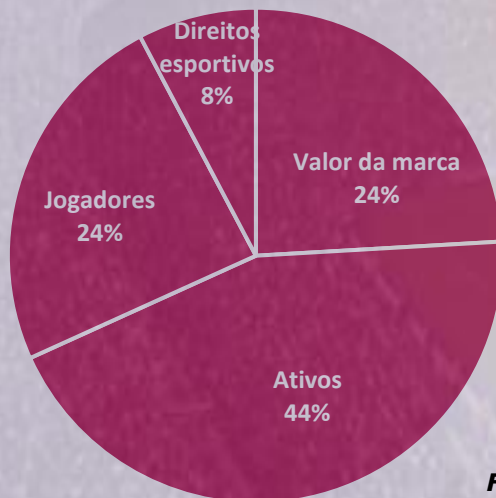
Quando Allianz Parque for incorporado aos ativos, se tornará o mais valioso do Brasil.

Fonte: Sports Value

Corinthians agora é o terceiro clube mais valioso do Brasil, com valuation de **R\$ 2,3 bilhões**.

Clube caiu em receitas na comparação com Flamengo e Palmeiras, tem custos elevados e baixa eficiência em campo. Vem acumulando déficits e tem altas dívidas. Futebol consome R\$ 462 milhões anuais.

Valuation – Em %



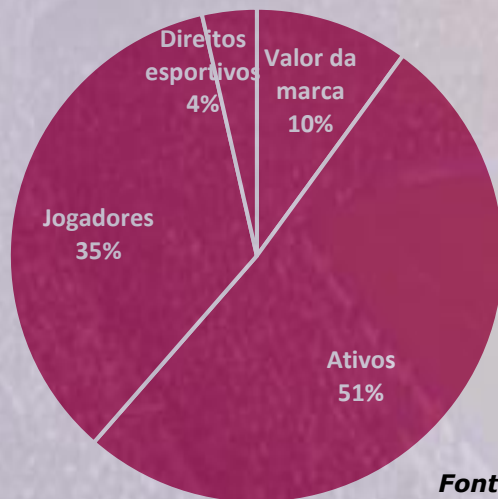
Clube tem enorme potencial de receitas inexploradas no digital, marketing de conteúdo e patrocínios.

Fonte: Sports Value

Atlético-MG subiu três posições e agora é o quarto time mais valioso do Brasil, com valuation de quase **R\$ 2 bilhões**.

Clube cresceu muito pela operação imobiliária referente ao Shopping Diamond Mall/Arena MRV e alta valorização do seu elenco. Seus custos com futebol já passam de R\$ 330 milhões anuais, e a dívida de R\$ 1,3 bilhão.

Valuation – Em %



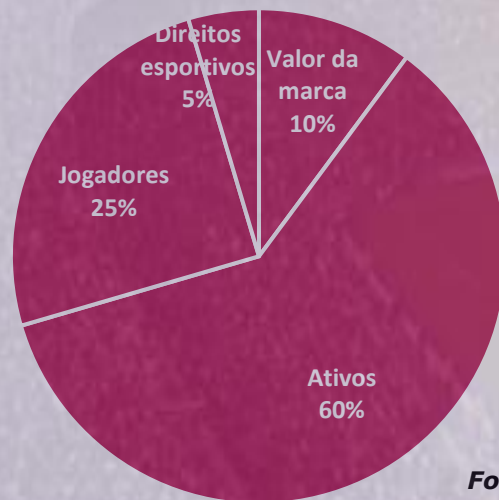
Fonte: Sports Value

Clube vem liderando em inovação e receitas no digital cresceram muito recentemente. Torcida muita fanática e engajada esta ajudando na performance financeira.

Athletico-PR ganhou duas posições e agora é o quinto maior valor do futebol brasileiro com **R\$ 1,8 bilhão**. Nada menos que 60% do valor é proveniente de seus ativos.

Clube, embora tenha bem menos torcida e receitas de TV, tem o controle de seus ativos, como o CT, Arena e uma dívida ligada à arena. Acumula lucros de mais de R\$ 400 milhões e seus custos com futebol já passam dos R\$ 170 milhões anuais.

Valuation – Em %



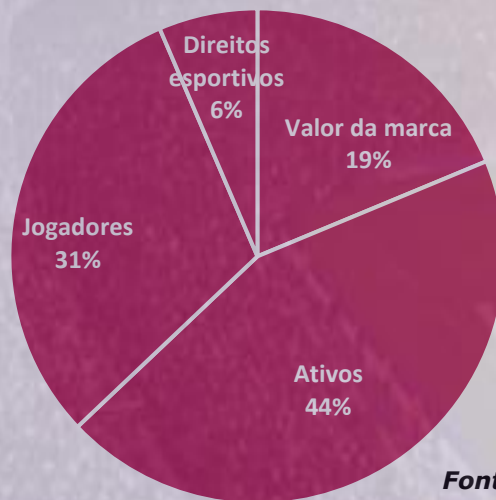
Fonte: Sports Value

Clube tem que ampliar receitas com a arena, novos ganhos no digital e expansão da marca, com novos torcedores.

Internacional é sexto maior valor do futebol brasileiro com **R\$ 1,7 bilhão**. A força do clube está em deter uma parte do novo Beira Rio, um ativo valiosíssimo.

Clube tem alto valor, pela parceria para a reforma do Beira Rio, refletindo em altos valores em seu ativo. Departamento de futebol consome R\$ 304 milhões anuais e dívidas em alta são sua realidade. Houve valorização do elenco.

Valuation – Em %



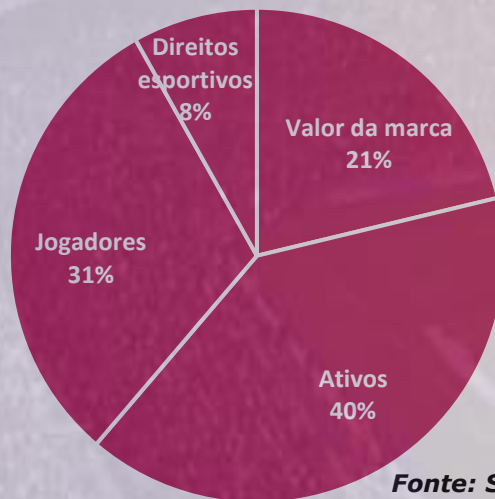
Fonte: Sports Value

Clube acertou na gestão do Beira Rio, gerou equity. Precisa crescer no marketing, com o estádio e no digital. Tem enorme potencial.

São Paulo agora é o sétimo em valor do futebol brasileiro, caiu três posições e está avaliado em **R\$ 1,7 bilhão**, colado no sexto colocado.

Clube tem menos ativos que Athletico-PR, Atlético-MG e Internacional. Sua marca vale mais, mas com a pandemia acabou sendo afetada. Tem custos com futebol de R\$ 332 milhões por ano, e enorme potencial para crescer. Receitas já subiram com a nova gestão.

Valuation – Em %

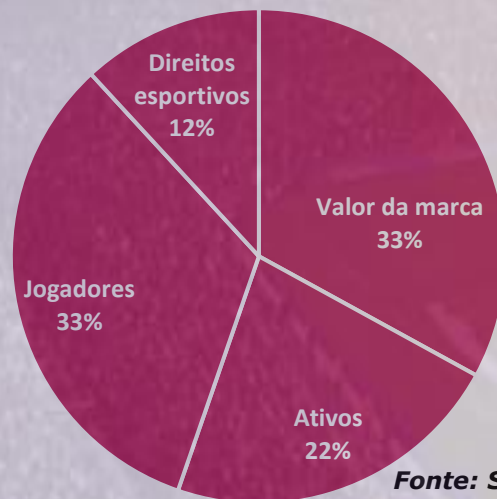


Clube tem a terceira maior base de torcedores do Brasil. Estádio muito bem localizado e força no digital, tem que disputar a liderança do ranking.

Fonte: Sports Value

Grêmio permanece como oitavo maior valor do futebol brasileiro com **R\$ 1,5 bilhão**. Clube sofrerá cortes de receitas com o rebaixamento.

A posição do clube é reflexo do modelo de construção da sua arena, onde ainda não pode incorporá-la aos ativos. Valor vai subir muito no futuro. Clube tem ausência de receitas de bilheteria, custos com futebol de R\$ 310 milhões e sólido controle orçamentário.

Valuation – Em %

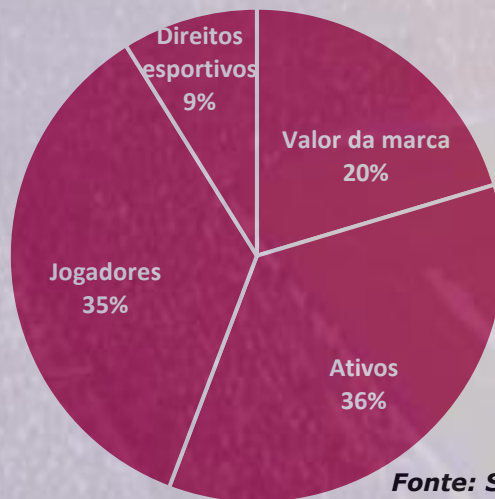
Fonte: Sports Value

Clube tem uma enorme torcida na região Sul, deve se posicionar como marketplace regional. Tem como crescer no digital para o interior, Santa Catarina e região Centro-Oeste.

Fluminense também não alterou sua posição no ranking, segue como nono maior valor do futebol brasileiro com **R\$ 1,1 bilhão**. Valor cresceu 4%.

Clube tem alto valor em seus ativos, localizados em uma região valorizada do Rio de Janeiro. Seus custos com futebol são de R\$ 158 milhões anuais e tem conseguido controlar as dívidas.

Valuation – Em %



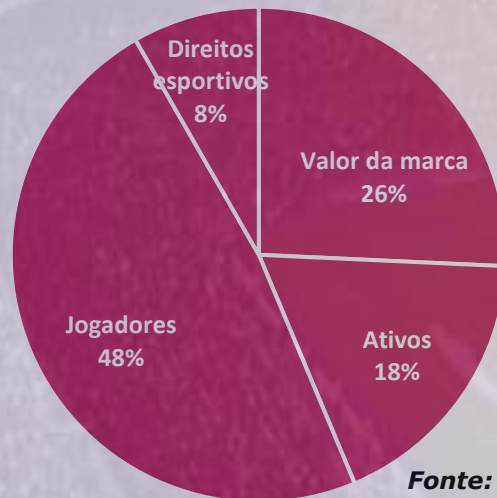
Fonte: Sports Value

Clube tem torcida em âmbito nacional, deve explorar isso. Cresce entre os mais ricos, tem alto potencial de geração de receitas com as classes AB.

Santos é o décimo mais valioso do Brasil, ganhou uma posição, com valuation de **R\$ 967 milhões**. Clube cresceu 7% em seu valor.

Santos tem custos anuais com futebol acima dos R\$ 300 milhões, altas dívidas e fechou com déficits de R\$ -119 milhões na pandemia Nova gestão está reduzindo endividamento e custos, mas receitas ainda são muito baixas.

Valuation – Em %



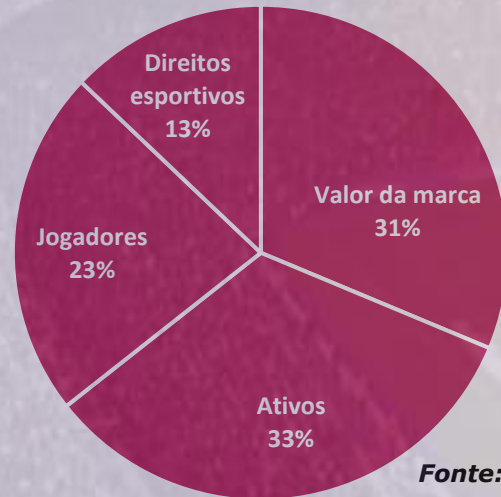
Clube tem baixo valor de ativos e pouco explora seu potencial no Brasil e especialmente no exterior. Marca é subaproveitada há décadas.

Fonte: Sports Value

Vasco da Gama caiu uma posição e agora é o décimo primeiro maior valor do futebol brasileiro com **R\$ 802 milhões**. Queda no valor foi de 16%.

Clube, por ter um estádio próprio pode desenvolver melhorias a fim de ampliar seu valor. Custos com futebol foram reduzidos para R\$ 100 milhões anuais. Altas dívidas e permanência na Série B dificultam a gestão do clube.

Valuation – Em %



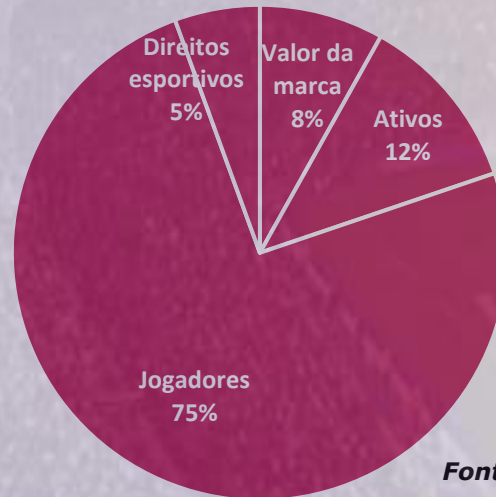
Fonte: Sports Value

Clube tem uma torcida gigante e em âmbito nacional, valor da marca poderia ser muito maior. São Januário gera pouco impacto nos ativos. Uma reforma pode alavancar o valuation do Vasco.

Red Bull Bragantino foi um dos que mais cresceu no estudo deste ano. Alta no valuation foi de 86%, saltou 5 posições e agora é o 12º time mais valioso do Brasil com valor de **R\$ 692 milhões**.

Alta valorização do elenco foi decisivo para esse resultado. Outro fator foi a geração de receitas com TV que elevaram o valor da marca. Custos com futebol já superam os R\$ 112 milhões anuais.

Valuation – Em %



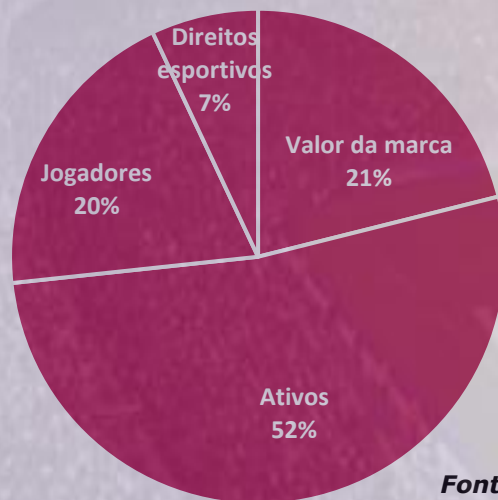
Empresa acabou de passar de 1M de seguidores nas redes sociais. Precisa expandir sua marca e ampliar receitas de marketing. Jogadores representam 75% do valuation.

Fonte: Sports Value

Cruzeiro caiu para a décima terceira posição e perdeu 24% de seu valor. Agora o clube está avaliado em **R\$ 635 milhões**.

Clube viu suas finanças afundarem e dívidas já chegam a R\$ 1 bilhão. Segue na Série B e orçamento está muito baixo. Valor do plantel também despencou.

Valuation – Em %

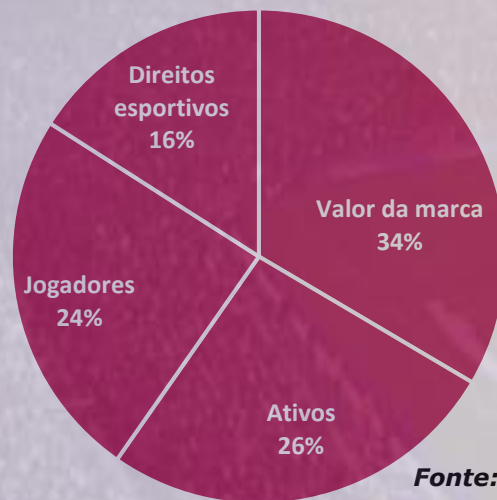


Clube perdeu valor mas tem agora um novo investidor e se transformou em SAF. Tem enorme torcida, cresce entre as mulheres e jovens em MG. Alto potencial de marketing.

Fonte: Sports Value

Botafogo é o décimo quarto clube mais valioso do Brasil, com valuation de **R\$ 511 milhões**, queda de 16%. Clube perdeu uma posição no ranking.

Rebaixamento impactou os números e a volta para a Série A vai impulsionar positivamente sua marca. Perdas com a pandemia também pesaram. Gastos com futebol estão em R\$ 121 milhões.

Valuation – Em %

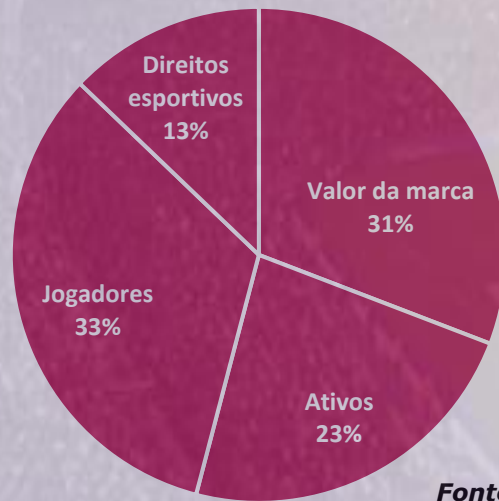
Fonte: Sports Value

Clube tem novo investidor e a possibilidade de fazer parte de uma holding global de futebol. Tem enorme potencial para crescer fora do RJ.

Bahia também caiu uma posição e agora é o décimo quinto mais valioso do Brasil, com valuation de **R\$ 459 milhões**. Queda foi de 17%.

Pandemia impactou em perdas de receitas de bilheteria. Por outro lado parte das perdas foram minimizadas com o faturamento com os sócios no digital. Custo com futebol está em R\$ 135 milhões.

Valuation – Em %



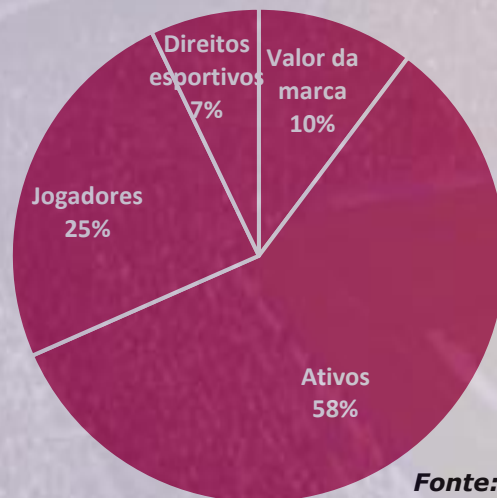
Clube tem enorme torcida na Bahia e em São Paulo, um grande potencial. Projeto de sócio digital provou ser importante força da marca. Rebaixamento vai exigir menores gastos.

Fonte: Sports Value

América-MG subiu três posições no ranking e viu o valuation subir 26%. Agora o clube mineiro tem valor de **R\$ 402 milhões**.

Clube tem ativos valiosos, como o Estádio Independência, o que faz dele um alto potencial para investidores. Dívida total está em R\$ 86 milhões e custos com futebol são de R\$ 33 milhões anuais.

Valuation – Em %



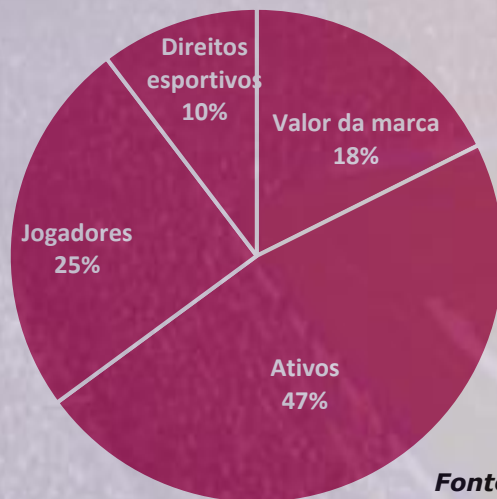
Fonte: Sports Value

Clube tem baixa rejeição e espaço para desenvolver receitas com novos públicos. Estádio pode ser muito mais lucrativo.

Coritiba caiu duas posições e agora é o décimo sétimo mais valioso do Brasil, com valuation de **R\$ 396 milhões**. Houve queda de 14%.

Clube sofre por seu ativos estarem subaproveitados, como o Estádio Couto Pereira e a pandemia aprofundou a debilidade financeira do clube. Tem potencial para crescer além da grande Curitiba. Custos com futebol estão em R\$ 68 milhões anuais.

Valuation – Em %



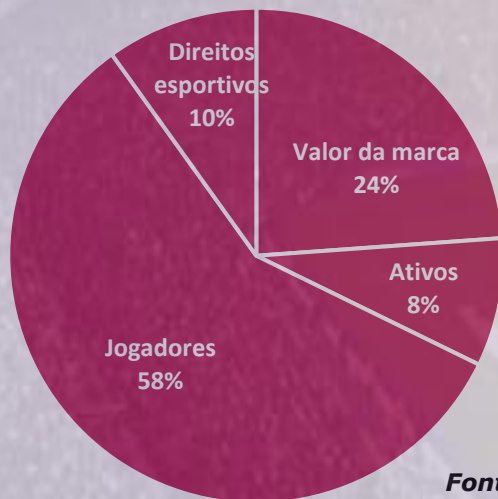
Receitas são baixas na comparação com o rival paranaense. Tem como crescer por estar em uma cidade / estado com alto potencial de consumo.

Fonte: Sports Value

Fortaleza apresentou enorme crescimento, 38% e saltou seis posições no ranking. Agora vale **R\$ 351 milhões**.

Crescimento foi impulsionado pela excelente gestão do clube, que viu sua marca evoluir, graças à exploração de receitas e também pela valorização do elenco. Custos com futebol estão em R\$ 60 milhões por ano.

Valuation – Em %



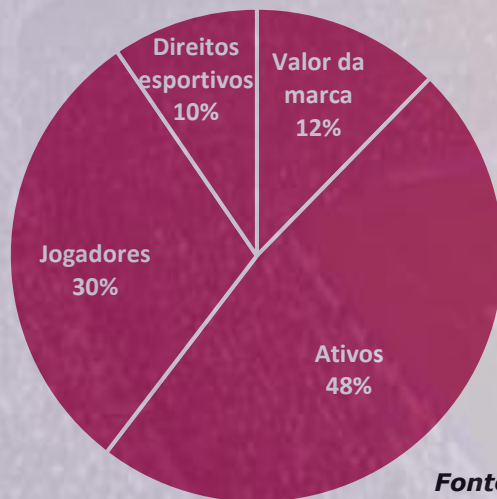
Clube apresenta gestão eficiente e alto potencial esportivo. É fortíssimo nas redes sociais, um *player* importante no mercado, graças a sua boa gestão.

Fonte: Sports Value

Sport caiu para o décimo nono posto do ranking de mais valioso do Brasil, com valuation de **R\$ 345 milhões**, queda de 16%.

Clube pernambucano tem ativos valiosos, mas pouco explora essa potencialidade. Marca poderia valer muito mais, pelo tamanho da torcida. Dívidas já passam dos R\$ 180 milhões. Custos com futebol estão em R\$ 40 milhões por ano.

Valuation – Em %



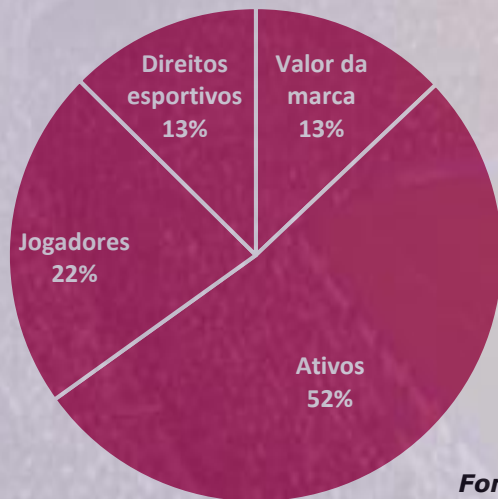
Clube tem sua força em seus ativos, graças ao estádio. Tem muita torcida e pouco explora toda sua potencialidade.

Fonte: Sports Value

Atlético-GO foi outro grande destaque neste ano, saltando nove posições no ranking. Agora é o vigésimo mais valioso do Brasil, com valor de **R\$ 340 milhões**. Cresceu 111%.

O principal motivo dessa alta foi a incorporação do estádio Antonio Accioly e o CT Urias Magalhães, valores que ultrapassam os R\$ 155 milhões. Custos com futebol estão em R\$ 48 milhões anuais.

Valuation – Em %



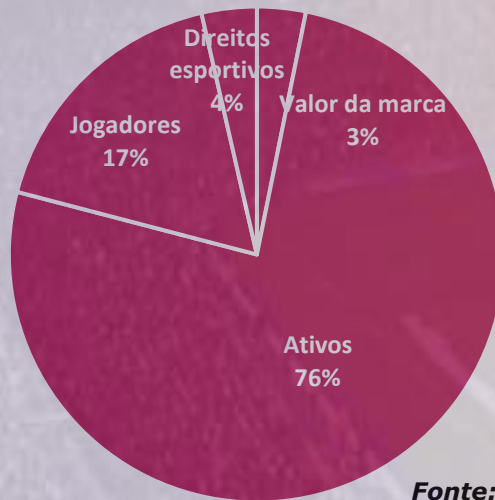
Clube melhorou seu valor de marca, com alta nas receitas de TV. Com a valorização de seus ativos é um grande força emergente do futebol brasileiro atual.

Fonte: Sports Value

Guarani apresenta evolução no ranking, muito em função da melhora da qualidade do balanço divulgado. Agora está avaliado em **R\$ 300 milhões**.

O clube tem um ativo muito valioso, que é seu estádio em uma cidade com alto valor imobiliário. Sua marca com potencial é pouco explorada. Custos com futebol estão em R\$ 17 milhões por ano.

Valuation – Em %

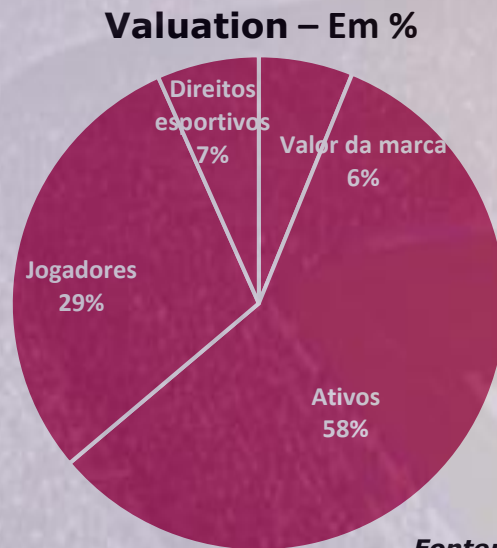


Clube tem dívidas que já passam dos R\$ 260 milhões. Receita total é de pouco mais de R\$ 16 milhões.

Fonte: Sports Value

Ponte Preta é o vigésimo segundo time mais valioso, com valuation de **R\$ 297 milhões**, melhora de 7%.

A força de seu valuation vem do estádio em Campinas, assim como do rival Guarani. Dívidas já passam de R\$ 171 milhões. Custos com futebol estão em R\$ 38 milhões anuais.



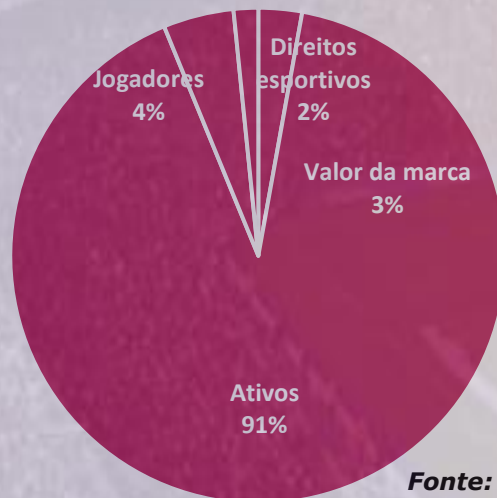
Clube tem baixas receitas e alto endividamento. Um estádio conjunto com o rival Guarani seria o melhor caminho.

Fonte: Sports Value

Santa Cruz é o vigésimo terceiro mais valioso do Brasil, com valor de R\$ 295 milhões.

A força da avaliação para o clube está em seu estádio do Arruda. Clube fatura muito pouco e marca esta subaproveitada. Dívidas já passam dos R\$ 216 milhões.

Valuation – Em %



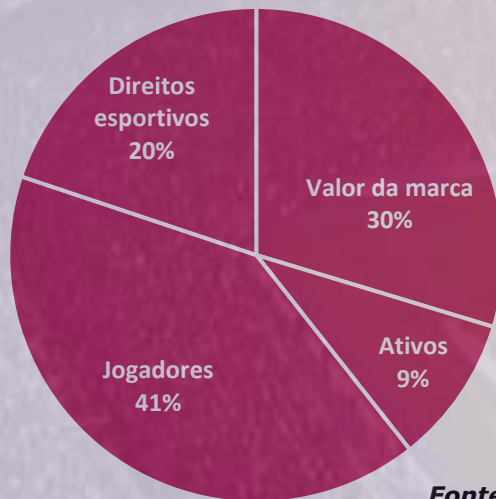
Fonte: Sports Value

Clube é uma das maiores torcidas do Nordeste, mas faturou apenas R\$ 14 milhões em 2020.

Ceará apresentou crescimento de 13%, ocupando o vigésimo quarto lugar. Agora vale **R\$ 292 milhões**.

Time cearense é um exemplo de boa gestão e controle orçamentário. Time fatura mais de R\$ 100 milhões por ano e tem dívidas de R\$ 27 milhões. Custos com futebol estão em R\$ 77 milhões por ano.

Valuation – Em %



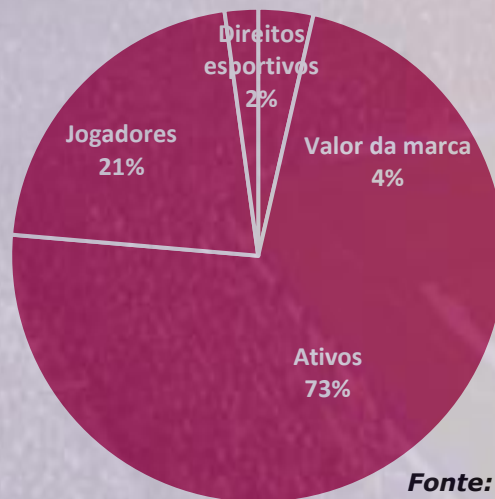
Clube vem crescendo em valor de marca, mas este ano sofreu com as perdas de bilheteria. Teve a valorização do plantel de jogadores. É muito forte nas redes sociais e sua torcida tem forte engajamento.

Fonte: Sports Value

Náutico é o vigésimo quinto mais valioso do Brasil, com valor de **R\$ 287 milhões**, melhora de 9%.

A força do clube no valuation é seu estádio. Por outro lado clube tem altas dívidas, que já passam de R\$ 158 milhões.

Valuation – Em %



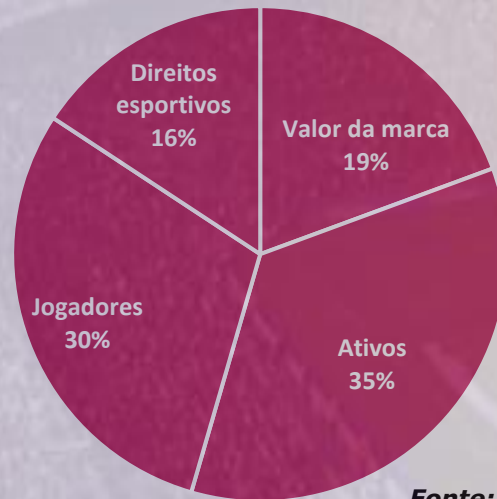
Náutico tem dificuldade para explorar novas receitas. Torcida do Náutico tem bom potencial de consumo.

Fonte: Sports Value

Goiás caiu oito posições e agora é o vigésimo sexto mais valioso do Brasil, com valuation de **R\$ 239 milhões**.

Clube caiu muito em receitas, o que acabou impactando no valor da sua marca. Tem sempre força em seus jogadores para compor o valor final. Dívidas estão em R\$ 61 milhões e custos com futebol em R\$ 59 milhões por ano.

Valuation – Em %



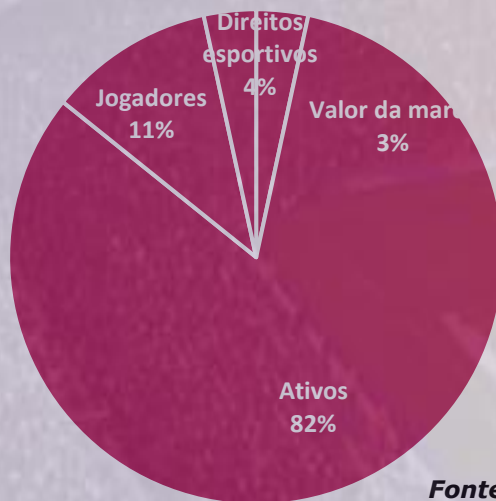
Clube perdeu receitas, mas tem excelente modelo de administração e bons ativos. Tem potencial para crescer.

Fonte: Sports Value

Paysandu melhorou três posições no ranking e agora é o vigésimo sétimo, com valor de **R\$ 162 milhões**.

É mais um clube com força em seus ativos imobilizados, embora tenha uma grande e fanática torcida, na região com mais interesse por futebol no Brasil. Dívidas estão em R\$ 27 milhões.

Valuation – Em %

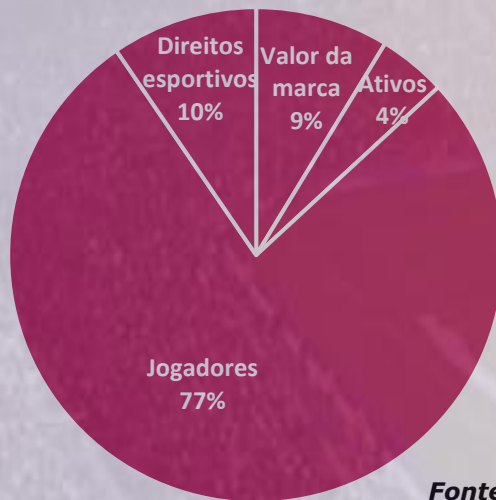


Receitas são muito baixas, mas tem enorme potencial. Região Norte do Brasil tem alto índice de engajamento por futebol. Acima da média nacional.

Fonte: Sports Value

Cuiabá é a grande novidade no estudo, vigésimo oitavo mais valioso com valuation de **R\$ 161 milhões**.

Empresa é mais uma força emergente do futebol, tem receitas de R\$ 22 milhões. Custos com futebol estão em R\$ 20 milhões por ano. A força de seu valuation está no valor do elenco. Mesmo com orçamento enxuto, se mantém na elite do futebol nacional.

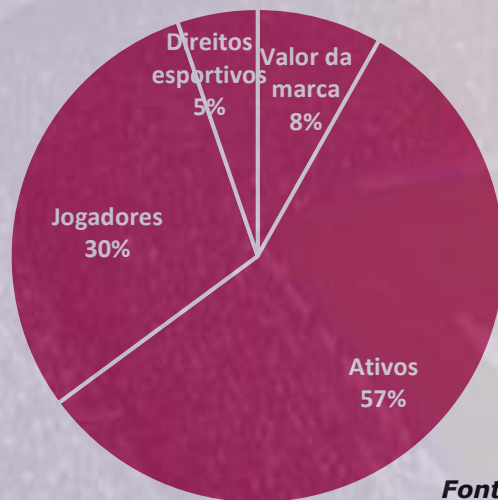
Valuation – Em %

Um novo modelo de clube regional, com forte apelo local e alto potencial de marketing com patrocinadores, estádio, mídia.

Fonte: Sports Value

Avaí é o vigésimo nono mais valioso do Brasil, com valor de **R\$ 159 milhões**. Clube catarinense perdeu quatro posições no ranking.

A volta para a Série B reduziu seu valor. A força do seu valuation está em seu estádio próprio em Florianópolis e os jogadores. Os custos com futebol estão em R\$ 33 milhões por ano.

Valuation – Em %

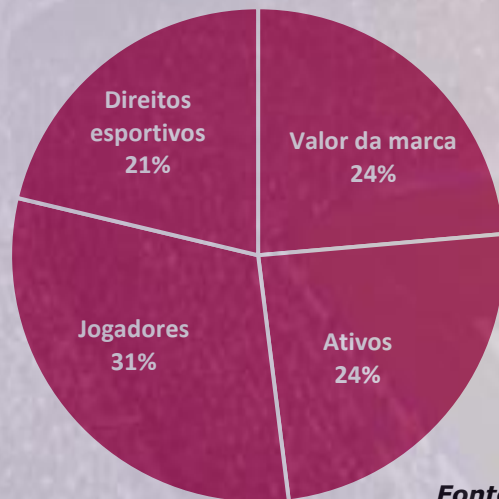
Clube tem baixas receitas oriundas da marca e depende muito do desempenho para crescer.

Fonte: Sports Value

Vitória caiu quatro posições e agora é o trigésimo mais valioso do Brasil, com valor de **R\$ 155 milhões**.

O clube sofre esportivamente e com debilidades financeiras. Perdeu competitividade nacional. Suas dívidas são altas e suas receitas muito baixas. Tem equilíbrio nos fatores que formam o valuation.

Valuation – Em %



Clube precisa voltar a crescer em receitas, e buscar ser novamente competitivo. Ficou bem para trás de seu rival regional.

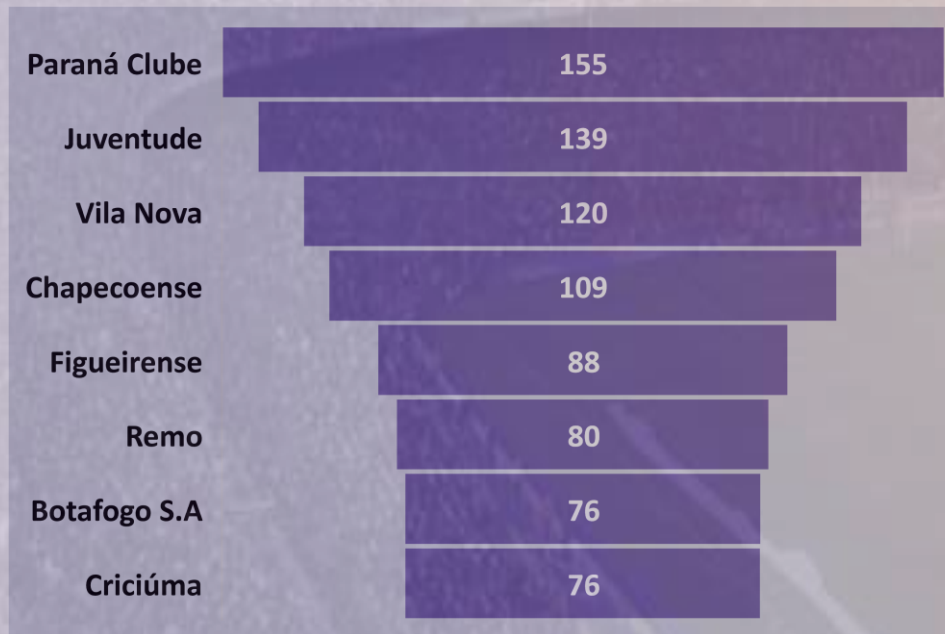
Fonte: Sports Value

Quem vem logo atrás...

Alguns clubes ficaram próximos dos TOP 30.

Podem surgir como novidades nas próximas edições do estudo.

Valuation – Em R\$ milhões

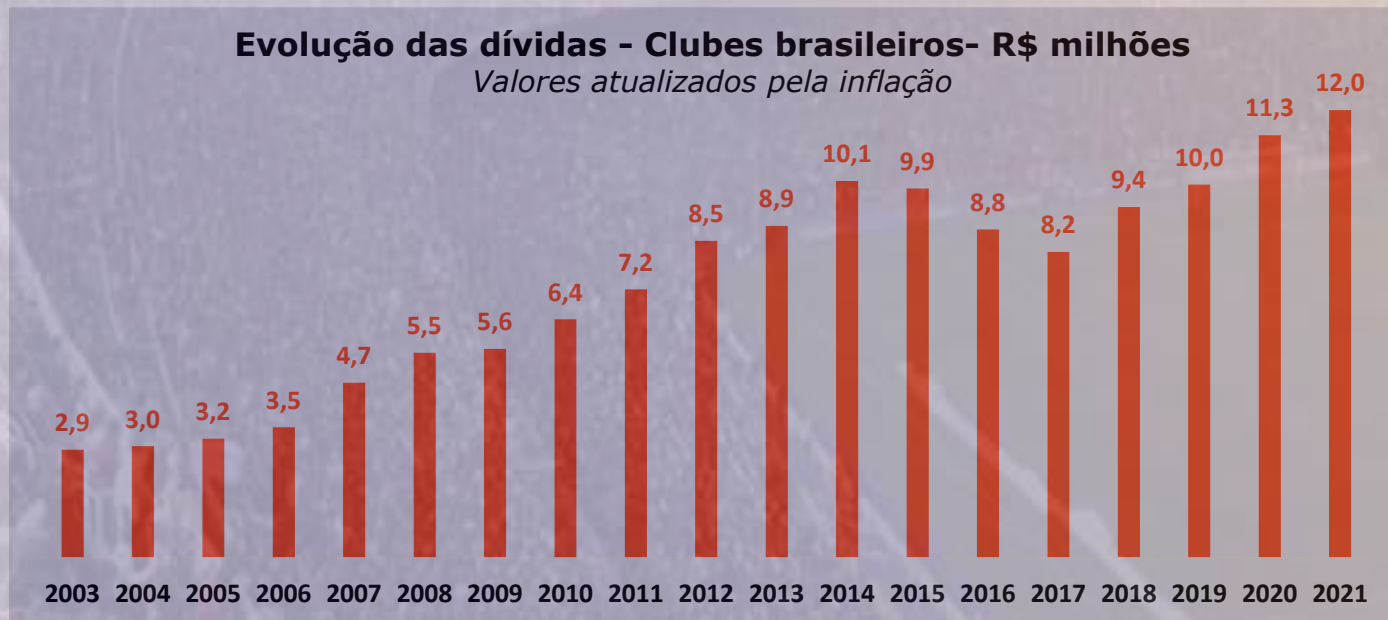


**VALUATION
AJUSTADO ÀS
DÍVIDAS
OPERACIONAIS**

Valuation ajustado às dívidas operacionais

Os clubes brasileiros têm dívidas gigantescas. Segundo análise da Sports Value as dívidas de todos os clubes brasileiros passaram de R\$ 12 bilhões. Já o faturamento consolidado do mercado não chegou a R\$ 6,6 bilhões.

Uma parte das dívidas dos clubes é de caráter fiscal, com o Governo Federal. Essas dívidas já somam mais de R\$ 3,3 bilhões e estão negociadas (ou deveriam estar) no PROFUT, plano de saneamento dos passivos fiscais dos clubes, criado em 2015.



Valuation ajustado às dívidas operacionais

Assim, foi feito um ajuste fazendo o **Valuation descontadas as dívidas operacionais de cada clube**. Não foram consideradas as dívidas fiscais. O valor considerado são as dívidas da operação das entidades.

O valuation dos clubes, descontado o valor de suas dívidas operacionais é fundamental para compreender a real situação de cada clube.

Valor Líquido- Valor ajustado às dívidas – Em R\$ milhões

| RK | Clubes | Valuation | Dívidas Operacionais | Valor Líquido |
|----|---------------------|-----------|----------------------|---------------|
| 1 | Flamengo | 2.692 | 461 | 2.231 |
| 2 | Palmeiras | 2.349 | 565 | 1.784 |
| 3 | Corinthians | 2.278 | 685 | 1.594 |
| 4 | Atlético-MG | 1.966 | 1.007 | 958 |
| 5 | Athletico-PR | 1.785 | 205 | 1.580 |
| 6 | Internacional | 1.718 | 744 | 973 |
| 7 | São Paulo | 1.716 | 568 | 1.148 |
| 8 | Grêmio | 1.500 | 336 | 1.165 |
| 9 | Fluminense | 1.088 | 531 | 557 |
| 10 | Santos | 967 | 444 | 522 |
| 11 | Vasco da Gama | 802 | 601 | 202 |
| 12 | Red Bull Bragantino | 692 | 158 | 534 |
| 13 | Cruzeiro | 635 | 819 | -184 |
| 14 | Botafogo | 511 | 671 | -160 |
| 15 | Bahia | 459 | 164 | 295 |

Valuation ajustado às dívidas operacionais

Valor Líquido- Valor ajustado às dívidas – Em R\$ milhões

| RK | Clubes | Valuation | Dívidas Operacionais | Valor Líquido |
|----|-------------|-----------|----------------------|---------------|
| 16 | América-MG | 402 | 50 | 353 |
| 17 | Coritiba | 396 | 269 | 127 |
| 18 | Fortaleza | 351 | 33 | 318 |
| 19 | Sport | 345 | 179 | 167 |
| 20 | Atlético-GO | 340 | 18 | 322 |
| 21 | Guarani | 300 | 190 | 110 |
| 22 | Ponte Preta | 297 | 180 | 117 |
| 23 | Santa Cruz | 295 | 150 | 145 |
| 24 | Ceará | 292 | 19 | 273 |
| 25 | Náutico | 287 | 115 | 172 |
| 26 | Goiás | 239 | 41 | 199 |
| 27 | Paysandu | 162 | 25 | 137 |
| 28 | Cuiabá | 161 | 11 | 150 |
| 29 | Avaí | 159 | 32 | 128 |
| 30 | Vitória | 155 | 124 | 31 |

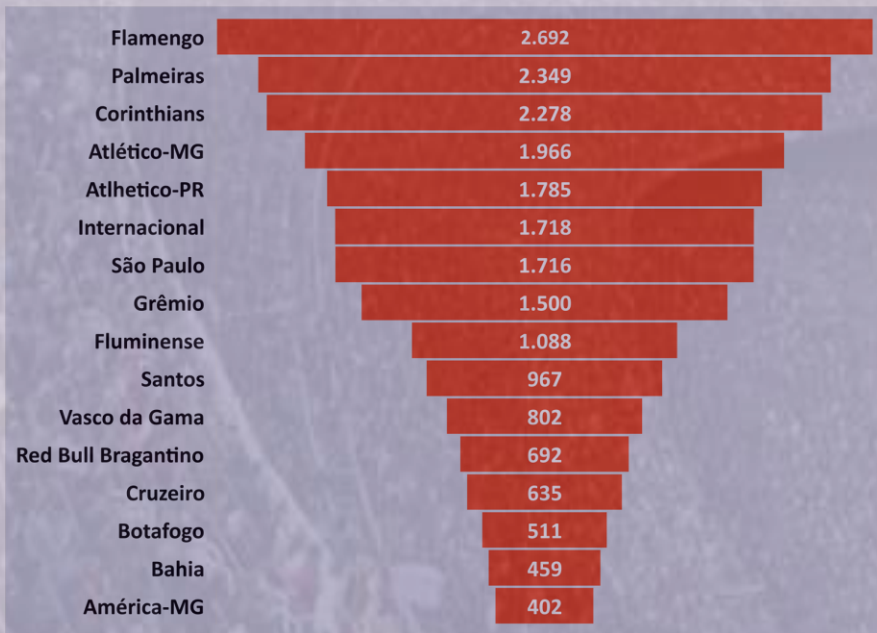
Fonte: Sports Value

Dívidas podem ser maiores, em função da falta de registro contábil nos balanços dos clubes.

Top 15 mais valiosos clubes – Valuation X Valor ajustado às dívidas operacionais

Em R\$ milhões

Valuation Total



Valor Líquido- Ajustado às dívidas



VALOR DA MARCA DOS CLUBES BRASILEIROS

METODOLOGIA

No mundo do futebol, o modelo mais utilizado por grandes consultorias europeias e também nos EUA para *Brand Valuation* são os múltiplos de receitas, que avaliam a marca, sem que a situação financeira do clube a inviabilize.

Spots Value criou uma metodologia própria, testada em clientes nacionais e internacionais avaliando as marcas dos clubes brasileiros.

Este relatório comprova que a má gestão, desequilíbrio orçamentário, acúmulo de dívidas e falta de transparência minimizam o valor das marcas dos times.

Cada clube tem uma realidade, de acordo com seus dados econômicos, mercado consumidor e publicitário, engajamento da torcida e força esportiva da marca.

As marcas do futebol brasileiro poderiam dobrar de tamanho, se criássemos uma liga profissional e os clubes adotassem modelos sólidos de gestão corporativa.

METODOLOGIA

Brand Valuation - Sports Value



Potencial do mercado consumidor

É analisada cada variável de potencial de consumo da marca. Índices econômicos como potencial de consumo, tamanho de torcida, distribuição geográfica, público nos jogos, audiências e engajamento no digital.



Potencial esportivo

Quanto mais o clube investir no futebol, maior a chance da marca se valorizar. Análise de quanto investe em jogadores e departamento de futebol. Time principal, categorias de base, contratações, salários jogadores e comissão técnica.



Receitas oriundas das marca

É o aproveitamento real das receitas oriundas da marca. Quanto cada clube conseguiu criar de receitas concretas, graças à força da marca. Patrocínios, licenciamento, estádio, sócios e TV.



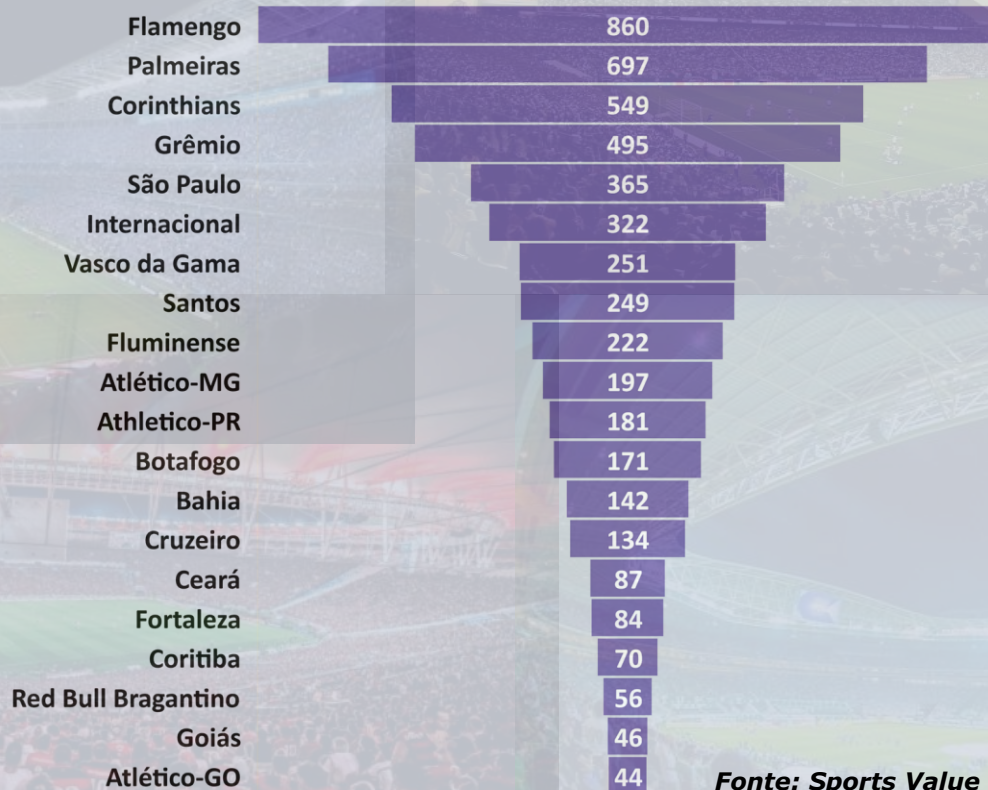
Marcas mais valiosas do futebol brasileiro

Aspectos considerados na avaliação



Marcas mais valiosas dos clubes -Brasil- 2021

Brand Valuation- R\$ milhões



Fonte: Sports Value

Marcas mais valiosas do futebol brasileiro

Avaliação das marcas dos clubes 2021 – Brand Valuation- R\$ milhões

| RK 2021 | RK 2020 | Clubes | Valor Marca 2021 | Valor Marca 2020 | Variação |
|---------|---------|---------------------|------------------|------------------|----------|
| 1 | 1 | Flamengo | 860 | 1.162 | -26% |
| 2 | 2 | Palmeiras | 697 | 898 | -22% |
| 3 | 3 | Corinthians | 549 | 680 | -19% |
| 4 | 5 | Grêmio | 495 | 498 | -1% |
| 5 | 6 | São Paulo | 365 | 478 | -24% |
| 6 | 4 | Internacional | 322 | 513 | -37% |
| 7 | 9 | Vasco da Gama | 251 | 303 | -17% |
| 8 | 10 | Santos | 249 | 272 | -9% |
| 9 | 12 | Fluminense | 222 | 228 | -3% |
| 10 | 7 | Atlético-MG | 197 | 359 | -45% |
| 11 | 8 | Athletico-PR | 181 | 312 | -42% |
| 12 | 14 | Botafogo | 171 | 181 | -5% |
| 13 | 13 | Bahia | 142 | 184 | -23% |
| 14 | 11 | Cruzeiro | 134 | 263 | -49% |
| 15 | 20 | Ceará | 87 | 77 | 13% |
| 16 | 18 | Fortaleza | 84 | 81 | 3% |
| 17 | 15 | Coritiba | 70 | 100 | -30% |
| 18 | 27 | Red Bull Bragantino | 56 | 14 | 288% |
| 19 | 16 | Goiás | 46 | 92 | -50% |
| 20 | 29 | Atlético-GO | 44 | 10 | 354% |
| 21 | 19 | Sport | 43 | 80 | -47% |
| 22 | 22 | América-MG | 41 | 44 | -6% |
| 23 | 17 | Vitória | 37 | 86 | -57% |
| 24 | 25 | Ponte Preta | 18 | 23 | -22% |
| 25 | 33 | Cuiabá | 14 | 12 | 17% |
| 26 | 23 | Avai | 13 | 29 | -54% |
| 27 | 28 | Náutico | 10 | 13 | -18% |
| 28 | 30 | Guarani | 10 | 12 | -20% |
| 29 | 24 | Santa Cruz | 8 | 27 | -68% |
| 30 | 26 | Paysandu | 5 | 16 | -66% |

É possível verificar a variação percentual e as mudanças de posição no ranking, de um ano para outro.

Marcas mais valiosas do futebol brasileiro

Avaliação das marcas dos clubes 2021 – Brand Valuation- R\$ milhões

| RK 2021 | Clubes | Valor Marca |
|------------|---------------|-------------|
| 1 | Flamengo | 860 |
| 2 | Palmeiras | 697 |
| 3 | Corinthians | 549 |
| 4 | Grêmio | 495 |
| 5 | São Paulo | 365 |
| 6 | Internacional | 322 |
| 7 | Vasco da Gama | 251 |
| 8 | Santos | 249 |
| 9 | Fluminense | 222 |
| 10 | Atlético-MG | 197 |
| 11 | Athletico-PR | 181 |
| 12 | Botafogo | 171 |
| 13 | Bahia | 142 |
| 14 | Cruzeiro | 134 |
| 15 | Ceará | 87 |

| RK 2021 | Clubes | Valor Marca |
|------------|---------------------|-------------|
| 16 | Fortaleza | 84 |
| 17 | Coritiba | 70 |
| 18 | Red Bull Bragantino | 56 |
| 19 | Goiás | 46 |
| 20 | Atlético-GO | 44 |
| 21 | Sport | 43 |
| 22 | América-MG | 41 |
| 23 | Vitória | 37 |
| 24 | Ponte Preta | 18 |
| 25 | Cuiabá | 14 |
| 26 | Avaí | 13 |
| 27 | Náutico | 10 |
| 28 | Guarani | 10 |
| 29 | Santa Cruz | 8 |
| 30 | Paysandu | 5 |

**Marcas dos
clubes**

=

R\$ 5,5 bi

ou

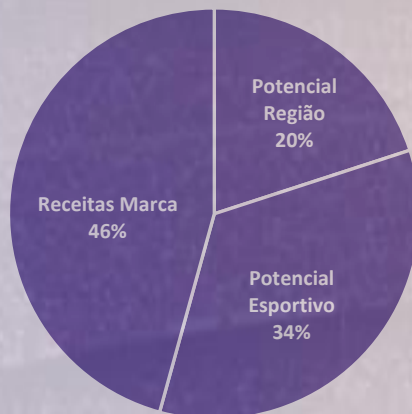
US\$ 1 bi

-22% em R\$

-40% em US\$

Valor da marca

1º Flamengo – R\$ 860 milhões



Total de Seguidores
+42M

Interações médias mês
+ 77 M

Interações ano
+930 M

2º Palmeiras – R\$ 697 milhões



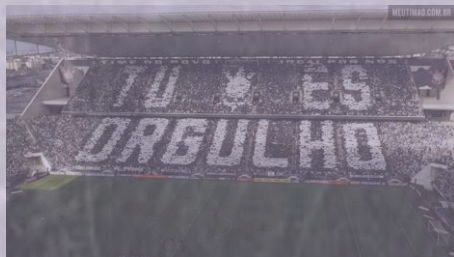
Total de Seguidores
+14M

Interações médias mês
+20 M

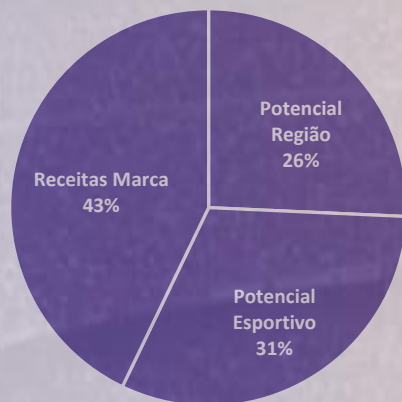
Interações ano
+ 240 M

Fonte: Sports Value

Valor da marca



3º Corinthians – R\$ 549 milhões



Total de Seguidores
+26 M

Interações médias mês
+28 M

Interações ano
+340 M

4º Grêmio – R\$ 495 milhões



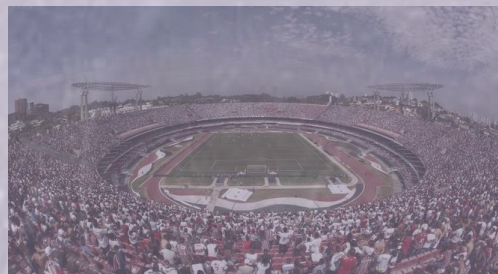
Total de Seguidores
+ 9 M

Interações médias mês
+3,7 M

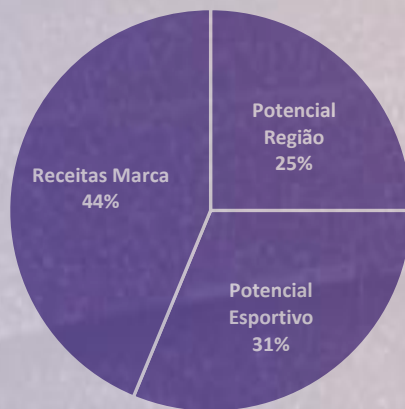
Interações ano
+45 M

Fonte: Sports Value

Valor da marca



5º São Paulo – R\$ 365 milhões



Total de Seguidores
+16 M

Interações médias mês
+29 M

Interações ano
+350 M

6º Internacional R\$ 322 milhões



Total de Seguidores
+6 M

Interações médias mês
+7 M

Interações ano
+85 M

Fonte: Sports Value

Valor da marca

7º Vasco da Gama – R\$ 251 milhões



Total de Seguidores
+8 M

Interações médias mês
+ 11,6 M

Interações ano
+140 M

8º Santos – R\$ 249 milhões



Total de Seguidores
+9 M

Interações médias mês
+ 14 M

Interações ano
+170 M

Fonte: Sports Value

Valor da marca

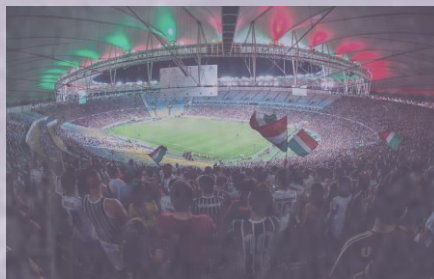
9º Fluminense – R\$ 222 milhões



Total de Seguidores
+ 4 M

Interações médias mês
+5,8 M

Interações ano
+70 M



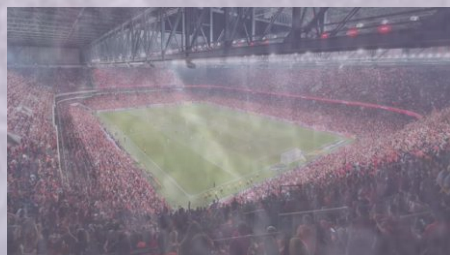
10º Atlético-MG – R\$ 197 milhões



Total de Seguidores
+8 M

Interações médias mês
+15,8 M

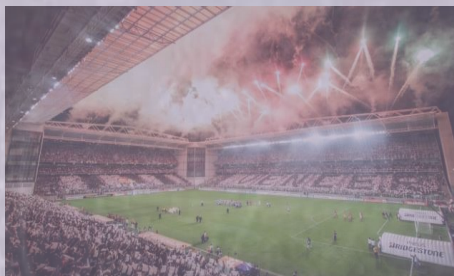
Interações ano
+190 M



Fonte: Sports Value

Valor da marca

11º Athletico-PR - R\$ 181 milhões

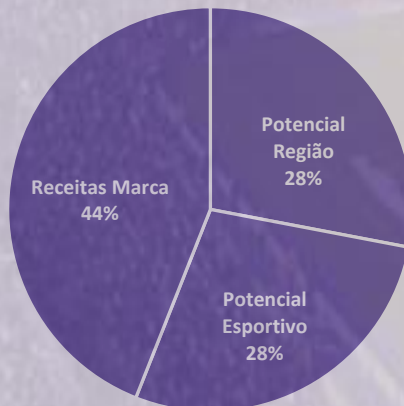


Total de Seguidores
+ 3 M

Interações médias mês
+2,5 M

Interações ano
+31 M

12º Botafogo - R\$ 171 milhões



Total de Seguidores
+3 M

Interações médias mês
+4,7 M

Interações ano
+57 M

Fonte: Sports Value

Valor da marca

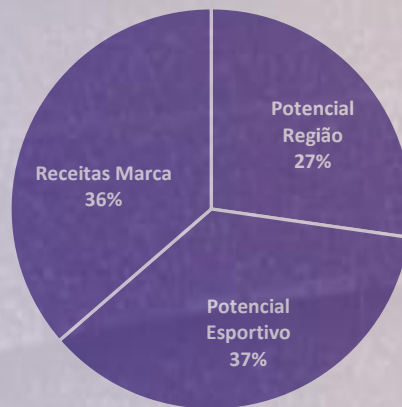
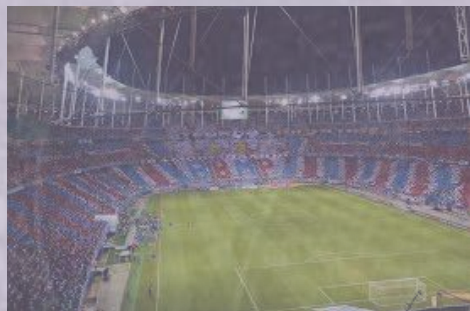
13º Bahia – R\$ 142 milhões



Total de Seguidores
+3 M

Interações médias mês
5,6 M

Interações ano
+34 M



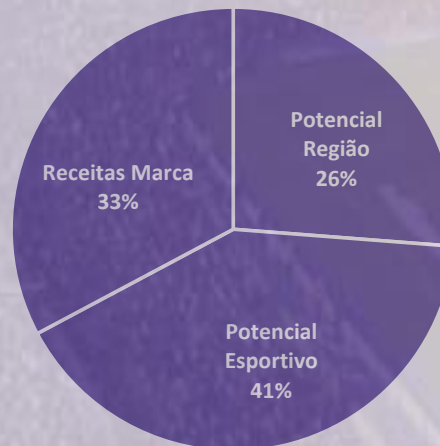
14º Cruzeiro – R\$ 134 milhões



Total de Seguidores
+7 M

Interações médias mês
+6 M

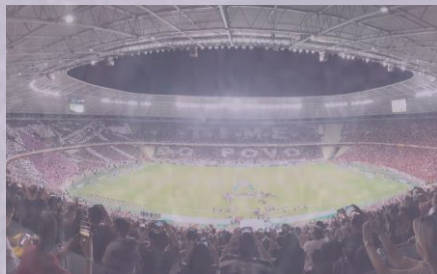
Interações ano
+72 M



Fonte: Sports Value

Valor da marca

15º Ceará – R\$ 87 milhões

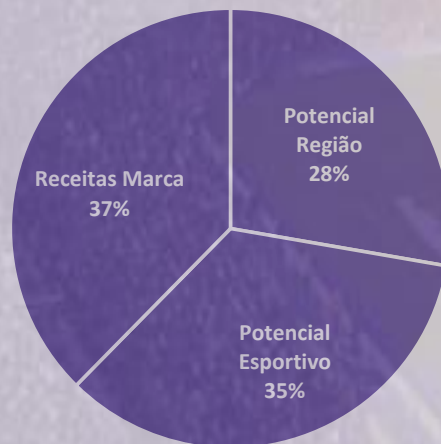
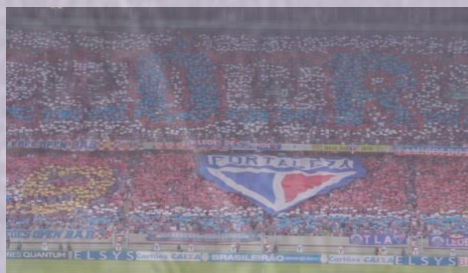


Total de Seguidores
+ 2 M

Interações médias mês
+ 3,1 M

Interações ano
+38 M

16º Fortaleza – R\$ 84 milhões



Total de Seguidores
+ 2 M

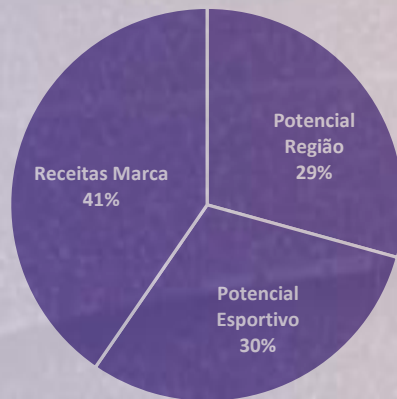
Interações médias mês
+4 M

Interações ano
+48 M

Fonte: Sports Value

Valor da marca

17º–Coritiba R\$ 70 milhões



Total de Seguidores
+1,6 M

Interações médias mês
+910 K

Interações ano
+11 M

18º Red Bull Bragantino – R\$ 56 milhões



Total de Seguidores
+1 M

Interações médias mês
+600 K

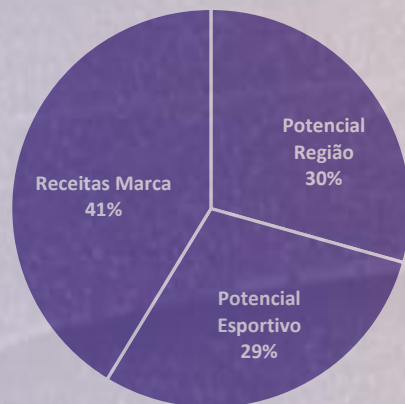
Interações ano
+7 M

Fonte: Sports Value

Valor da marca



19º Goiás – R\$ 46 milhões

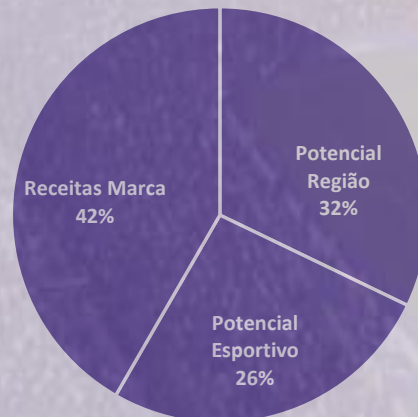


Total de Seguidores
+ 1,3 M

Interações médias mês
+400 K

Interações ano
+4,9 M

20º Atlético-GO- R\$ 44 milhões



Total de Seguidores
+ 300 K

Interações médias mês
+290 K

Interações ano
+3,4 M

Fonte: Sports Value

SAF
MARCO LEGAL DO
FUTEBOL BRASILEIRO



SOCIEDADE ANÔNIMA DO FUTEBOL

Sports Value vem trabalhando no Brasil e exterior em projetos com clubes empresa.

Estudamos todos os modelos mundiais, a fim de oferecer aos nossos clientes os melhores modelos e benchmarks possíveis.

Brasil, depois de décadas de atraso, aprovou uma nova lei que pode ser considerado o marco legal do futebol brasileiro.

Depois de Lei Zico, Lei Pelé, Lei de Moralização, Timemania, PROFUT, somente agora criamos a possibilidade real de atrair investimento e melhorar a gestão dos clubes.

A Sociedade Anônima do Futebol (SAF) não é a solução, mas o caminho para construirmos um mercado de futebol no Brasil, fundamentado em boas práticas de gestão empresarial.

Profissionalismo em todas as decisões.

Credibilidade / Transparência.

Atração de investimento.

Vetor de desenvolvimento econômico e social da região.

Inovação tecnológica e transformação digital.

Mais títulos e melhor desempenho.

Engajamento da torcida.

Atração de mais patrocinadores.

Apoio do setor público.



Gestão empresarial do futebol

Gestão das Ligas da Europa- 100% profissional



100%
empresas



100%
empresas



100%
empresas



Quase todos os
times são
empresas

Exceções



Modelos empresariais atraem investimento.

Times bem geridos apresentam resultados financeiros para seus investidores.

Gestão eficiente e controle orçamentário permitem rentabilidade.

Mercado de transferências impulsiona lucros.

Dividendos podem crescer com bom desempenho em campo.

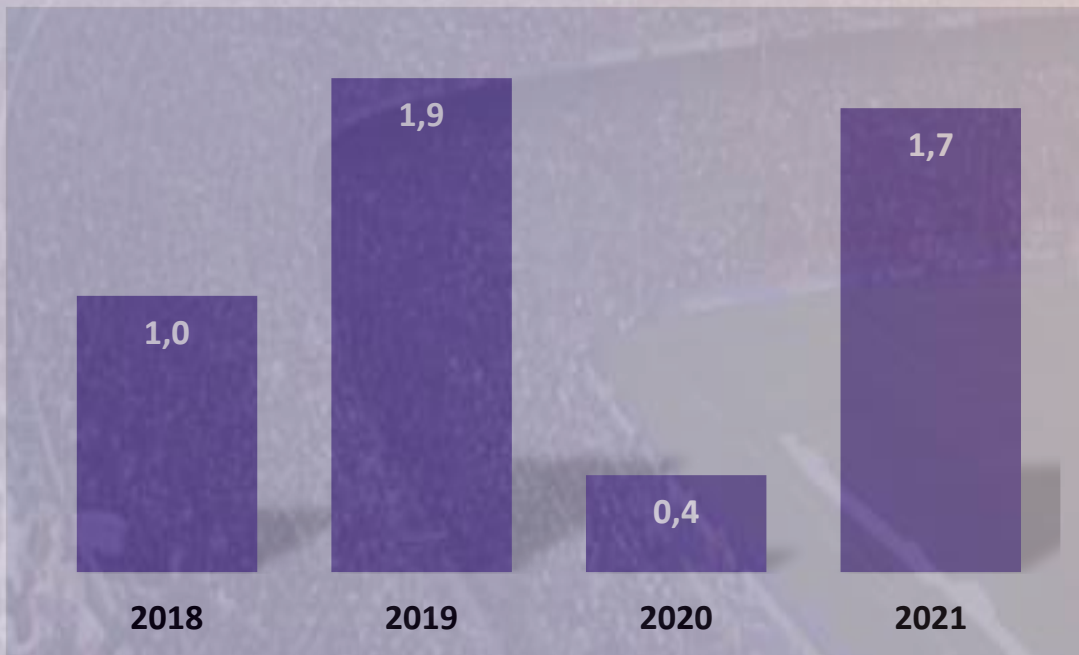
Gestão corporativa, potente storytelling, ídolos e expansão global do mercado consumidor são os caminhos.

Operação pode impactar em outros negócios dos investidores do time.

Fusões e aquisições no futebol

Segundo dados da Big Data Sports da Argentina, o mercado de Fusões e Aquisições (M&A) no futebol atingiu US\$ 5 bi nos últimos 4 anos.

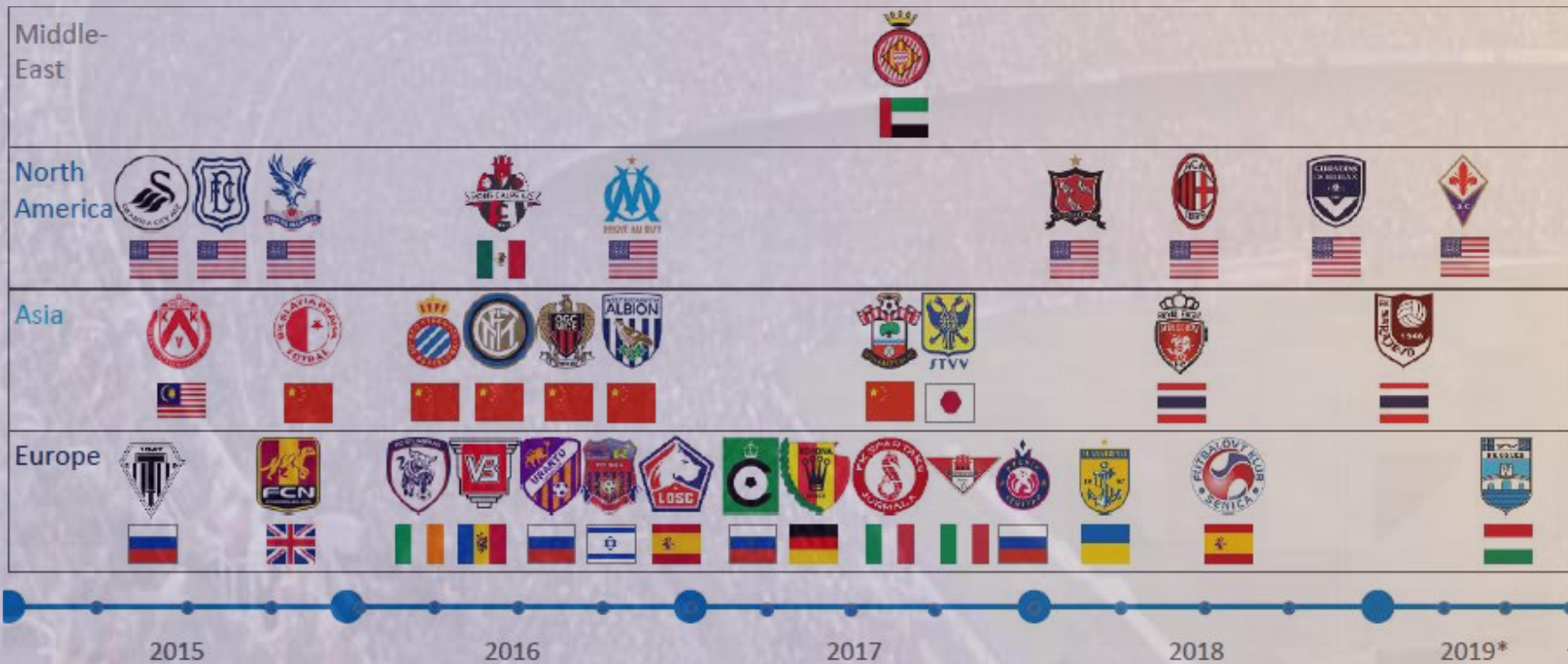
M&A no futebol mundial – US\$ bilhões



**Volume
concentrado
na Europa**

Fusões e aquisições no futebol

Movimento de compra de times foi intenso na Europa nos últimos anos. E segue aquecido.



| Rank | Owner | Football club (s) | Est. net worth (2019) |
|------|--|---|-----------------------|
| 1 | Sheikh Mansour | Manchester City, Melbourne City, New York City | \$20bn |
| 2 | Dietrich Mateschitz | Red Bull Salzburg, New York Red Bulls, RB Leipzig | \$19.4bn |
| 3 | Andrea Agnelli (and family) | Juventus | \$13.5bn |
| 4 | Dietmar Hopp | Hoffenheim | \$13bn |
| 5 | Roman Abramovic | Chelsea | \$12.4bn |
| 6 | Philip Anschutz | LA Galaxy | \$10bn |
| 7 | Stan Kroenke | Arsenal, Colorado Rapids | \$8.7bn |
| 8 | Nasser Al-Khelaifi | Paris Saint-Germain | \$8bn |
| 9 | Zhang Jindong | Inter | \$7.6bn |
| =10 | Robert Kraft | New England Revolution | \$6bn |
| =10 | Aiyawatt Srivaddhanaprabha (and family) | Leicester City, OH Leuven | \$6bn |

PL CLUBS WITH
RICHEST OWNERS



| | | |
|----|---|-------|
| 1 |  NEWCASTLE | £260B |
| 2 |  MAN CITY | £23B |
| 3 |  CHELSEA | £10B |
| 4 |  ARSENAL | £7B |
| 5 |  WOLVES | £5B |
| 6 |  ASTON VILLA | £5B |
| 7 |  LEICESTER | £5B |
| 8 |  TOTTENHAM | £4B |
| 9 |  MAN UNITED | £4B |
| 10 |  SOUTHAMPTON | £3B |

Valorização dos ativos



Pagou

US\$ 90 M

33x

Valuation

US\$ 3 B



US\$ 250 M

20x

US\$ 5 B



US\$ 110 M

23x

US\$ 2,5 B



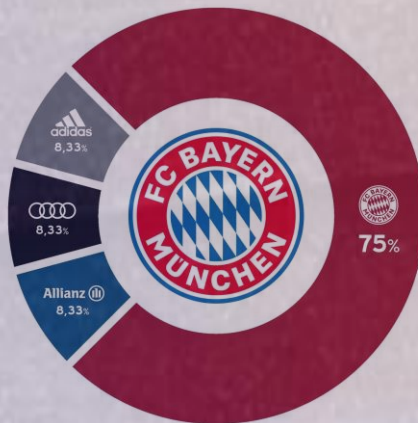
US\$ 25 M

20x

US\$ 500 M

Modelo alemão, único no mundo

Modelo alemão 50%+1



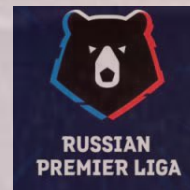
Lucros de 150 milhões de euros em 6 anos

| Financial year | 2009/10 | 2010/11 | 2011/12 | 2012/13 | 2013/14 | 2014/15 | 2015/16 | 2016/17 | 2017/18 | 2018/19 |
|--|--------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------------|
| Turnover in millions of EUR | 312.0 | 290.9 | 332.2 | 393.9 | 480.0 | 485.6 | 587.7 | 603.1 | 624.3 | 715.8 |
| EBITDA result in millions of EUR | 61.2 | 41.4 | 69.3 | 67.4 | 83.3 | 85.1 | 110.9 | 122.0 | 110.1 | 114.7 |
| PROFIT (after tax) in millions of EUR | 2.9 | 1.3 | 11.1 | 14.0 | 16.4 | 15.1 | 20.6 | 33.2 | 22.0 | 42.7 |



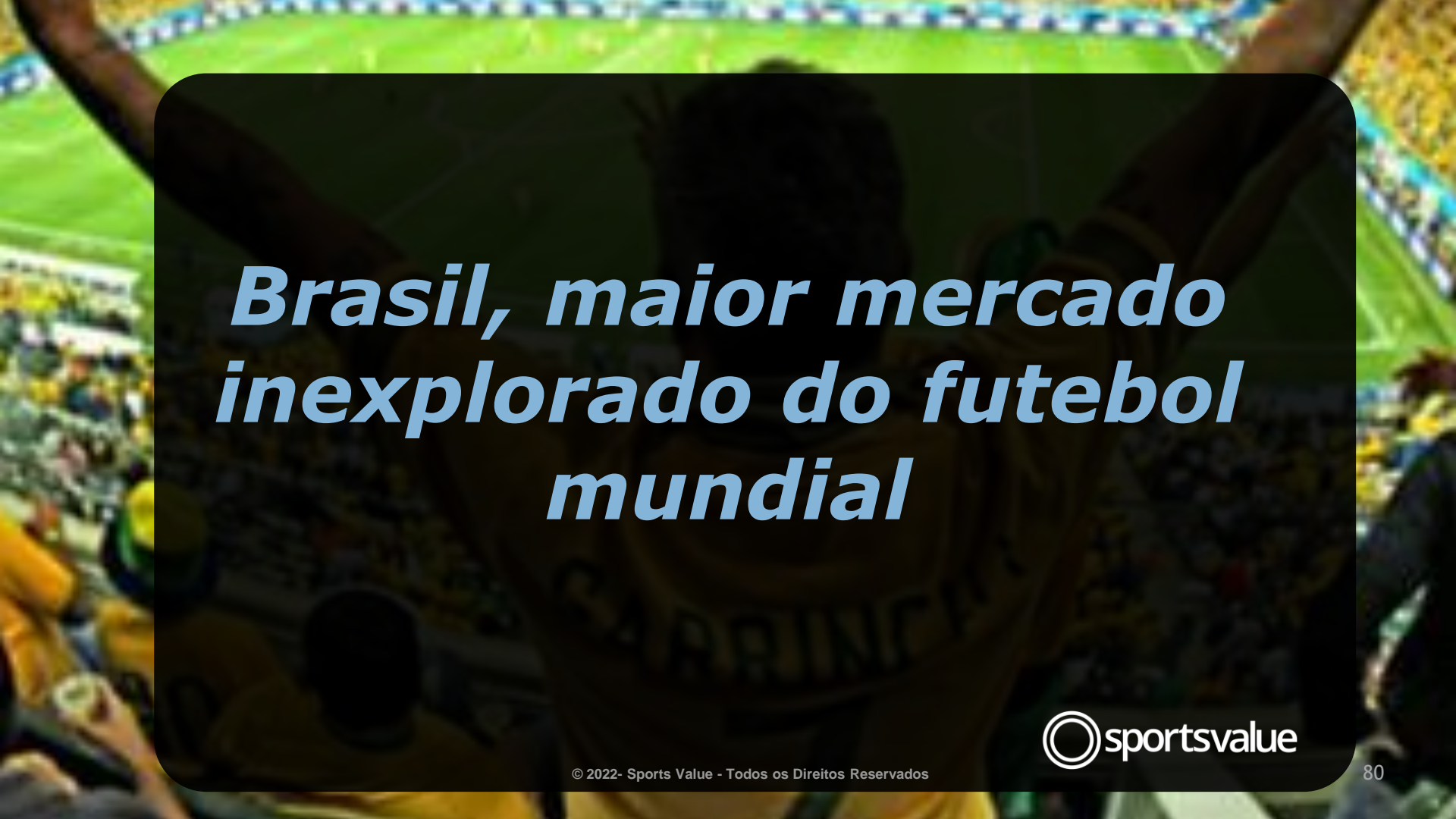


SüperLig



Desafios

- **Qualidade do jogo.**
- **Audiência global.**
- **Segurança jurídica.(EUA benchmark).**
- **Consumo dos torcedores com futebol.**

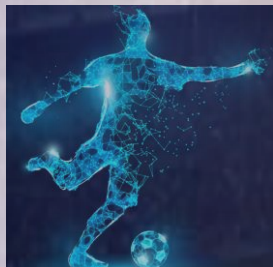


***Brasil, maior mercado
inexplorado do futebol
mundial***

Brasil tem enorme potencial:

Patrocínios data driven

Patrocínios do clubes movimentam apenas US\$ 110 milhões por ano. Podem triplicar de tamanho, se o foco for *sportentertainment e data driven*.



Ativos digitais

Segundo análise da Sports Value clubes brasileiros podem gerar mais de US\$ 150 milhões por ano em redes sociais, tokens, NFT's e ilimitadas oportunidades no Metaverso.

Brasil tem enorme potencial:

Smart connected stadiums

Pandemia acelerou processos, conceito de Smart Stadium, rentabilizando o público in loco e desenvolvendo novas receitas online são um caminho sem volta.



OTT

Foco deve ser análise de dados e campanhas mais assertivas para os anunciantes. Visibilidade dá lugar ao data driven.

Brasil tem enorme potencial:

Monetização de conteúdo exclusivo

Clubes precisam parar de postar em redes sociais e construir um negócio digital em torno do seu conteúdo. Dia do jogo, conteúdos exclusivos, contratações e resenhas têm alto valor.



Clubes como marketplace

Clubes ainda estão muito focados em vender camisas, produtos licenciados. Devem focar em se relacionar com milhões de fãs de todos os perfis e vender o que o torcedor quiser. Atuar como uma Disney na produção de conteúdo e Amazon /Magalu na oferta de produtos variados para sua audiência.

Brasil tem enorme potencial:

ESG

Clubes investem pouco em projetos de sustentabilidade e ações com alto impacto com a comunidade. Modelo atual terá que mudar, valores ligados ao meio ambiente são cada vez mais fundamentais para todos os stakeholders.

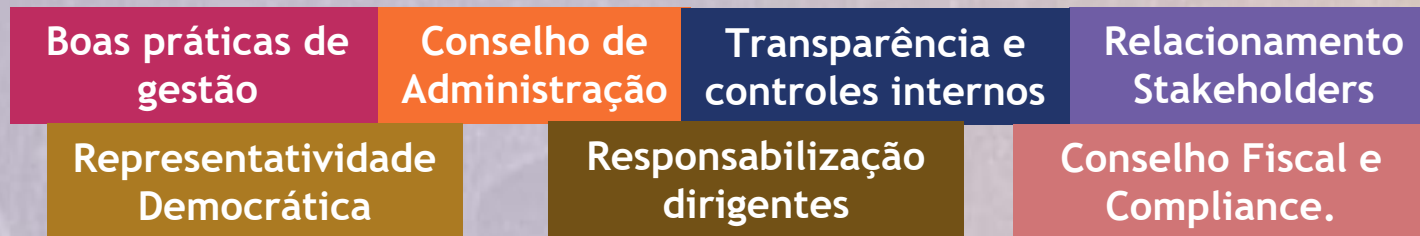


Mulheres e o esporte

Prática esportiva e interesse de mulheres por esporte é fundamental. Indústria do Esporte depende disso para evoluir. Futebol feminino tem vivenciado amplo crescimento e necessita de mais espaço e mais apoio.

Aspectos fundamentais da Gestão e Governança no futebol, para a Sports Value.

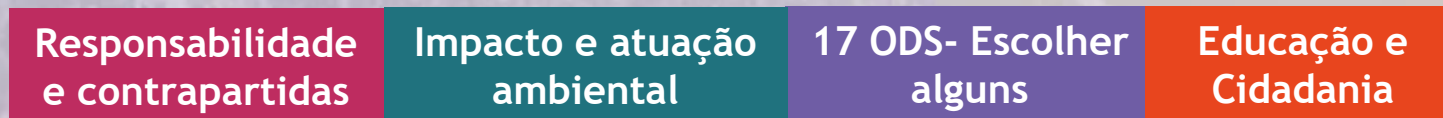
Gestão e Governança



Integridade do Jogo



Social e Ambiental



CONCLUSÕES

Pela análise da Sports Value o valuation dos Top 30 clubes de **R\$ 25,3 bilhões** é muito baixo, pelo potencial do futebol brasileiro.

Os ativos ainda têm baixo valor, os times vendem jogadores sempre muitos jovens e não constroem uma indústria de consumo de futebol, em torno de suas marcas.

A NFL, liga mais valiosa do mundo vale, segundo a Forbes US\$ 74 bilhões, e seu time mais valioso *Dallas Cowboys*, US\$ 6,3 bilhões. *Muito mais que todo o futebol brasileiro somado*. A MLB vale outros US\$ 39 bilhões e a NBA US\$ 37 bilhões.

O Real Madrid, segundo a KPMG vale no pós pandemia US\$ 3,5 bilhões, enquanto que o Flamengo, de acordo com a Sports Value apenas US\$ 500 milhões.

Nossos clubes somados valem apenas US\$ 4,5 bi. Sem dúvida reflexo de administrações muito ineficientes. Temos nesse momento a chance de qualificar a gestão dos clubes do Brasil.

DISCLAIMER

O estudo de avaliação econômica (Valuation) dos clubes brasileiros foi produzido com dados públicos dos clubes, economia, marketing, pesquisas com torcedor e extensa base de dados da Sports Value.

O documento tem como único objetivo fornecer informações e não constitui ou deve ser interpretado como uma oferta ou solicitação de compra ou venda de qualquer produto ou serviço.

Os números apresentados na avaliação representam o momento em que foi feito, e jamais e em tempo algum pode ser usado para simular resultados futuros com base em informações passadas, sem qualquer garantia de que os resultados simulados serão obtidos ao longo do tempo.

O material está coberto por direitos autorais e intelectuais e é de propriedade da empresa Sports Value.

SERVIÇOS SPORTS VALUE



Marketing Esportivo

O esporte oferece uma plataforma única de valorização de marcas, engajamento e fidelidade do consumidor e ampliação efetiva de vendas.



Patrocínios e Ativações

O patrocínio esportivo e suas ações complementares de ativação são comprovadamente a melhor ferramenta de marketing para os dias atuais.



Relatórios de Tendências

O mundo em constante transformação exige de empresas, agências, clubes e federações que suas decisões sejam pautadas em antecipação de tendências e rumos do mundo atual.



Consultoria para Startups

O ecossistema de startups no mundo representa US\$ 1 trilhão atualmente. No esporte já ultrapassa os US\$ 9 bilhões e deve triplicar nos próximos cinco anos.



Branding no Esporte

No mundo atual, em constante transformação e com cada vez mais exigência do consumidor, o branding, ou gestão da marca torna-se ainda mais essencial.



Avaliação de Marcas

A avaliação de marcas é uma ferramenta fundamental no mundo dos negócios. As marcas são ativos em constante evolução e devem estar no centro de toda gestão.



Valuation de propriedades esportivas

A Sports Value é a primeira empresa do mercado brasileiro que avalia ativos esportivos, com uma metodologia própria e premissas extremamente consistentes.



Relações Internacionais

O mundo em rápida evolução exige que os projetos de marketing esportivo tenham um caráter global atualmente.

OBRIGADO!



Amir Somoggi

+55 11 99749 2233

amir.somoggi@sportsvalue.com.br