



**Baixas receitas de marketing dos clubes do Brasil X  
Ligas do futebol mundial em 2021**

*Análise inédita avalia o potencial mercadológico do futebol do Brasil.*



## Metodologia

A avaliação da Sports Value tem como principal objetivo analisar as receitas de marketing dos clubes brasileiros, frente aos mercados internacionais.

As receitas de marketing incluem patrocínios e licenciamento de marca. No Brasil foram considerados os TOP 20 times em receitas.

Os dados das receitas das Ligas e times foram extraídos dos balanços publicados, annual reports e estudos de empresas como Deloitte e Forbes.

Foram analisadas as receitas de marketing geradas pelas Ligas, que representam os times de cada competição de primeira divisão.

Foram incluídas nas análises informações como PIB e tamanho do mercado publicitário. Para os times foram incluídos dados de performance em redes sociais.





## Principais conclusões

**Brasil é o 7º maior PIB entre os países das ligas de futebol do mundo.**



**O 5º mais importante mercado publicitário global.**

**Mas apenas o 14º em receitas de marketing das ligas.**

**Clubes brasileiros faturam pouco com marketing.**



### Ligas

#### Índice receitas marketing / Mercado publicitário

**Espanha e Portugal lideram o índice com 16% e 14% do faturamento de marketing, em relação ao tamanho do mercado publicitário, respectivamente.**



**Brasil aparece em penúltimo lugar, com apenas 1%.**



**Clubes brasileiros estão atrás de mercados infinitamente menores.**

# Dados utilizados

Em US\$ milhões

RK	Ligas de Futebol	Receitas de Marketing	PIB do país	Mercado publicitário	Receitas MKT / Mercado publicitário
1	Premier League-ING	1.989	3.108.000	38.280	5%
2	Bundesliga-ALE	1.562	4.230.000	26.700	6%
3	LaLiga- ESP	1.057	1.439.000	6.430	16%
4	Ligue 1- FRA	909	2.940.000	15.810	6%
5	Série A - ITA	881	2.120.000	9.590	9%
6	Rússia	805	1.647.000	7.850	10%
7	MLS -EUA	350	22.939.000	285.210	0,1%
8	Holanda	339	1.007.000	4.870	7%
9	Bélgica	317	581.000	4.980	6%
10	Turquia	294	800.000	2.830	10%
11	México	250	1.285.000	4.460	6%
12	Austria	176	481.000	6.300	3%
13	Portugal	172	252.000	1.200	14%
14	Série A- BRA	170	1.645.000	12.500	1%
15	Suíça	122	811.000	2.600	5%
16	Dinamarca	116	397.000	2.200	5%
17	Noruega	104	445.000	2.100	5%
18	Polônia	78	655.000	3.200	2%
19	Escócia	77	205.000	2.200	3%
20	Suécia	70	622.000	4.960	1%
21	Chile	31	331.000	730	4%
22	Colômbia	30	301.000	797	4%

**Foram analisadas 22 Ligas de futebol no mundo, que somaram US\$ 9,9 bi em receitas de marketing em 2021.**

# Brasil X Ligas

## PIB do país de cada Liga- US\$ milhões



## Mercado publicitário -US\$ milhões

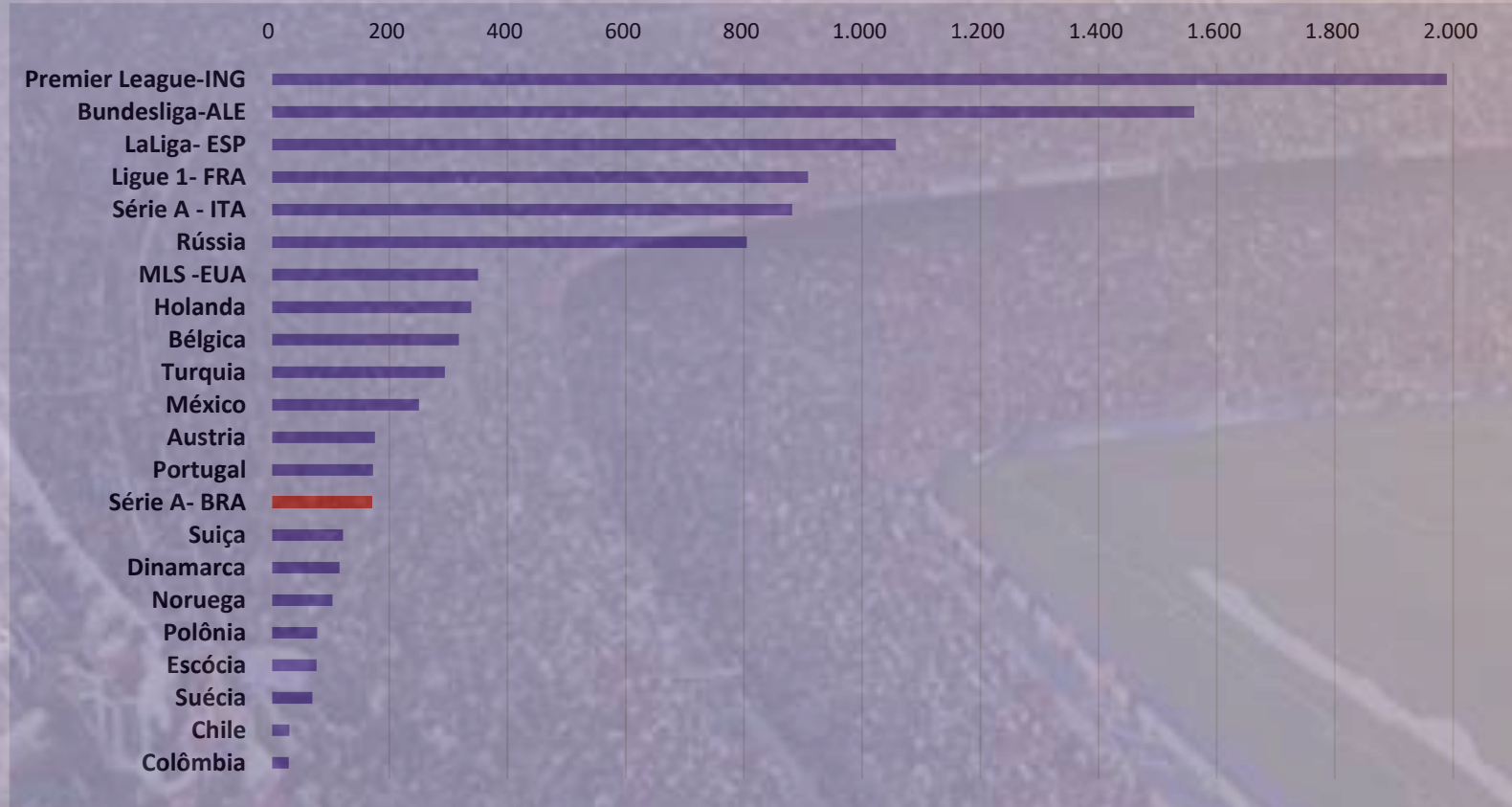


**Mercado brasileiro é muito grande, mas clubes brasileiros estão muito aquém do seu potencial, em termos de receitas de marketing.**

**Brasil, em termos publicitários, entre os 22 mercados analisados, somente fica atrás de EUA, Inglaterra, Alemanha e França.**

# Brasil X Ligas

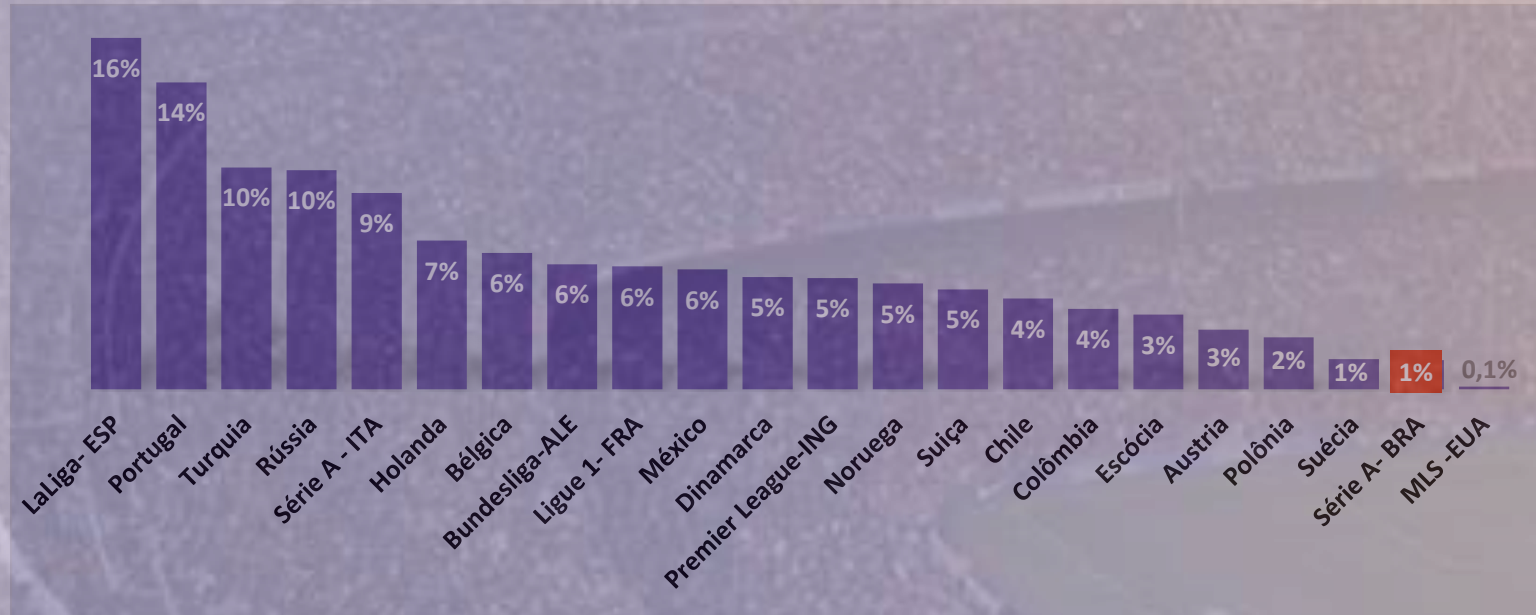
## Receitas de marketing – Patrocínios e Licenciamento US\$ milhões



# Brasil X Ligas

## Índice

Receitas de marketing Ligas / Mercado publicitário- Em %



**Receitas de marketing dos clubes do Brasil representam apenas 1% do mercado publicitário nacional.**

**Média dos 22 mercados analisados é de 6%. EUA têm valores fora da realidade dos demais países, mas MLS pode faturar muito mais.**

# Brasil X Ligas

Receitas de marketing X Tamanho mercado publicitário- Em 2021- US\$ milhões



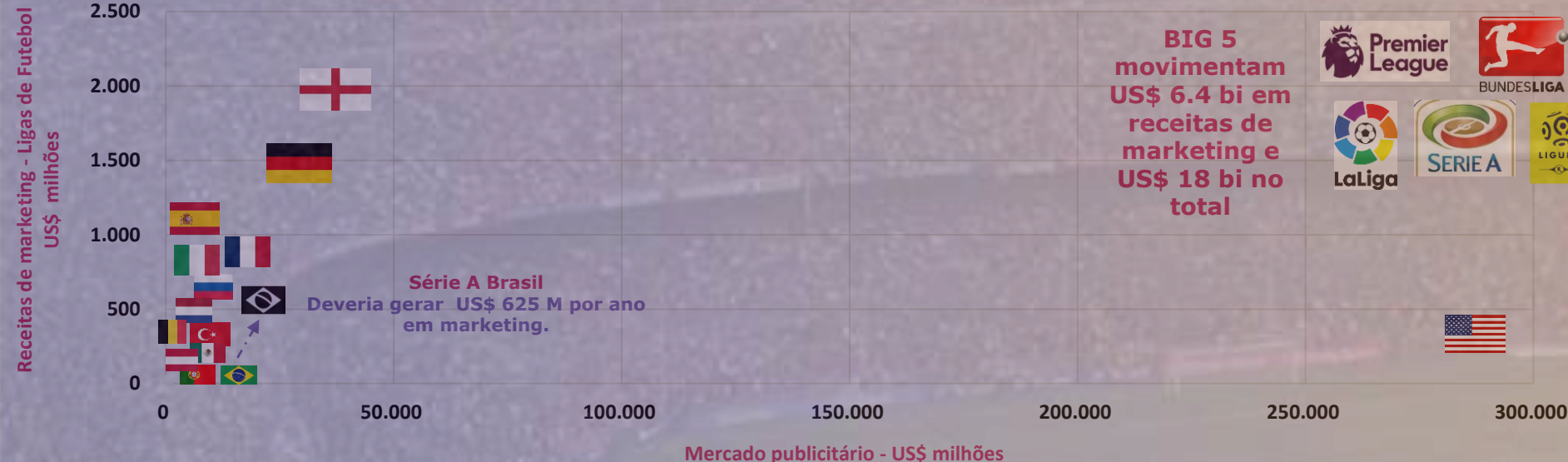
## Análise Sports Value

**Pelo tamanho do mercado brasileiro, clubes brasileiros deveriam faturar US\$ 625 milhões por ano com marketing, 3,6 vezes mais que os números atuais.**



# Brasil X Ligas

Receitas de marketing X Tamanho mercado publicitário- Em 2021- US\$ milhões



## Análise Sports Value

Pelo tamanho do mercado brasileiro, clubes brasileiros deveriam faturar US\$ 625 milhões por ano com marketing, 3,6 vezes mais que os números atuais.



Premier League é a mais global e rentável liga de futebol, são mais de 3,2 bilhões de audiência acumulada, em 188 países. Receitas de marketing de US\$ 2 bi refletem a força do mercado inglês e mundial.



Bundesliga tem enorme força comercial, pelo tamanho do maior mercado consumidor europeu. Liga tem potencial para crescer além do Bayern de Munique. Mais clubes globais ampliariam seu impacto.



LaLiga é um grande destaque do estudo, pois além da enorme força da dupla Real-Barça, soube crescer estruturalmente. Foi a Liga que mais cresceu no mundo e hoje conta com 150 milhões de seguidores.



Ligue 1 da França e Série A italiana estão um pouco atrás em receitas de marketing. Ligue 1 se alavancou muito graças ao PSG. Série A sofreu com a recente supremacia da Juventus, tem alto potencial para crescer.



Mercado brasileiro é gigantesco, em termos publicitários, vale 2x o espanhol e 1,3x o italiano. É 2,8x maior que o mexicano. Entretanto os clubes faturam apenas US\$ 170 milhões com marketing.

# *Avaliação dos principais times*

## Avaliação times

**O jogo não é mais o único conteúdo importante atualmente.**

**Patrocinadores querem muito mais que visibilidade em placas e uniformes.**

**Foco é inovação tecnológica, dados, criatividade, mensuração e marketing de conteúdo.**

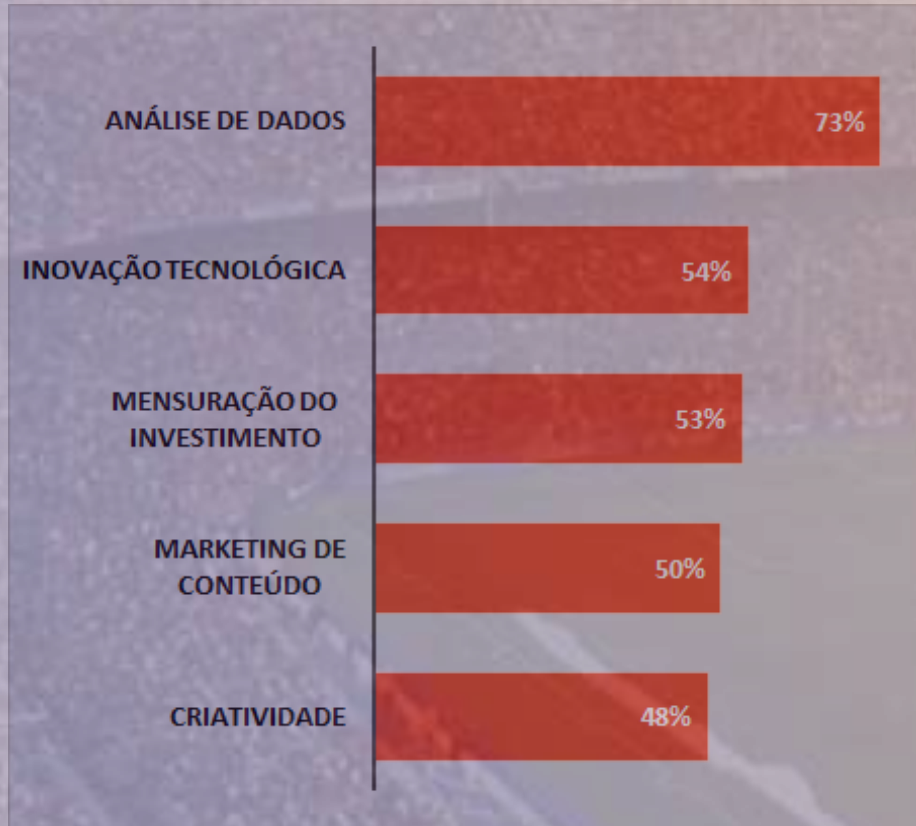
**Clubes precisam de storytelling potente para alavancar patrocínios.**

**Sportentertainment, poder dos ídolos e transformação digital são os caminhos.**



# Avaliação times

Fatores prioritários no pós pandemia para patrocinadores na Europa.  
Múltiplas respostas - Mudanças no pós pandemia:



# Avaliação times

Em 2021

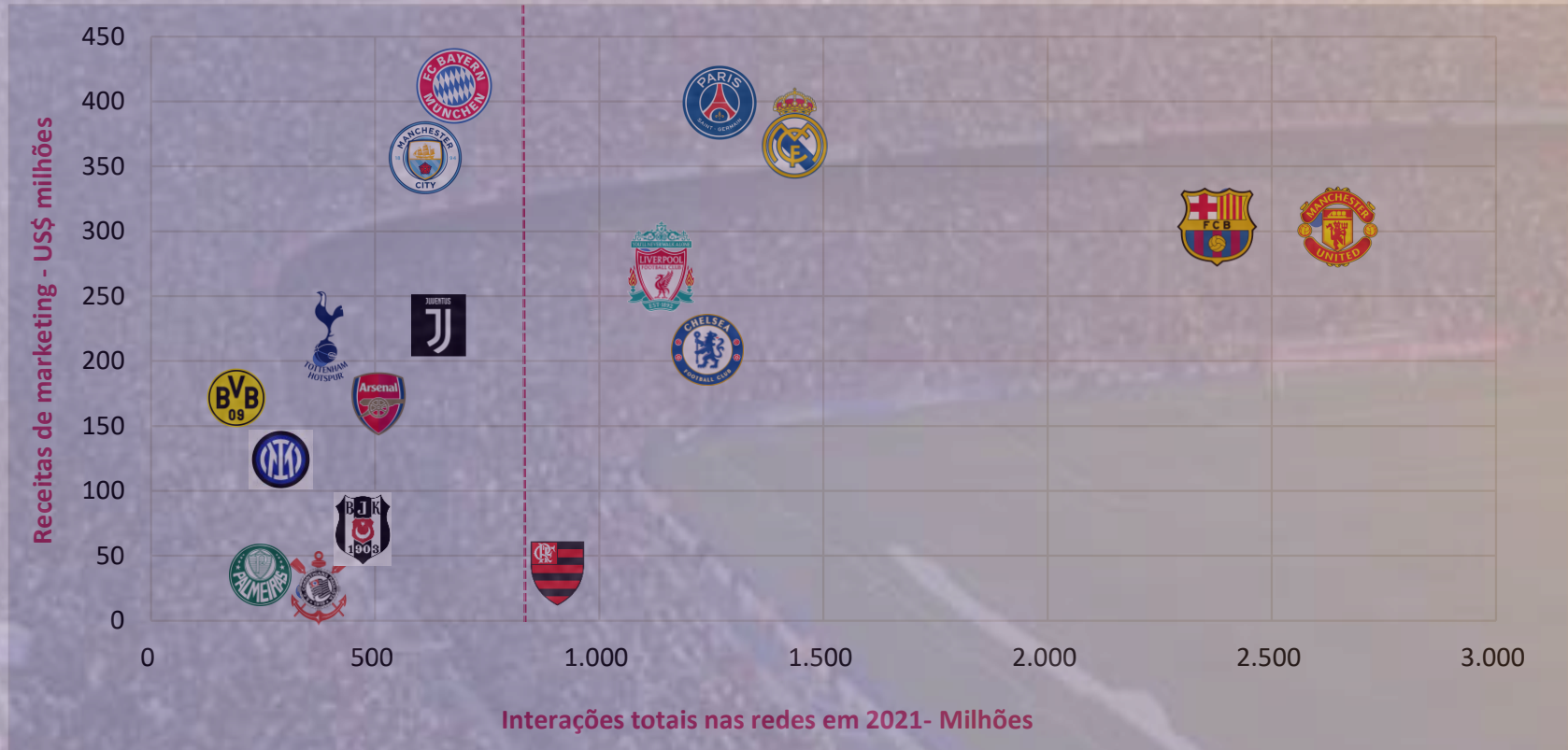
Receitas de marketing em US\$ milhões

Em milhões

Times	Receitas de MKT	Seguidores nas Redes	Total de Interações 2021
Bayern de Munique	407	94	635
PSG	398	127	1.300
Real Madrid	380	260	1.400
Manchester City	363	93	594
Barcelona	327	272	2.400
Manchester United	309	174	2.600
Liverpool	281	109	1.100
Juventus	223	103	628
Chelsea	208	111	1.200
Tottenham Hotspur	202	43	379
Arsenal	182	79	474
Borussia Dortmund	177	35	172
Inter de Milão	133	40	253
Besiktas	70	16	464
Palmeiras	31	15	281
Flamengo	29	45	887
Corinthians	23	28	341

# Avaliação times

Receitas de marketing 2021 X Interações nas redes sociais em 2021



# Avaliação times

## Receitas de marketing 2021 X Interações nas redes sociais em 2021





# Avaliação times



Fatura muito com marketing, pela força do mercado doméstico alemão e pelo gigantismo internacional. Tem muito para crescer no digital, números de redes sociais são mais baixos, frente aos rivais.



Altas receitas de marketing não estão refletidas no tamanho do time no digital. Fatura mais que o Barcelona, com 4x menos impacto digital. Time ampliou receitas com empresas ligadas aos donos.



Time também dependeu de aportes vultuosos de empresas ligadas ao grupo controlador. Acordo com marca Jordan e especialmente a chegada de Messi impulsionaram muito o time no ambiente digital.



Mesmo com péssimos resultados no futebol, segue no topo dos times com mais impacto digital e altas receitas de marketing. Com alta performance em campo seria imbatível.



Único time fora da Europa que gera mais de 887 milhões interações por ano. Clube capitaliza muito pouco em termos de marketing todo seu potencial. Parte disso é pela falta de internacionalização do mercado.

***Como as receitas de  
marketing dos  
clubes brasileiros  
podem evoluir?***

## Como as receitas podem evoluir?

Futebol brasileiro não acompanhou as tendências modernas do marketing esportivo mundial.

Patrocínio deve ser visto como uma plataforma completa de negócio e não apenas para divulgação de marcas.

Clubes brasileiros precisam parar de lotar uniformes de marcas, e estruturar planos complexos de entregas para dezenas de patrocinadores.

**Criação da Liga Profissional é fundamental para a evolução. CBF sempre gerenciou mal o produto futebol no Brasil.**



46 patrocinadores



35 patrocinadores



# Como as receitas podem evoluir?

Receitas com patrocínios Times brasileiros- Em 2021- US\$ milhões



# Como as receitas podem evoluir?

## Tendências de patrocínio

### Propósito e Storytelling

Patrocínios não devem apenas gerar visibilidade, precisam fazer sentido para a marca e principalmente para o mundo.

### Data Driven Sponsorships

Dados são o futuro dos patrocínios. Para falar com os fãs, as marcas querem conhecê-los a fundo, para que campanhas sejam mais assertivas.

### Muito além da partida

Impactos fora da transmissão do jogo podem ser muito maiores para as marcas patrocinadoras.



# Como as receitas podem evoluir?

## Tendências de patrocínio

### Marketing de conteúdo

Criação de conteúdo exclusivo, impactante e monetização concreta são o futuro do marketing esportivo.

### Inovação tecnológica

Patrocínios precisam estar alinhados com avanços tecnológicos. Modelo analógico e linear não gera retorno no digital.

### Melhorar mensuração e criar ROI efetivo

Modelo de mensuração de visibilidade nas transmissões ficou ultrapassado e obsoleto. Muito mais pessoas assistem a vídeos na Internet, baixam APPs, usam ecommerce.



## Como as receitas podem evoluir?

O que cada clube do futebol brasileiro precisa criar, segundo a **Sports Value**?

- **Storytelling real e impactante.**
- **Criação de propósito e novo sentido para a marca e para os patrocinadores.**
- **Awareness qualitativo que é muito mais que apenas visibilidade.**
- **Impactar os negócios em vendas, fidelização de clientes e ROI.**
- **Monetizar conteúdos exclusivos e fan engagement. Vender produtos, muito além de produtos oficiais do time.**
- **Dar acesso a dados e relacionamento constante com clientes.**
- **Transformar as propriedades e cotas de patrocínio em impulsionadores do negócio dos parceiros..**

Brasil precisa parar de vender inventário de patrocínio estático.

Entender a base de fãs é o caminho para marcas irem além da exposição em uniformes ou placas de publicidade no campo.



*Transformação digital*



*Smart Stadium*



*Fan Engagement*



*Data Driven Sponsorships*



*Prática esportiva*



*Tendências no esporte*



*Consultoria para Startups*



*Business Plan para investidores*



*ESG e Esporte*





# 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](mailto:amir.somoggi@sportsvalue.com.br)**