



Finanças TOP 20 clubes brasileiros em 2022

A consolidação do marketing e novas receitas.

*INCLUI MARKETING FUTEBOL FEMININO E UMA NOVA VISÃO
DOS PATROCÍNIOS: DATA DRIVEN SPONSORSHIPS.*



Maio, 2023

SUMÁRIO

Metodologia.....	Pg. 3
Introdução	Pg. 4
Receitas TOP 20 times.....	Pg. 8
Custos com futebol.....	Pg. 47
Superávits / déficits.....	Pg. 55
Dívidas.....	Pg. 59
Key Performance Indicators- KPI´s.....	Pg. 70
Transferências jogadores- Mundo, LATAM e Brasil.....	Pg. 86
Receitas >>Digital.....	Pg. 94
A força do futebol feminino	Pg. 106
Uma nova visão dos patrocínios- Data Driven.....	Pg. 121

METODOLOGIA

Sports Value tem a mais longa série histórica de dados de demonstrações financeiras de clubes de futebol da América Latina.

Os dados compõem um dos maiores data analytics de finanças e marketing do futebol mundial. Temos décadas de dados mundiais e informações atuais de digital, finanças, marketing e trends.

As análises dos clubes brasileiros têm série histórica iniciada em 2003. A mais extensa do mercado mundial. Temos dados de toda América Latina, Europa, EUA e Ásia.

Os dados deste relatório são extraídos das demonstrações contábeis públicas, dos 20 clubes com maiores receitas do Brasil em 2022.

Os TOP 20 compõem a nossa Liga, caso o Brasil a tivesse, para comparar com mercados internacionais.



INTRODUÇÃO



Após a recuperação das receitas em 2021, o ano de 2022 mostrou melhoras em algumas fontes como bilheteria e marketing. A TV voltou ao patamar anterior, depois dos ajustes pós pandemia em 2021.



Um fato que afetou a comparação com 2021, foi a ausência de Vasco da Gama e Botafogo, que não obtiveram receitas para estar entre os TOP 20 do Brasil.



O aumento de receitas foi proporcionado pela retomada integral do público aos estádios, receitas de marketing e desempenho em competições internacionais de alguns clubes. A desvalorização do R\$ segue contribuindo com as receitas, com pagamentos em dólares de competições internacionais. O câmbio também deixa nossos jogadores mais baratos para os clubes estrangeiros.



Destaque extremamente positivo, foi que as receitas de marketing alcançaram em 2022, **R\$ 1,2 bilhão**. Sports Value inclui na receita de marketing agora patrocínios e licenciamentos. Essa receita era de **R\$ 791 milhões** em 2019, em valores atualizados pela inflação.



INTRODUÇÃO

Alguns dados de 2022:



Receitas cresceram **9%** em 2022 atingindo pela primeira vez **R\$ 7,5 bilhões**. Foram cerca de **R\$ 512 milhões novos**. Com a presença de Vasco e Botafogo na amostra, o crescimento foi de 7%. Descontados os impactos da inflação, houve aumento de apenas 0,3%.



Principais impactos foram os recursos com bilheteria que alcançaram **R\$ 600 milhões**, frente aos R\$ 149 milhões de 2021. Sócios saltaram de pouco mais de R\$ 600 milhões em 2022 para **R\$ 897 milhões** em 2022. Clube social e sócio torcedor apresentaram crescimento.



Quando reclassificado o sócio torcedor como matchday, que engloba sócio torcedor e bilheteria o valor alcançou **R\$ 1,1 bilhão** em 2022.



INTRODUÇÃO

Alguns dados de 2022:



As receitas de marketing, que englobam patrocínios e outras explorações como licenciamento e vendas de produtos tiveram grande salto nos últimos anos.

Sports Value agora classifica patrocínios e licenciamento de forma conjunta, a fim de dar mais equidade a comparação do clubes. As receitas de marketing saíram de R\$ 834 milhões em 2018 para R\$ 1,1 bilhão em 2021. e agora estão em R\$ 1,2 bilhão. **Alta real de 41% em 5 anos**, já descontados os valores da inflação no período.

Os valores de direitos de TV e premiações somaram **R\$ 3 bilhões** frente aos R\$ 3,6 bilhões recebidos em 2021. (R\$ 3,8 bi atualizados) Naquele ano os clubes receberam mais de R\$ 550 milhões em receitas da época da pandemia.



INTRODUÇÃO

Alguns dados de 2022:



Os custos com futebol dos clubes atingiram no ano passado **R\$ 5,3 bilhões**, frente aos R\$ 4,9 bilhões de 2021. Em 2019 estavam em R\$ 4,7 bilhões.



Atualizados pela inflação os custos com futebol de 2019, a valores atuais, eram de R\$ 5,8 bilhões., valor que caiu para R\$ 5,2 bilhões em 2021.



Os superávits de 2022 foram de **R\$ 263 milhões**. As perdas de 2020 foram de R\$ -1,06 bi e os superávits de 2021 foram de R\$ 534 milhões. Nos últimos 5 anos o acumulado de déficits foi de R\$ -938 milhões. (R\$ 1,3 bi atualizado pelo IPCA).



As dívidas em 2022 alcançaram **R\$ 10,6 bilhões**.



Dívidas fiscais somaram **R\$ 3,1 bilhões**.

RECEITA TOTAL



As receitas dos TOP 20 times atingiram pela primeira vez **R\$ 7,5 bilhões** em 2022.



Em 2021 em valores atualizados pela inflação a receita dos times foi de R\$ 7,4 bilhões e em 2019, pré pandemia R\$ 7,5 bilhões. Clubes ainda não superaram a receita de antes da COVID-19, por conta da alta da inflação no Brasil.



As maiores altas de 2022 foram a bilheteria com +329%, sócios +43%, transferências +7% e marketing 7%.



As receitas com direitos de TV caíram 17%, pela volta à normalidade dos pagamentos. Há muito espaço para crescer.



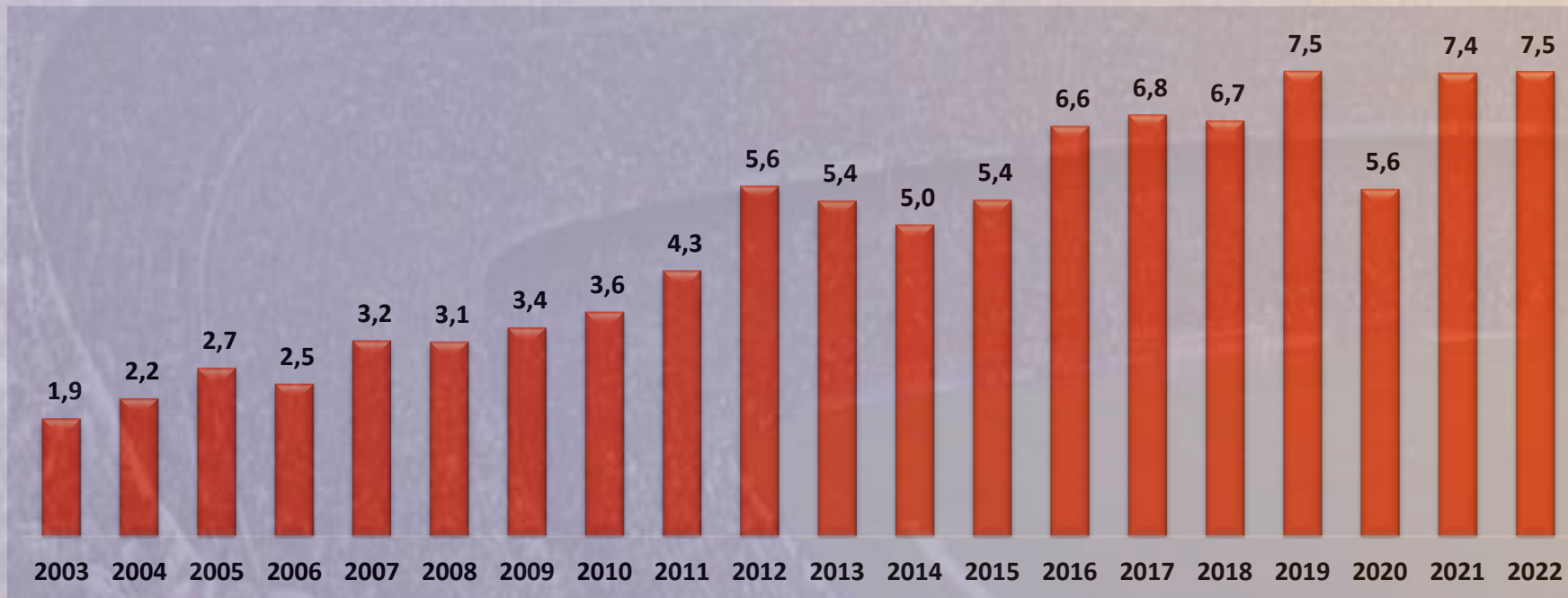
Os direitos de TV de 2019 eram de R\$ 2,9 bilhões, em valores atualizados.

Mercado brasileiro precisa ampliar ganhos com novas mídias e também com mercado internacional de forma urgente!

RECEITA TOTAL

TOP 20 clubes – Receita Total- Em R\$ bilhões

Valores atualizados pela inflação



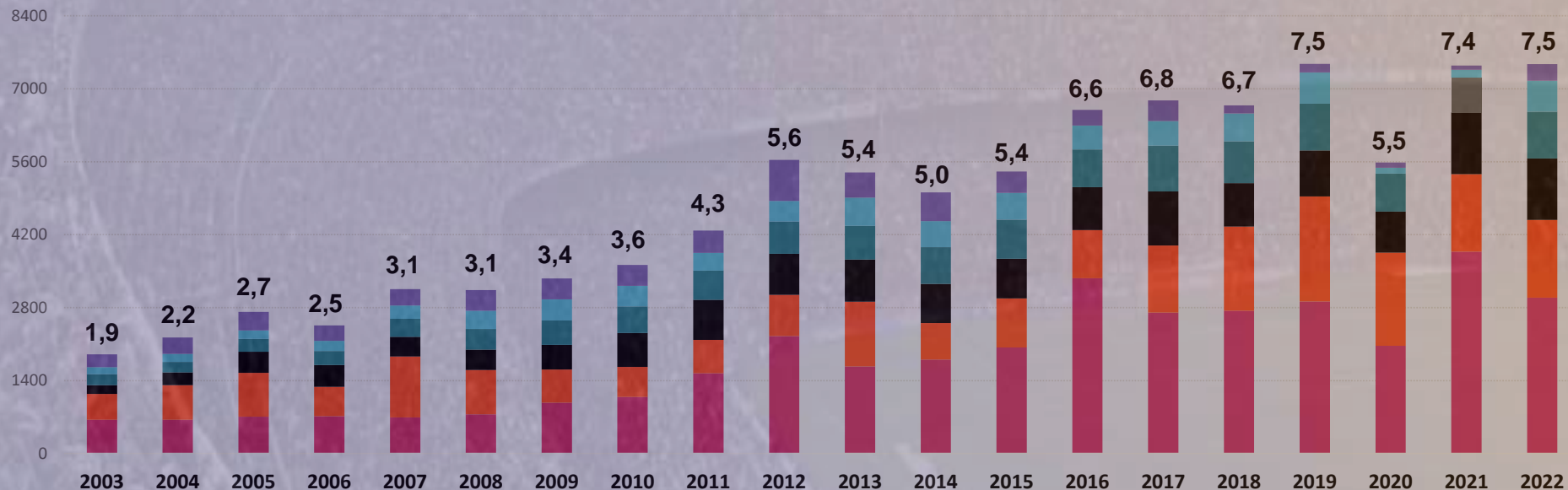
As receitas dos TOP 20 times apresentaram evolução de 9% em 2022, mas considerada a inflação houve aumento de apenas 0,3%.

RECEITA TOTAL

Top 20 clubes – Receita Total- Em R\$ bilhões

Valores atualizados pela inflação

■ Direitos de TV
 ■ Transferências de Atletas
 ■ Marketing
 ■ Social e Amador
 ■ Bilheteria
 ■ Outras



Direitos de TV, transferência de jogadores e receitas de marketing representam 76% do total gerado pelos clubes.

RECEITA TOTAL

Com os números de 2022 publicados, foi possível verificar mudanças na participação das fontes de receitas dos clubes.

Direitos de TV e premiações representaram em 2022 40% do total de receitas, frente aos 52% de 2021.

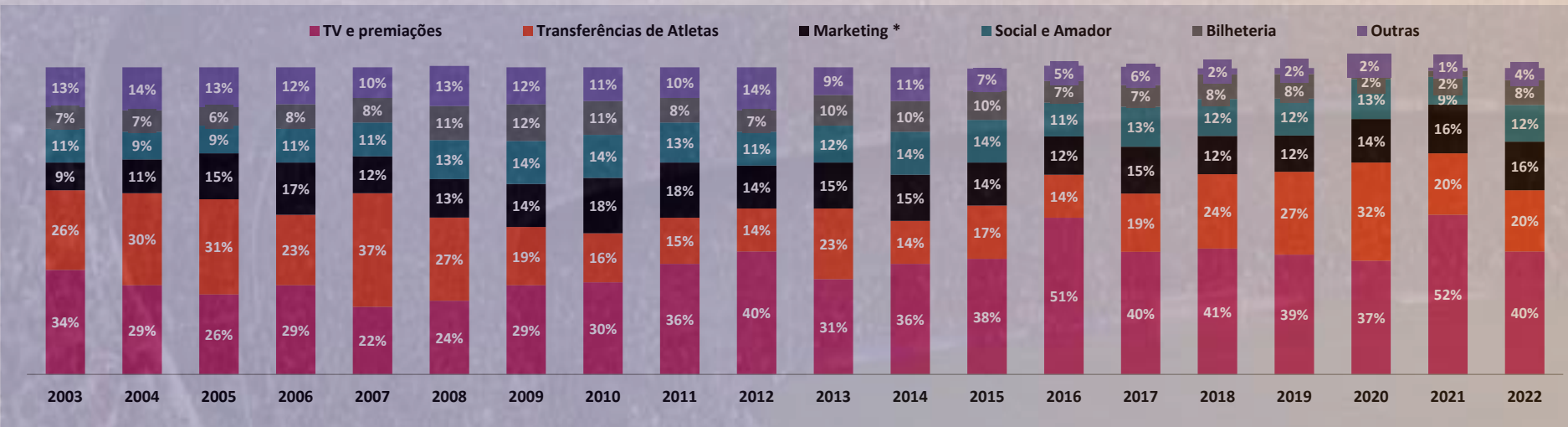
As transferências atingiram 20% do total, o mesmo do ano anterior. As receitas de marketing representam 16% e estão consolidadas como a terceira mais importante. Receitas com sócio torcedor e clube social saíram de 9% para 12% do total.

Já a bilheteria saiu dos 2% para 8%.

Futebol brasileiro precisa alavancar receitas de marketing, digital e criar geração de recursos recorrentes provenientes da transformação digital se seus negócios.

A partir da página 94 aprofundamos o tema.

TOP 20 clubes – Participação das fontes de receitas - Em %

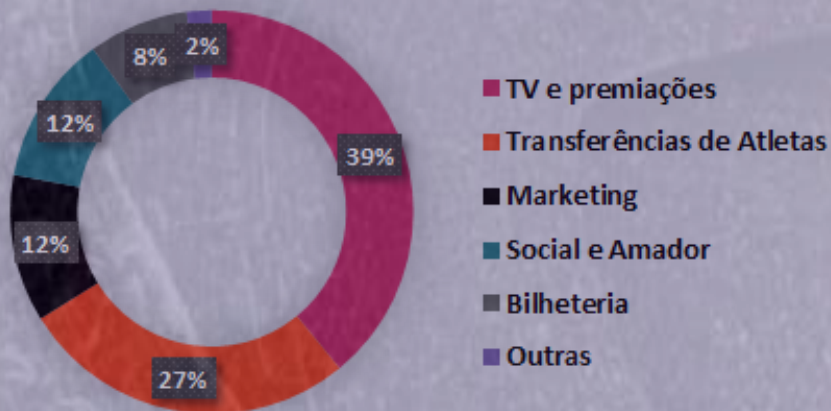


Há enorme espaço para novas receitas, muito além do formato praticado atualmente. A disrupção de marketing pode alterar o tamanho e as fontes de receitas do mercado.

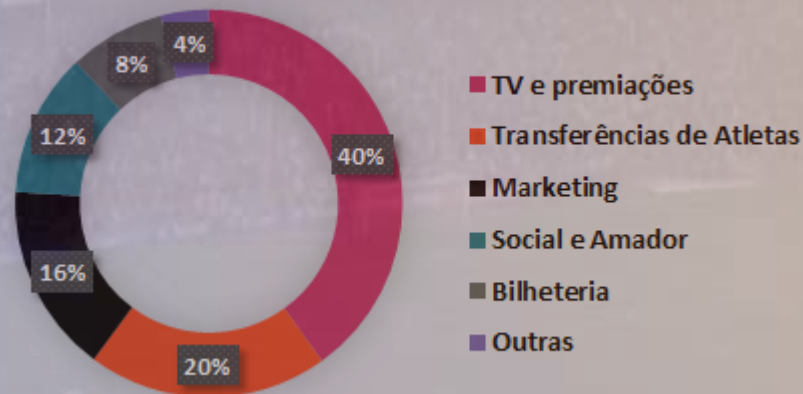
RECEITA TOTAL

TOP 20 clubes – Participação das fontes de receitas - Em %

2019



2022

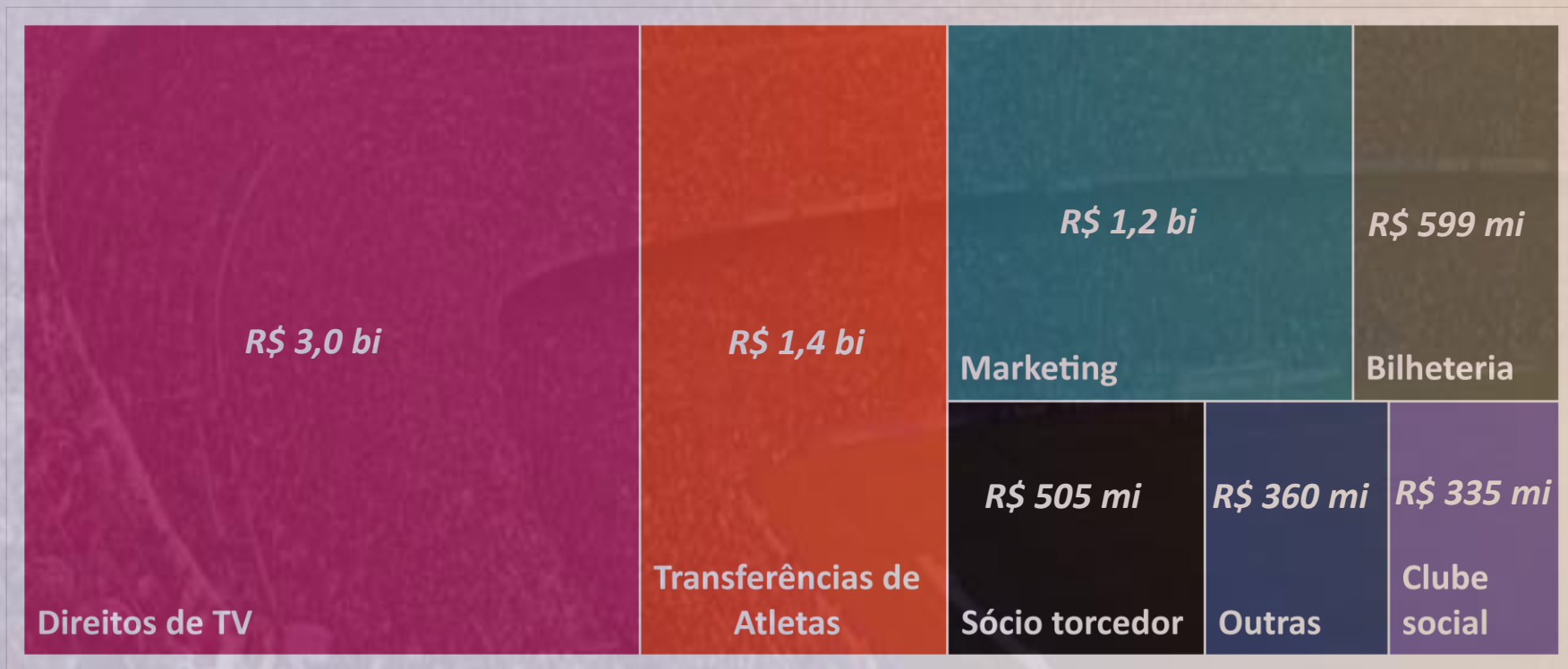


A grande mudança na comparação com o pré pandemia e pós, foi o crescimento da participação do marketing.

Receitas conjuntas- TOP 20 times Brasil em 2022



Receitas conjuntas- TOP 20 times Brasil em 2022



MAIORES RECEITAS



R\$ 1,2 bi



R\$ 856 mi



R\$ 779 mi



R\$ 657 mi



R\$ 467 mi



R\$ 429 mi



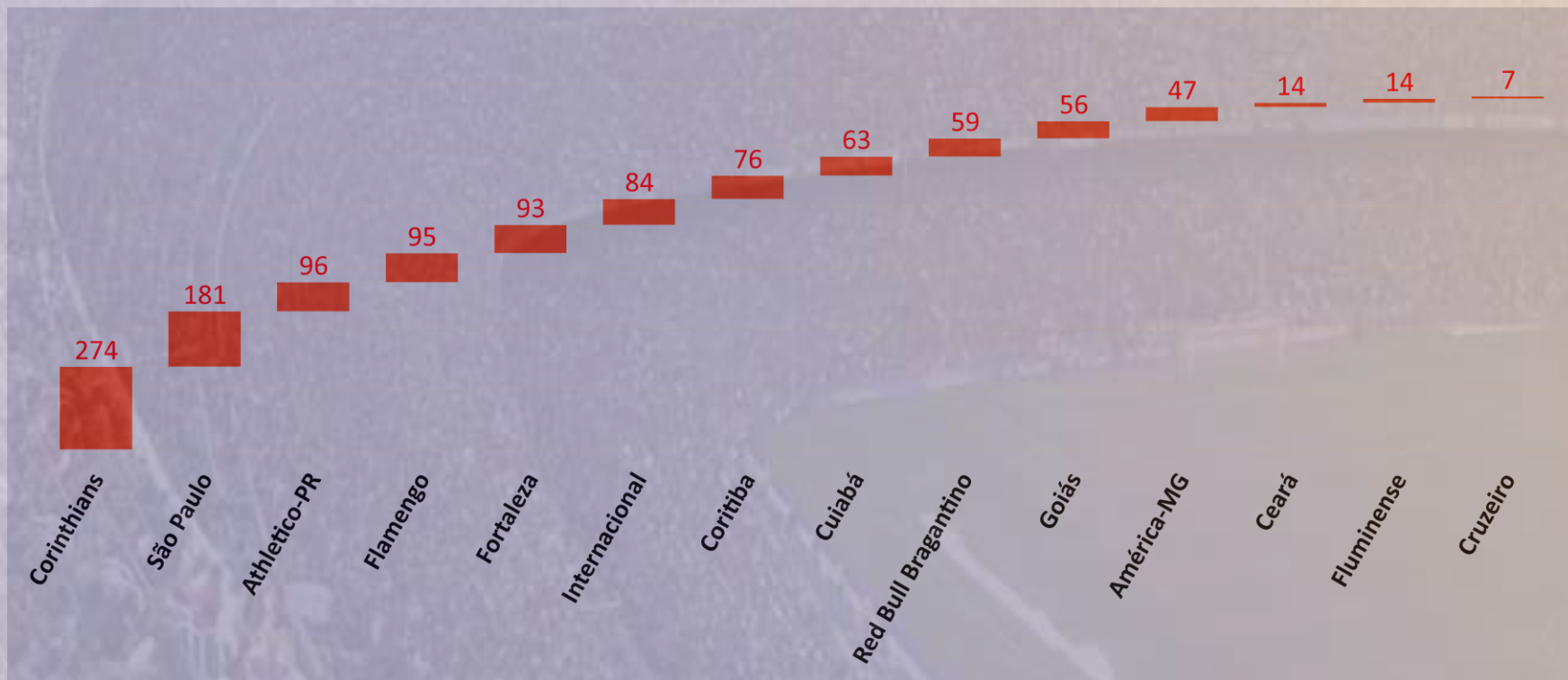
RECEITA TOTAL

Receita total em R\$ milhões

RK 2022	Clubes	Receitas - R\$ milhões				Varição	Receita Total- Em R\$ milhões							
		2022	2021	2020	2019	2021-2022	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011
1	Flamengo	1.177,0	1.082,0	668,6	950,4	9%	542,8	648,7	510,1	355,6	347,0	272,9	212,0	185,0
2	Palmeiras	856,0	972,0	531,5	641,9	-12%	653,9	503,7	477,5	351,5	244,1	181,2	244,6	148,1
3	Corinthians	779,1	505,6	474,4	426,4	54%	469,9	455,0	485,4	298,4	258,2	316,0	358,5	290,5
4	São Paulo	657,2	475,8	358,5	398,0	38%	404,8	482,6	391,4	330,9	246,9	364,7	284,1	226,1
5	Internacional	466,6	382,2	281,3	441,3	22%	293,3	245,9	292,7	297,1	205,1	259,6	252,9	188,3
6	Atlético-MG	429,0	538,0	137,0	354,1	-20%	258,0	311,4	316,3	244,6	178,9	227,9	163,0	99,8
7	Athletico-PR	370,6	274,8	328,9	390,2	35%	194,6	161,3	164,1	158,0	138,8	102,3	212,8	65,5
8	Red Bull Bragantino	350,2	291,3	145,5	39,2	20%	9,8	42,1	-	-	-	-	-	-
9	Fluminense	347,2	333,6	194,3	265,2	4%	297,4	229,1	293,2	180,3	122,3	124,8	151,2	80,2
10	Santos	341,9	406,8	239,8	399,8	-16%	217,8	287,0	295,8	169,9	171,2	190,3	197,8	189,1
11	Grêmio	340,1	498,0	425,7	441,7	-32%	422,1	370,6	325,0	190,6	206,3	196,3	233,5	143,3
12	Fortaleza	267,9	175,1	86,1	120,5	53%	40,2	24,5	ND	19,3	12,4			
13	Ceará	173,2	159,3	103,2	104,9	9%	64,8	31,9	28,5	29,6	ND	ND	ND	ND
14	Coritiba	164,1	87,8	106,8	44,1	87%	102,9	119,1	109,8	85,7	87,3	96,7	86,8	66,5
15	Cruzeiro	150,4	143,4	123,3	289,4	5%	342,4	344,3	238,4	363,8	223,2	187,9	120,4	128,7
16	América-MG	148,6	101,9	47,4	32,0	46%	61,2	39,8	59,5	29,4	21,6	21,2	22,4	ND
17	Cuiabá	133,3	70,2	22,8	25,4	90%	12,5	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND
18	Bahia	108,3	208,6	130,6	189,5	-48%	136,1	104,9	120,7	84,6	75,8	64,5	66,6	36,9
19	Goiás	106,7	50,4	90,3	99,3	112%	80,8	64,8	90,4	70,3	62,6	55,5	53,1	18,5
20	Atlético-GO	100,2	113,2	51,2	19,9	-11%	24,7	41,8	ND	ND	ND	ND	ND	ND

Pela primeira vez Vasco da Gama e Botafogo não atingiram receitas para figurar entre os clubes com maior faturamento do Brasil.

Crescimento absoluto das receitas – 2021 para 2022- R\$ milhões



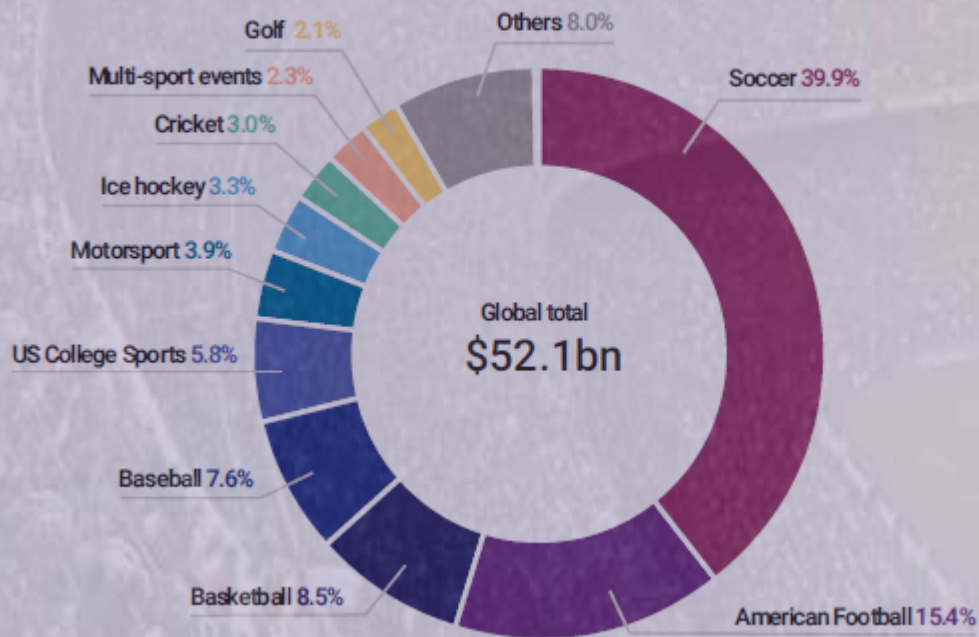
Por clube - Participação das fontes de receitas - Em %

Clubes	Transferências de Jogadores				Direitos de TV				Marketing				Sócios				Bilheteria				Outras			
	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022
Flamengo	32%	33%	26%	11%	36%	29%	42%	42%	10%	16%	19%	20%	12%	19%	10%	14%	12%	4%	3%	11%	0%	0%	1%	1%
Palmeiras	18%	28%	14%	20%	40%	38%	57%	34%	23%	25%	20%	19%	14%	10%	5%	12%	8%	1%	2%	10%	0%	0%	1%	5%
Corinthians	11%	40%	6%	19%	44%	34%	53%	43%	17%	15%	25%	12%	8%	7%	11%	12%	15%	2%	3%	13%	5%	3%	2%	2%
São Paulo	26%	42%	25%	35%	34%	35%	51%	31%	9%	8%	10%	11%	11%	9%	8%	9%	10%	2%	2%	10%	10%	3%	3%	4%
Internacional	31%	24%	23%	37%	35%	36%	45%	33%	12%	14%	14%	13%	17%	24%	16%	13%	4%	1%	1%	3%	1%	1%	1%	1%
Atlético-MG	30%	20%	18%	20%	34%	46%	52%	36%	6%	15%	17%	23%	6%	13%	4%	10%	5%	1%	8%	9%	19%	5%	1%	2%
Athletico-PR	34%	61%	12%	27%	41%	23%	69%	35%	5%	4%	9%	19%	7%	7%	8%	10%	6%	1%	2%	7%	7%	4%	1%	1%
Fluminense	40%	26%	33%	27%	41%	45%	53%	44%	4%	5%	6%	9%	8%	12%	7%	11%	6%	2%	1%	7%	2%	11%	1%	2%
Santos	54%	35%	26%	21%	28%	46%	54%	42%	6%	10%	12%	19%	3%	4%	3%	6%	6%	1%	0%	1%	4%	3%	4%	11%
Grêmio	24%	28%	32%	30%	41%	38%	42%	26%	11%	12%	12%	16%	19%	17%	11%	16%	0%	0%	0%	0%	4%	5%	3%	12%
Fortaleza	5%	12%	2%	7%	40%	37%	65%	44%	20%	25%	16%	20%	15%	13%	8%	13%	10%	2%	3%	8%	9%	11%	5%	8%
Ceará	14%	26%	19%	19%	52%	51%	57%	42%	9%	8%	10%	13%	10%	10%	8%	11%	13%	1%	2%	9%	2%	5%	4%	5%
Coritiba	7%	40%	5%	21%	35%	35%	64%	30%	46%	5%	7%	10%	23%	9%	10%	14%	16%	8%	11%	24%	-26%	3%	4%	2%
Cruzeiro	37%	19%	14%	11%	35%	33%	31%	19%	9%	27%	26%	19%	10%	16%	11%	13%	6%	1%	2%	21%	2%	5%	16%	17%
América-MG	13%	10%	2%	7%	32%	55%	71%	69%	18%	4%	14%	12%	36%	29%	9%	20%	1%	2%	4%	2%	0%	0%	0%	0%
Cuiabá	0%	1%	1%	8%	39%	51%	61%	66%	43%	47%	13%	4%	0%	2%	2%	2%	5%	0%	6%	10%	12%	-1%	17%	11%
Bahia	24%	17%	17%	20%	43%	41%	59%	20%	8%	8%	9%	17%	10%	23%	10%	18%	9%	4%	1%	17%	6%	8%	4%	9%
Goiás	1%	49%	17%	3%	69%	38%	59%	70%	6%	5%	10%	12%	6%	4%	2%	1%	9%	0%	1%	5%	9%	4%	11%	9%
Atlético-GO	3%	7%	3%	14%	50%	76%	88%	70%	15%	7%	3%	5%	17%	0%	0%	0%	7%	0%	1%	8%	8%	9%	5%	3%

Ainda há uma enorme dependência dos direitos de transmissão.

Direitos de transmissão no mundo

Top 10 Sports Share of Global Media Value 2021



Fonte: Sports Business.com

Futebol Global movimentou R\$ 108 bi em direitos de transmissão.

Times brasileiros representam 3% do futebol e 1% do esporte global.

EUROPA X BRASIL



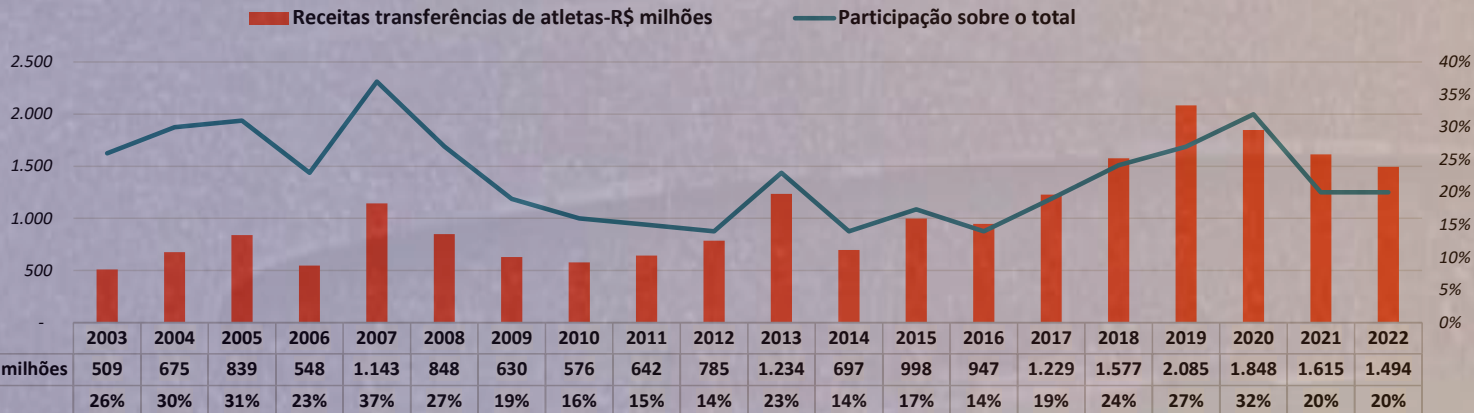
Direitos de TV- Em R\$ bilhões

Direitos de TV	19,5	11,2	8,4	6,1	3,9	3,0	1,3
Mercado internacional	53%	48%	14%	18%	12%	1%	ND
Diferença entre primeiro e último	1,2x	3,1x	1,7x	2,8x	2,5x	10x	0

RECEITA TOTAL

Receitas com transferências e participação sobre o total – R\$ milhões

Valores atualizados pela inflação



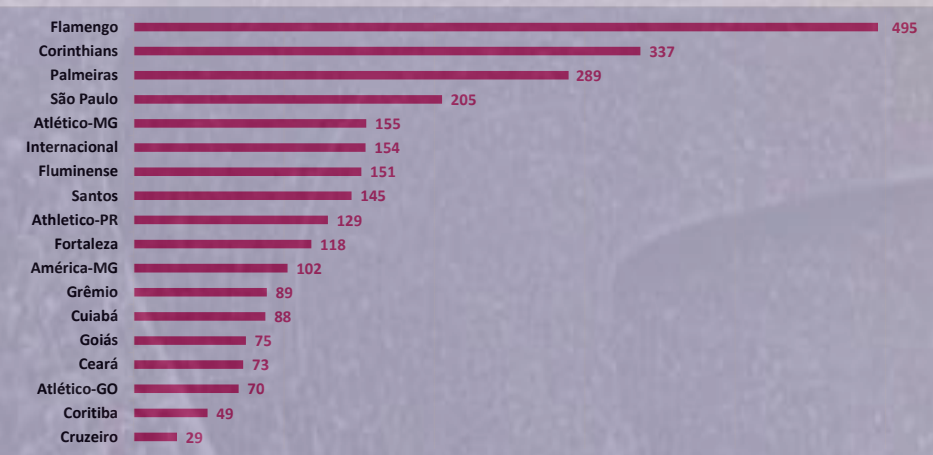
Nos últimos 6 anos clubes brasileiros geraram R\$ 9,8 bilhões em transferências de jogadores, em valores atualizados pela inflação.

Entre 2003 e 2022 foram R\$ 21 bilhões.

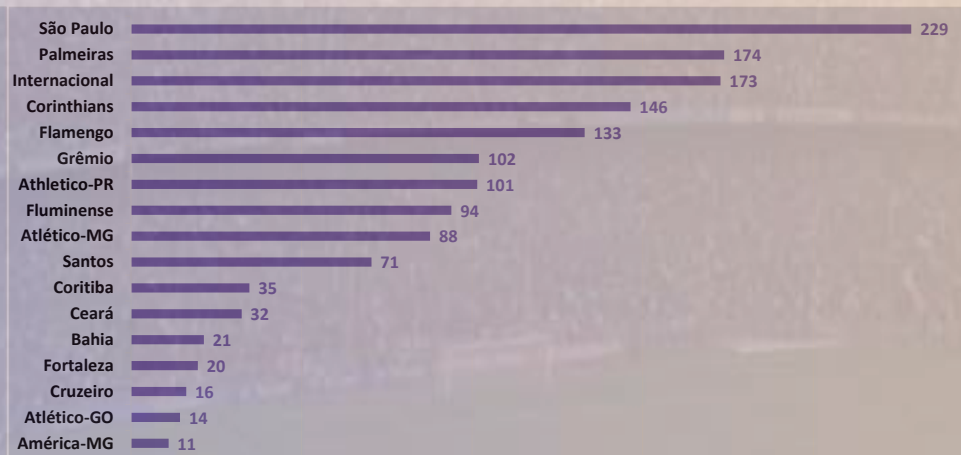
RECEITA TOTAL

Receitas por fonte – R\$ milhões - 2022

Direitos de TV



Transferências de jogadores

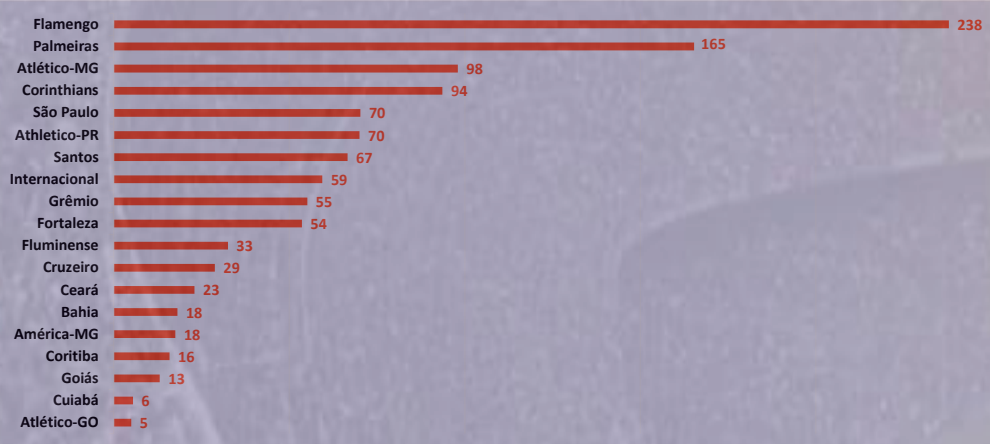


Flamengo lidera em todas as fontes de receitas, com exceção das transferências.

RECEITA TOTAL

Receitas por fonte – R\$ milhões - 2022

Marketing



Sócios e ST

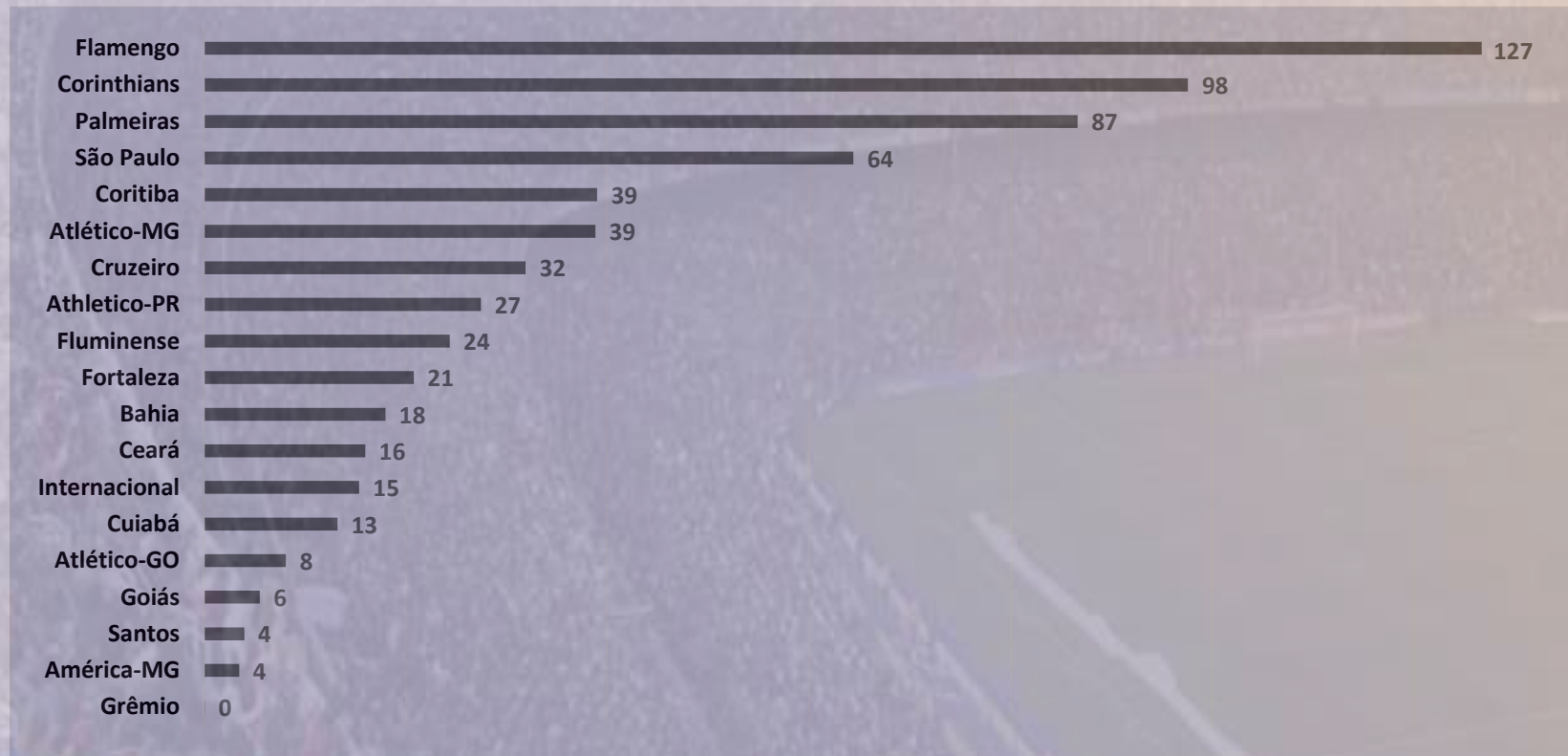


Receitas de marketing com patrocinadores e com o torcedor têm enorme potencial de crescimento para os próximos anos. A partir da página 121 aprofundamos o tema patrocínios data driven.0

RECEITA TOTAL

Receitas por fonte – R\$ milhões - 2022

Bilheteria



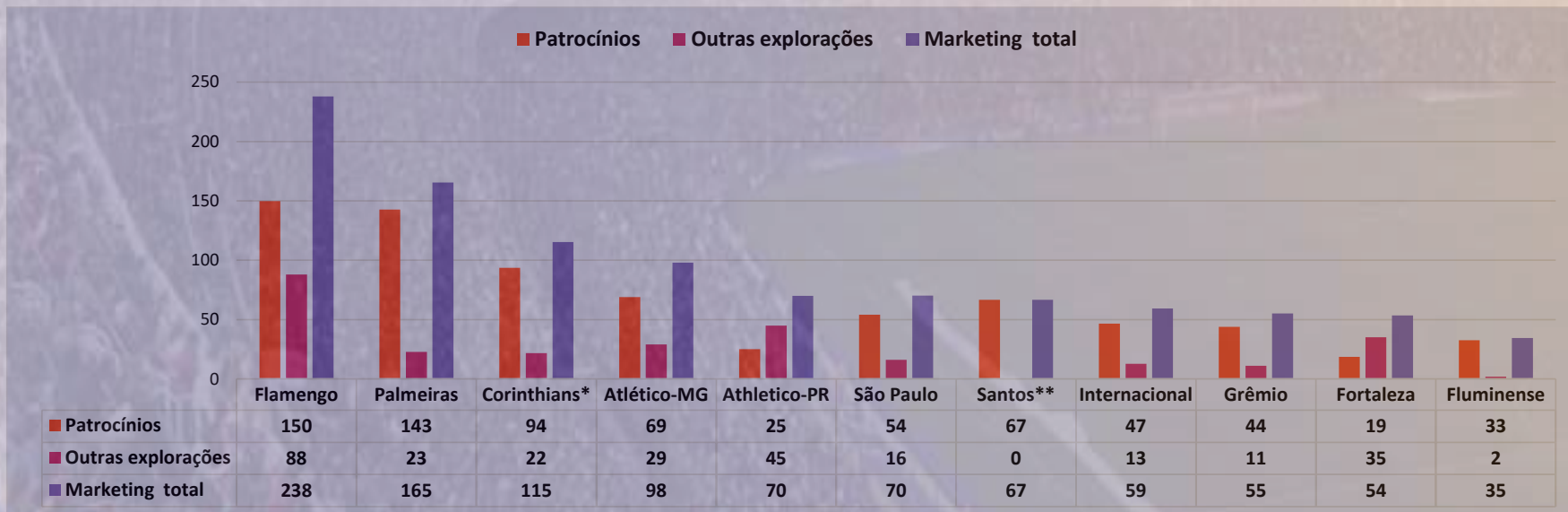
Receitas de marketing

Patrocínios e outras explorações comerciais

Alguns clubes, além das receitas com patrocínios, vem conseguindo ampliar os ganhos com novas receitas comerciais. Licenciamento de marca e vendas de produtos são fontes importantes que precisam ser exploradas..

Segundo cálculos da Sports Value os patrocínios representam cerca de **72%** das receitas de marketing dos clubes, que disponibilizam aberturas nos números.

Receitas de Marketing- R\$ milhões - 2022



*Corinthians registra licenciamento no clube social foi reclassificado apenas para essa análise. **Santos consolida patrocínios e licenciamento de forma conjunta.

Receitas de marketing

Bons exemplos atuais



Flamengo passou de R\$ 42 M em 2021 para R\$ 88 M em licenciamento em 2022.

Em 2019 era R\$ 19 M.

Licenciamento representa 7% da receita, frente aos 2% de 2019.



CAP é o grande destaque de 2022.

Somente o Furação Live gerou em 2022 R\$ 22 M.

Era R\$ 224K em 2021.

São R\$ 45M em explorações comerciais, 12% da receita.



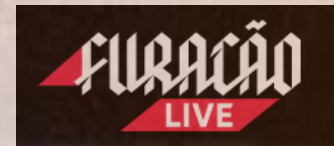
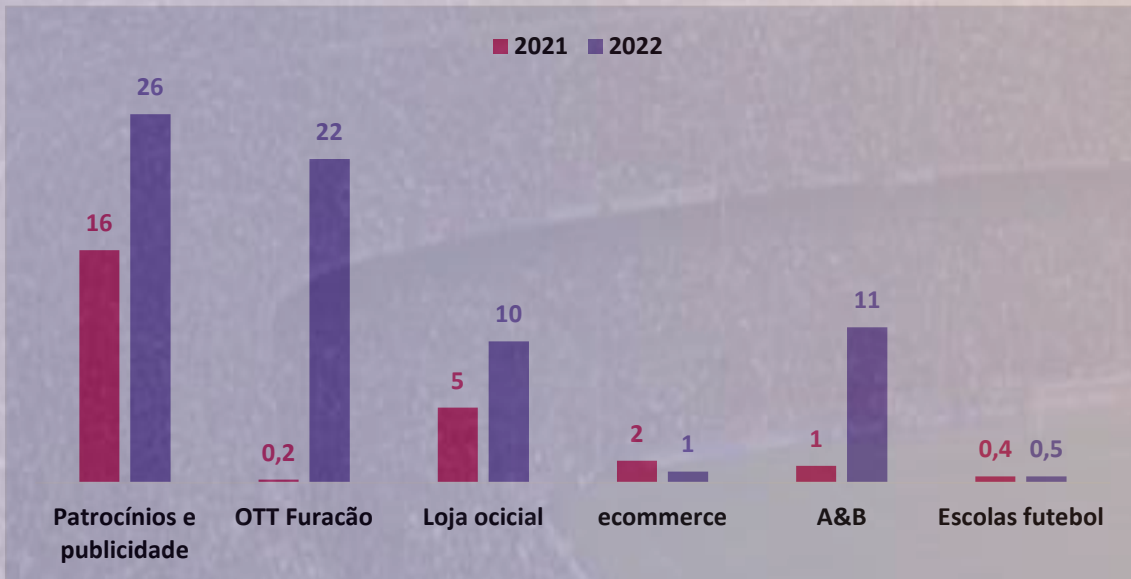
Atlético vem mostrando receitas robustas com vendas.

Em 2021 foram de R\$ 39M, e em 2022 atingiram R\$ 29 M em 2022

Royalties representam quase 7% das receitas,

Receitas de marketing

CAP- Receitas de marketing- R\$ milhões



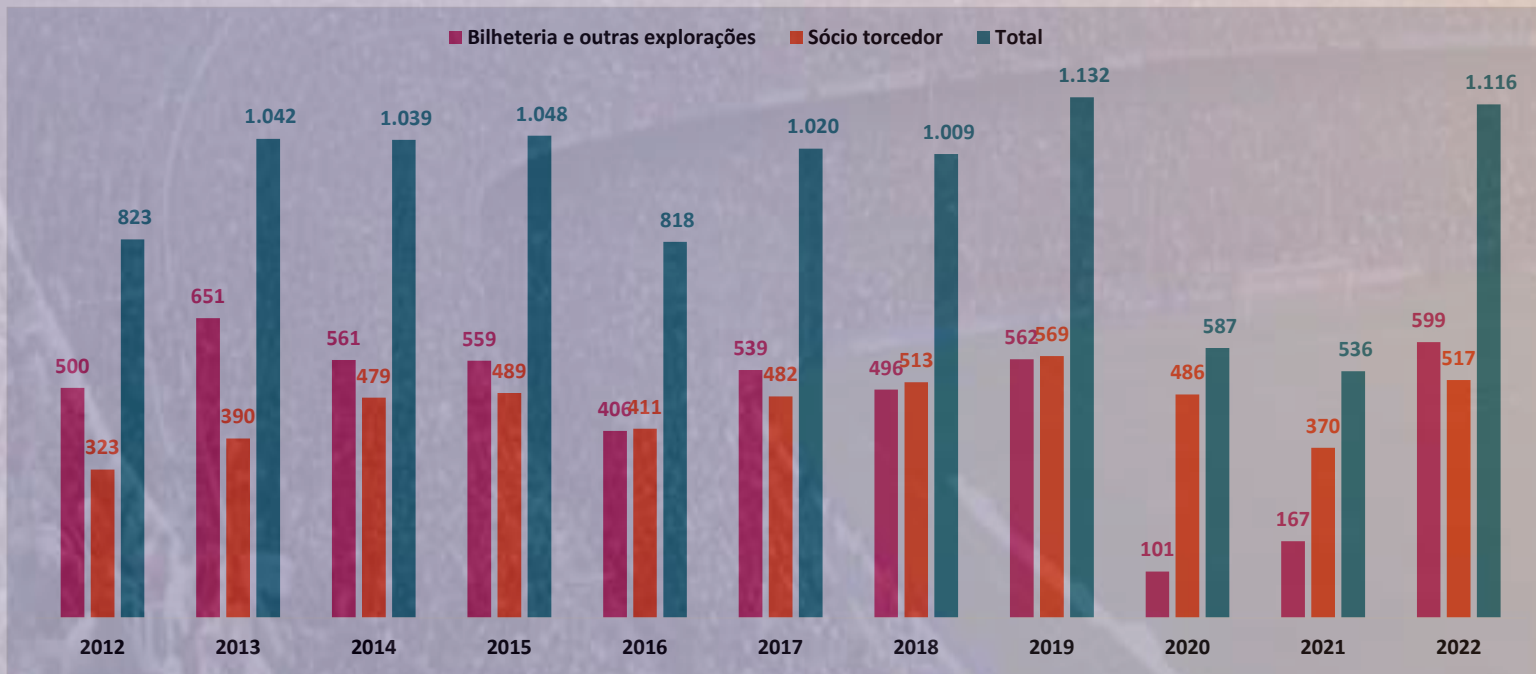
OTT do clube alavancou as receitas de marketing. Dos R\$ 70 M gerados em 2022, R\$ 22M vieram do Furacão Live, nada menos que 31% do total.

RECEITAS DE MATCHDAY

Sócio Torcedor + Bilheteria

Receitas- R\$ milhões

Valores atualizados pela inflação



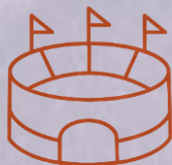
Índice de ocupação dos estádios no Brasil ainda é baixo.

Há enorme espaço para crescer em receitas de matchday.

RECEITAS DE MATCHDAY

Sócio Torcedor + Bilheteria

Receitas- R\$ milhões – 2021 x 2022

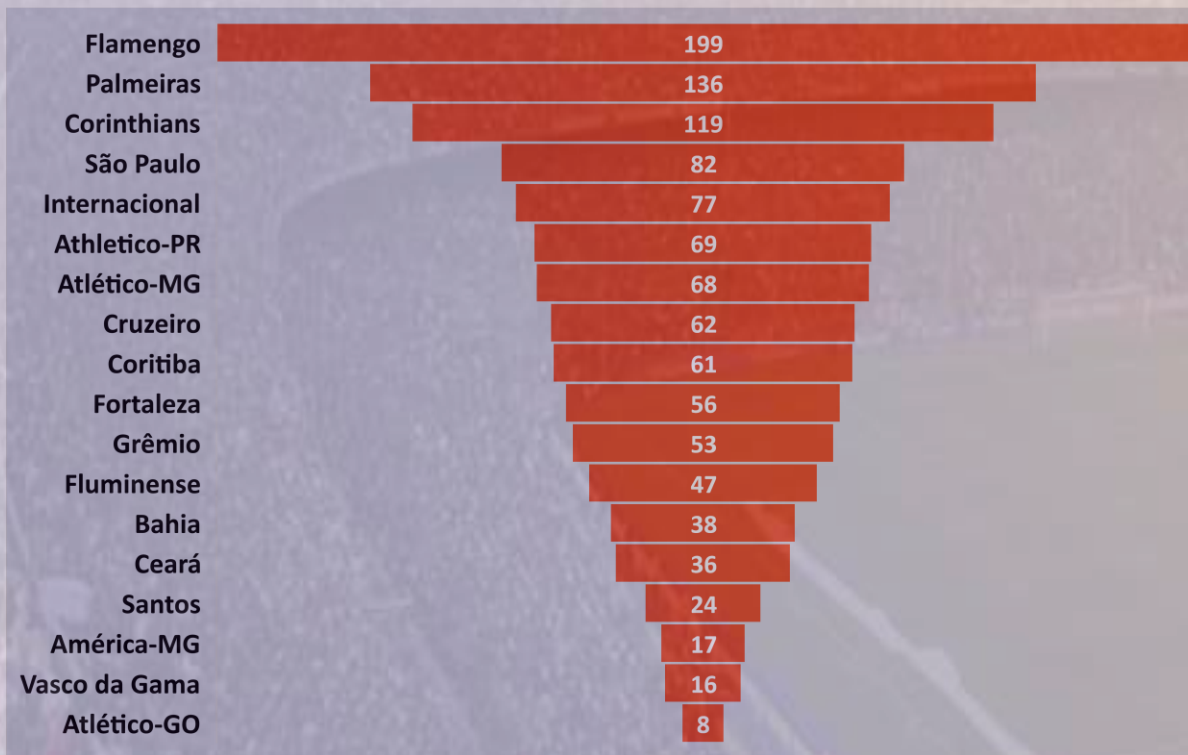
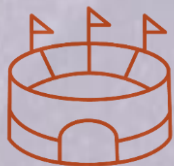


Clubes	Sócio torcedor		Bilheteria		Total	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Flamengo	38	72	32	127	70	199
Palmeiras	19	50	12	87	31	136
Corinthians	9	21	15	98	24	119
São Paulo	10	18	8	64	18	82
Internacional	61	61	3	15	64	77
Athletico-PR	21	38	8	31	29	69
Atlético-MG	13	29	43	39	56	68
Cruzeiro	8	30	2	32	10	62
Coritiba	9	22	9	39	18	61
Fortaleza	14	35	6	21	20	56
Grêmio	56	53	0	0	56	53
Fluminense	9	22	3	24	11	47
Bahia	20	20	3	18	23	38
Ceará	13	20	3	16	16	36
Santos	13	20	1	4	15	24
América-MG	9	14	4	4	13	17
Vasco da Gama	22	12	1	3	22	16
Atlético-GO	0	0	1	8	1	8

RECEITAS DE MATCHDAY

Sócio Torcedor + Bilheteria

Receitas- R\$ milhões - 2022





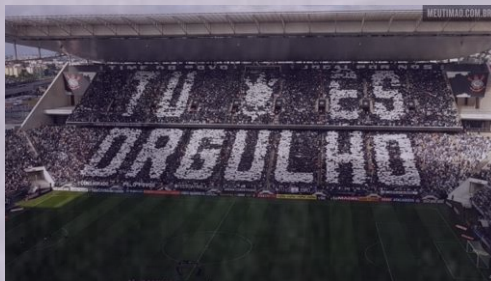
Flamengo atingiu faturamento de R\$ 1,2 bi, em 2022 crescimento de 9%. Sem o impacto das transferências a evolução foi de 30% em relação a 2021. Altas expressivas com matchday e marketing impulsionaram os números. Custos com futebol atingiram R\$ 748 milhões, alta de 8%. O futebol representa 64% das receitas. Clube fechou com o maior superávit do futebol brasileiro, R\$ 136 milhões e dívidas foram ao menor patamar da história, R\$ 259 milhões.



Palmeiras atingiu receitas de R\$ 856 milhões, queda de 12% depois de um 2021 com premiações internacionais. Sem o impacto das transferências houve queda de 18%. Custos com futebol atingiram R\$ 612 milhões, queda de 4%. O futebol representa 71% das receitas. Clube fechou com superávits de R\$ 18 milhões e dívidas foram rerepresentadas com novos valores por conta do Allianz Parque. Agora estão em R\$ 876 milhões. Sem o impacto da arena dívidas são de R\$ 451 milhões.



Corinthians agora é a terceira receita do Brasil, com R\$ 779 milhões em 2022, crescimento de 54%. Sem o impacto das transferências a evolução foi de 33%. Destaque para a bilheteria que atingiu R\$ 98 milhões, mas que não fica com o clube, vai para o fundo. Transferências e sócios ajudaram no alto crescimento. Custos com futebol atingiram R\$ 565 milhões, alta de 70%. O futebol representa 73% das receitas. Clube fechou com superávits de R\$ 15 milhões e dívidas estão em R\$ 910 milhões.



São Paulo atingiu receitas de R\$ 657 milhões, crescimento de 38%. Sem o impacto das transferências a evolução foi de 23% em relação a 2021. Custos com futebol atingiram R\$ 458 milhões, alta de 11%. O futebol representa 70% das receitas. Clube fechou com superávits de R\$ 37 milhões e dívidas caíram 9% e estão em R\$ 587 milhões.



Internacional atingiu receitas de R\$ 467 milhões, crescimento de %. Sem o impacto das transferências não houve mudança em relação a 2021. Custos com futebol atingiram R\$ 389 milhões, alta de 38% (inclui R\$ 80 milhões em pagamentos de direitos econômicos). O futebol representa 83% das receitas. Clube fechou com superávits de R\$ 1 milhão e dívidas subiram 0,2%.



Atlético-MG atingiu faturamento de R\$ 429 milhões queda de 20%. Sem o impacto das transferências a queda foi de 22%. Custos com futebol atingiram R\$ 448 milhões, queda de 9%. O futebol representa 104% das receitas. Clube fechou com superávit de R\$ 71 milhões, graças as suas operações imobiliárias e dívidas subiram 20%, estão em R\$ 1,57 bilhão.



Athletico atingiu receitas de R\$ 371 milhões aumento de 35%. Sem o impacto das transferências a evolução foi de 11%. Grande destaque para a OTT do clube que gerou R\$ 22 milhões no ano passado. Custos com futebol atingiram R\$ 240 milhões, alta de 37%. O futebol representa 65% das receitas. Clube fechou com superávits de R\$ 66 milhões e dívidas subiram 49%, estão em R\$ 285 milhões.



Red Bull Bragantino agora é o 8º maior faturamento do Brasil, com receitas de R\$ 350 milhões, alta de 20%. O clube não divulga as fontes de receitas. Custos com futebol atingiram R\$ 173 milhões, +7%. O futebol representa 49% das receitas. Clube fechou com superávits de R\$ 22 milhões e dívidas subiram 10% e estão em R\$ 301 milhões.



Fluminense atingiu receitas de R\$ 347 milhões, crescimento de 4%. Sem o impacto das transferências a evolução foi de 13% em relação a 2021. Destaque para marketing que cresceu 62%. Custos com futebol atingiram R\$ 262 milhões, alta de 4%. O futebol representa 75% das receitas. Clube fechou com superávits de R\$ 7 milhões e dívidas subiram 2%, estão em R\$ 678 milhões..



Santos teve redução de 16% nas receitas e agora fatura R\$ 342 milhões. Sem o impacto das transferências a queda foi de 9% em relação a 2021. Destaque para o marketing que atingiu R\$ 67 milhões e sócios R\$ 18 milhões. Custos com futebol atingiram R\$ 202 milhões, redução de 14%. O futebol representa 59% das receitas. Clube fechou com superávits de R\$ 17 milhões e dívidas subiram 6% e estão em R\$ 540 milhões.



Grêmio encerrou 2022 com receitas de R\$ 340 milhões queda de 32%. Sem o impacto das transferências redução foi de 29%. Custos com futebol atingiram R\$ 340 milhões, -7%. Destaque para os R\$ 53 milhões em sócios, mesmo na Serie B. O futebol representa 100% das receitas. Clube fechou com déficits de R\$ 96 milhões, dívidas subiram 29% e estão em R\$ 518 milhões.



Fortaleza atingiu a maior receita da história R\$ 268 milhões, alta de 53%. Em 2021 já havia dobrado. Sem o impacto das transferências a evolução foi de 44%. Destaque para as vendas da marca própria do clube que chegaram a R\$ 35 milhões, mais que os patrocínios. Custos com futebol atingiram R\$ 153 milhões, alta de 44%. O futebol representa 57% das receitas. Clube fechou com superávits de R\$ 32 milhões, dívidas caíram 9% e estão em apenas R\$ 33 milhões.



Ceará gerou receitas de R\$ 173 milhões alta de 9%. Sem o impacto das transferências teve o mesmo aumento. Custos com futebol atingiram R\$ 134 milhões, alta de 10%. O futebol representa 78% das receitas. Clube fechou com déficits de R\$ 6,2 milhões e dívidas estão em R\$ 38 milhões.



Coritiba retorna ao TOP 20 do Brasil com receitas de R\$ 164 milhões alta de 87%. Custos com futebol atingiram R\$ 92 milhões, alta de 60%. O futebol representa 56% das receitas. Clube fechou com superávits de R\$ 61 milhões por conta de sua Recuperação Judicial. As dívidas estão em R\$ 238 milhões.



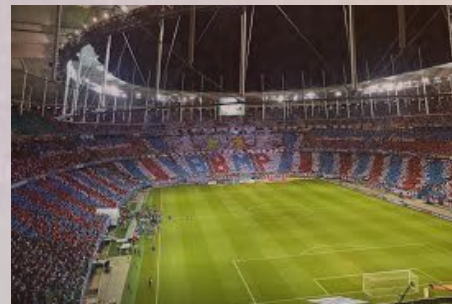
Cruzeiro apresentou receitas de R\$ 150 milhões. Custos com futebol atingiram R\$ 109 milhões, O futebol representa 72% das receitas. Clube fechou com déficit R\$ 25 milhões e dívidas estão em R\$ 1,05 bilhão.



América-MG apresentou receitas de R\$ 149 milhões alta de 46%. Sem o impacto das transferências o aumento foi de 38% em relação a 2021. Custos com futebol atingiram R\$ 106 milhões, alta de 56%. O futebol representa 71% das receitas. Clube fechou com déficits de R\$ -21 milhões e dívidas estão em R\$ 122 milhões.



Cuiabá chegou pela primeira vez entre os TOP 20 clubes do Brasil. As receitas chegaram a R\$ 133 milhões, alta de 90%. Sem o impacto das transferências a evolução foi de 53%. Custos com futebol atingiram R\$ 86 milhões, alta de 59%. O futebol representa 64% das receitas. Clube fechou com superávits de R\$ 26 milhões e dívidas estão em R\$ 2 milhões.



Bahia atingiu receitas de R\$ 108 milhões, queda de 48%. Sem o impacto das transferências a queda foi de 50%. Custos com futebol atingiram R\$ 100 milhões, queda de 37%. O futebol representa 92% das receitas. Clube fechou com déficits de R\$ 78 milhões e dívidas estão em R\$ 284 milhões.



Goiás retorna também ao TOP 20 do Brasil com receitas de R\$ 107 milhões alta de 112%. Sem o impacto das transferências teve aumento de 147%. Custos com futebol atingiram R\$ 58 milhões, alta de 69%. O futebol representa 54% das receitas. Clube fechou com superávits de R\$ 13 milhões e dívidas estão em R\$ 48 milhões.

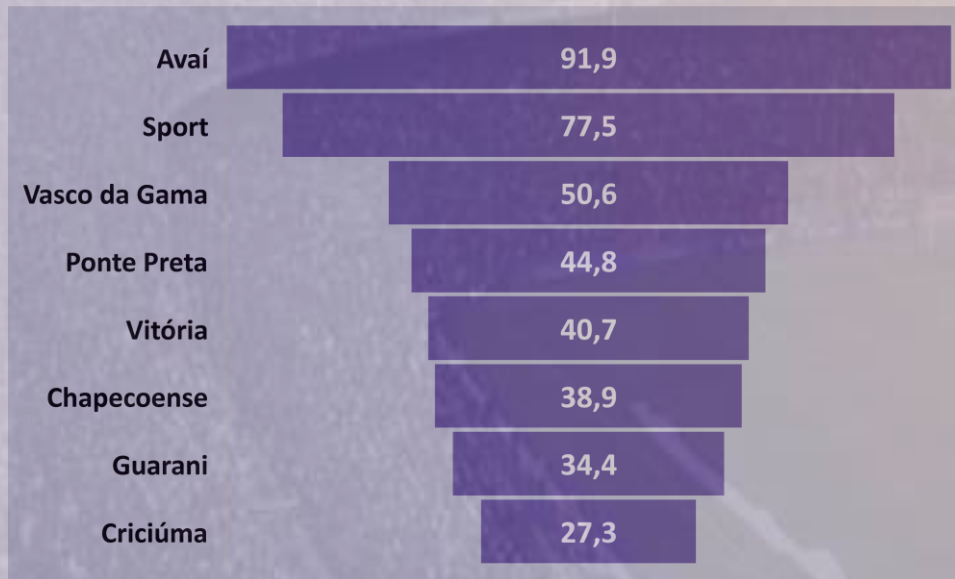


Atlético-GO gerou receitas de R\$ 100 milhões, queda de 11%. Sem o impacto das transferências a queda foi de 22% em relação a 2021. Custos com futebol atingiram R\$ 79 milhões, aumento de 16%. O futebol representa 79% das receitas. Clube fechou com superávits de R\$ 14 milhões e dívidas estão em R\$ 8 milhões.

Quem vem logo atrás

Estes clubes apresentaram receitas que podem levá-los, em futuros estudos, a participarem dos TOP 20.

Receitas em 2022- R\$ milhões



RECEITAS SEM TRANSFERÊNCIAS

Sports Value sempre analisa as receitas sem transferências de atletas, a fim de compreender as receitas recorrentes de cada clube.

Sem o impacto das transferências, o volume gerado pelos TOP 20 clubes foi de R\$ 6 bilhões em 2022, crescimento de 7%. Atualizado pela inflação são os mesmos valores de 2021.

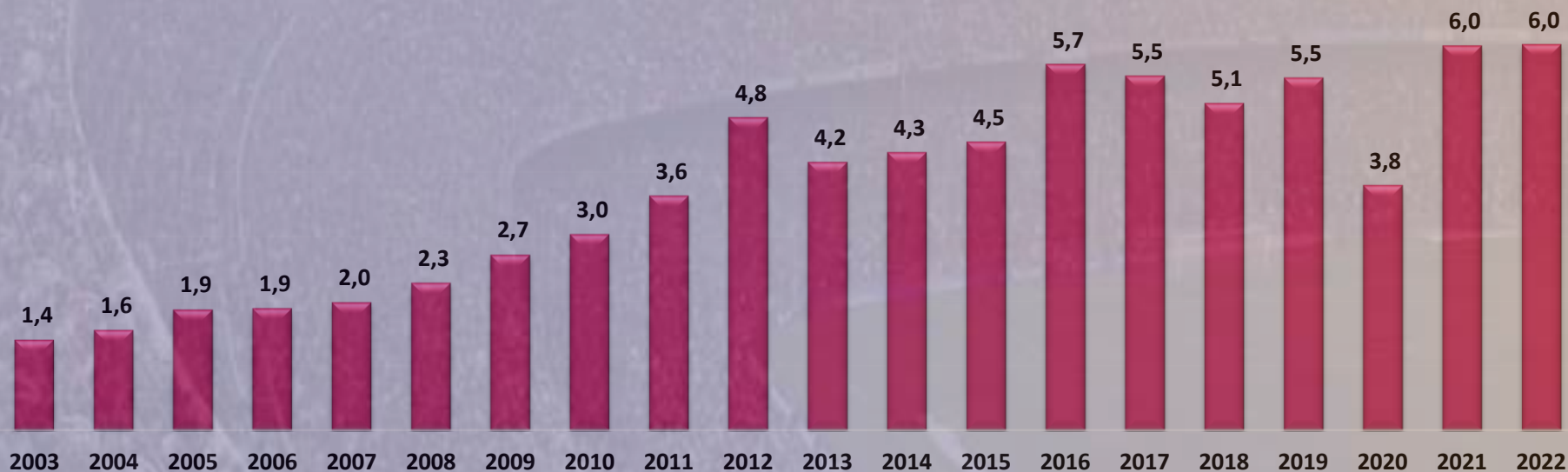
Destaques para Flamengo, Palmeiras, Corinthians e São Paulo, já que são também os TOP 4 em receitas recorrentes no futebol brasileiro em 2022.



RECEITAS SEM TRANSFERÊNCIAS

Top 20 clubes – Receitas sem transferência- Em R\$ milhões

Valores atualizados pela inflação

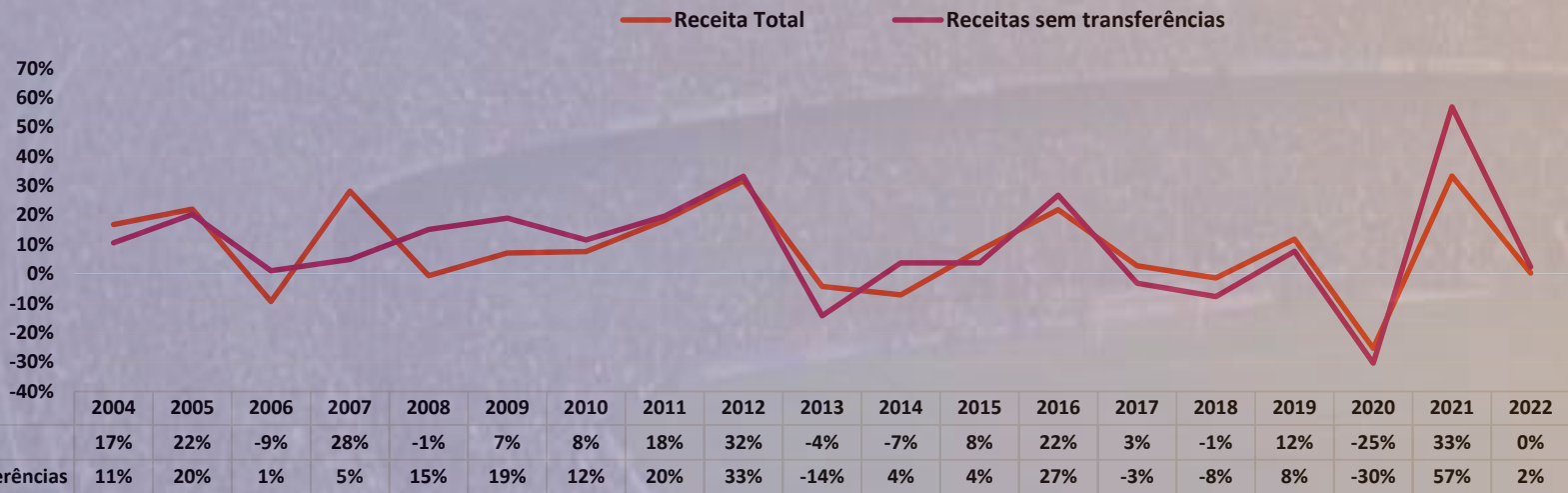


Sem considerar o impacto das transferências, Top 20 clubes geraram US\$ 1,1 bi em receitas um 2022

RECEITAS SEM TRANSFERÊNCIAS

Receita total X Receitas sem transferências – Em %

Valores atualizados pela inflação



RECEITAS SEM TRANSFERÊNCIAS

Receitas sem as transferências -Em R\$ milhões

RK 2022	Clubes	Receitas s/transferências-R\$ milhões					Variação 2021-2022	Receita sem transferências de atletas - R\$ milhões						
		2022	2021	2020	2019			2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012
1	Flamengo	1.044,0	803,6	446,6	650,3	30%	479,0	465,6	498,1	344,0	327,3	272,9	200,5	179,7
2	Palmeiras	682,1	832,9	382,9	533,7	-18%	484,3	466,4	417,3	339,0	182,8	175,1	238,3	135,3
3	Corinthians	632,7	474,3	282,1	381,1	33%	351,0	357,2	341,0	246,5	217,2	246,9	324,7	230,8
4	São Paulo	422,2	344,2	207,2	293,2	23%	255,3	291,5	280,3	222,0	206,0	216,8	237,8	201,9
5	Atlético-MG	341,0	438,8	109,2	188,4	-22%	177,3	268,1	237,8	208,0	177,3	161,8	151,2	77,1
6	Internacional	293,8	293,9	213,5	305,7	0%	229,5	220,0	273,1	203,0	191,2	152,9	192,6	145,7
7	Santos	271,3	299,7	156,0	184,0	-9%	184,0	208,4	223,0	159,1	125,5	127,8	170,5	152,3
8	Athletico-PR	269,1	242,6	127,8	257,2	11%	153,0	131,6	131,2	98,2	104,8	97,0	207,0	47,8
9	Fluminense	253,3	224,0	144,0	159,8	13%	178,3	186,2	240,8	143,8	116,6	110,4	100,0	62,0
10	Fortaleza	248,2	170,7	75,3	114,0	45%	39,5	25,9	ND	19,3	ND	ND	ND	ND
11	Grêmio	243,4	341,8	306,0	332,1	-29%	287,8	293,8	307,9	174,5	168,0	171,5	196,3	133,8
12	Cruzeiro	134,1	138,9	99,8	181,2	-3%	296,4	309,2	209,9	221,7	197,6	163,2	96,8	99,1
13	Ceará	140,8	129,0	76,5	90,1	9%	58,1	31,9	-3,7	-5,0	ND	ND	ND	ND
14	América-MG	137,6	99,5	25,2	27,8	38%	59,0	34,0	50,0	30,6	29,0	17,9	18,2	29,5
15	Coritiba	129,4	83,7	64,1	41,2	55%	102,9	99,5	101,0	80,5	79,7	78,7	74,0	63,2
16	Cuiabá	106,3	69,4	22,7	25,4	53%	12,3	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND
17	Goiás	103,7	42,0	45,9	98,2	147%	58,2	63,7	66,3	52,0	55,9	48,4	17,0	17,0
18	Bahia	86,9	173,2	117,0	144,7	-50%	117,8	102,5	117,4	68,7	67,6	58,0	57,8	36,5
19	Atlético-GO	85,8	109,5	47,6	19,3	-22%	13,6	38,0	ND	ND	ND	ND	ND	ND
20	Red Bull Bragantino	250,0	190,0	ND	ND	-	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND

CUSTOS COM FUTEBOL

Os TOP 20 clubes apresentaram custos com futebol consolidados de R\$ 5,3 bilhões, frente aos R\$ 4,9 bilhões de 2021. Alta de 11%.

Atualizados pela inflação os custos com futebol de 2019, a valores atuais, eram de R\$ 5,8 bilhões. Isso significa que os clubes vem conseguindo manter certo controle orçamentário, o que resulta em superávits no lugar de déficits.

Entre os grandes clubes brasileiros Grêmio, Cruzeiro, Santos, Atlético-MG, Bahia foram os que apresentaram redução mais concreta dos custos com futebol.

Muitos clubes seguem gastando muito como Corinthians com aumento de R\$ 233 milhões nos custos e Internacional com evolução de R\$ 108 milhões.

Cruzeiro, Atlético-MG e Grêmio apresentaram custos com futebol superiores às receitas.

CUSTOS COM FUTEBOL

Top 20 clubes – Custos com Futebol -Em R\$ bilhões

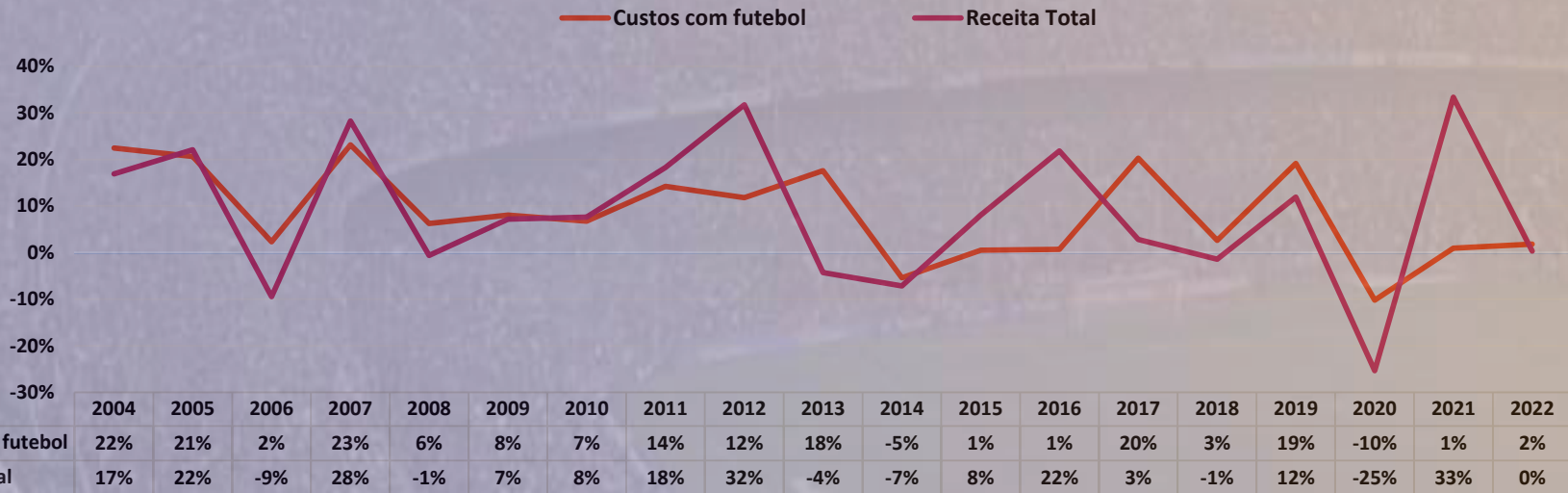
Valores atualizados pela inflação



CUSTOS COM FUTEBOL

Custos com Futebol X Receita Total – Em %

Valores atualizados pela inflação



MAIORES CUSTOS COM FUTEBOL



R\$ 748 mi



R\$ 612 mi



R\$ 565 mi



R\$ 458 mi



R\$ 448 mi



R\$ 389 mi



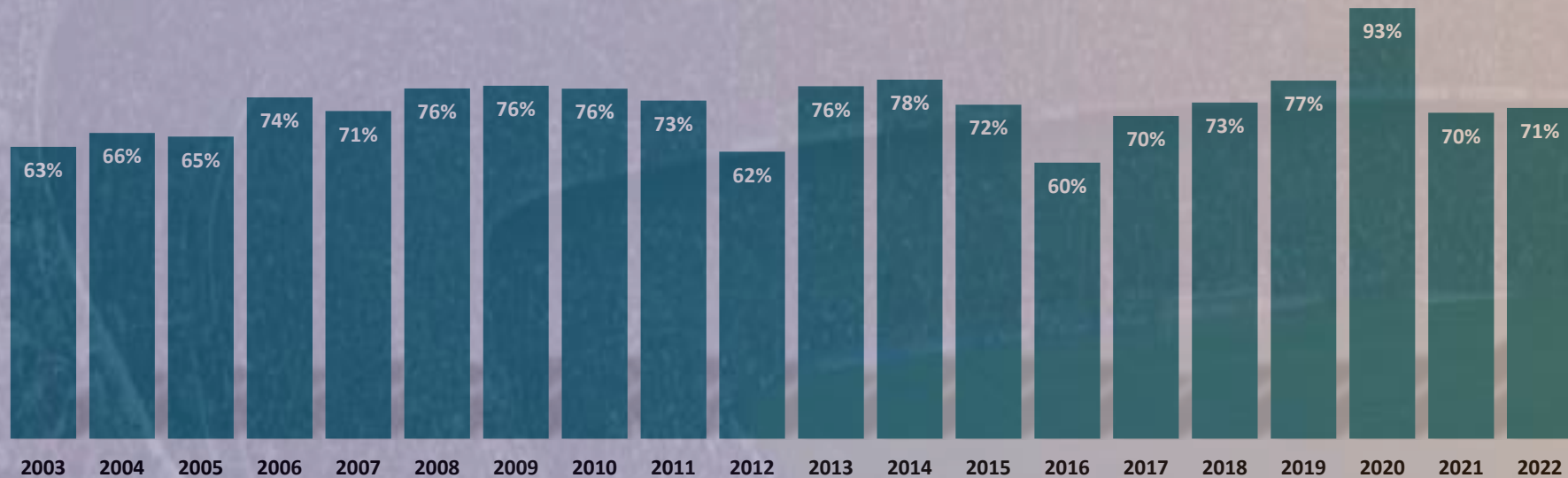
Custos com Futebol -Em R\$ milhões

RK 2022	Clubes	Custos com futebol -R\$ milhões					Custos com Futebol- R\$ milhões								
		2022	2021	2020	2019	Variação 2021-2022	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	
1	Flamengo	747,8	693,5	619,0	617,9	8%	351,0	351,7	200,7	147,0	169,9	180,0	165,0	108,6	
2	Palmeiras	611,6	637,7	521,2	508,4	-4%	535,7	368,5	292,4	246,1	202,3	133,8	139,7	115,9	
3	Corinthians	565,0	331,7	461,6	454,3	70%	377,7	341,8	299,6	250,3	238,5	248,2	233,3	197,4	
4	São Paulo	457,9	412,0	332,2	423,7	11%	304,9	354,8	270,0	273,6	235,5	248,1	189,6	145,9	
5	Atlético-MG	448,0	489,8	313,4	304,9	-9%	205,1	220,9	233,6	166,5	189,6	146,4	125,9	91,3	
6	Internacional*	389,4	282,3	270,5	303,6	38%	222,6	213,3	175,4	215,0	193,4	211,3	192,4	147,5	
7	Grêmio	340,0	366,4	309,8	310,8	-7%	259,9	250,2	190,2	174,6	154,0	156,1	134,4	96,3	
8	Fluminense	261,6	251,6	140,0	185,3	4%	167,6	193,2	181,0	121,9	81,4	82,0	76,3	64,2	
9	Athletico-PR	240,0	174,8	157,4	193,3	37%	157,7	115,7	106,2	107,5	82,1	89,9	71,4	55,6	
10	Santos	202,1	234,1	274,0	251,0	-14%	196,8	208,9	175,4	173,1	164,1	167,7	134,8	142,4	
11	Red Bull Bragantino	172,9	161,8	112,1	29,5	7%	35,2	26,4	-	-	-	-	-	-	
12	Fortaleza	153,3	106,8	60,2	70,0	44%	39,8	20,0	ND	17,0	15,0	ND	ND	ND	
13	Ceará	134,5	122,0	76,9	75,0	10%	60,7	21,5	19,9	18,6	ND	ND	ND	ND	
14	Cruzeiro	108,7	124,4	249,8	437,8	-13%	305,9	244,7	193,1	306,4	193,5	157,5	99,3	88,8	
15	América-MG	106,2	68,3	32,9	31,1	56%	51,0	17,5	31,2	18,9	17,5	18,2	18,9	ND	
16	Bahia	99,6	158,8	135,0	136,4	-37%	94,6	89,6	64,0	47,8	62,6	60,3	53,8	39,0	
17	Coritiba	92,0	57,5	68,3	45,9	60%	55,0	69,7	61,9	54,7	71,4	65,5	61,9	50,3	
18	Cuiabá	85,7	54,0	16,1	15,9	59%	8,0	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	
19	Atlético-GO	79,5	68,5	47,6	18,0	16%	18,2	36,3	ND	ND	ND	ND	ND	ND	
20	Goiás	57,6	34,0	58,2	59,3	69%	43,7	37,7	50,0	30,6	31,9	45,0	34,0	23,8	

*Internacional- Inclui R\$ 80 milhões de pagamento de participação de direitos econômicos.

Flamengo e Palmeiras têm custos com futebol somados de quase R\$ 1,4 bi. Corinthians viu os custos dispararem em 2022, alta foi de 70%!

Top 20 clubes – Indicador Custos com Futebol / Receita Total – Em %



Na média, os 20 clubes tem índice de 71%, dos custos com futebol sobre a receita.

Top 20 clubes – Indicador Custos com Futebol / Receita Total – Em %

RK 2022	Clubes	2022	Custos do futebol / Receita total- Em %				Custos do futebol / Receita total- Em %						
			2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011
1	Red Bull Bragantino	49%	56%	77%	75%	361%	63%	-	-	-	-	-	-
2	Goiás	54%	68%	64%	60%	54%	76%	55%	45%	45%	47%	76%	67%
3	Coritiba	56%	66%	64%	104%	53%	59%	56%	64%	64%	82%	68%	71%
4	Fortaleza	57%	61%	70%	58%	99%	99%	104%	25%	48%	ND	ND	ND
5	Santos	59%	58%	114%	63%	90%	73%	59%	102%	96%	88%	68%	75%
6	Flamengo	64%	64%	84%	65%	65%	54%	39%	41%	49%	66%	78%	59%
7	Cuiabá	64%	77%	71%	63%	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND
8	Athletico-PR	65%	64%	48%	50%	81%	72%	65%	68%	59%	88%	34%	85%
9	São Paulo	70%	87%	93%	106%	75%	74%	69%	83%	95%	68%	67%	65%
10	América-MG	71%	67%	69%	97%	83%	44%	52%	81%	86%	84%	-	-
11	Palmeiras	71%	66%	98%	79%	82%	73%	61%	70%	83%	74%	57%	78%
12	Corinthians	73%	66%	98%	107%	80%	75%	62%	84%	92%	79%	65%	68%
13	Fluminense	75%	75%	72%	70%	56%	84%	62%	68%	67%	66%	50%	80%
14	Ceará	78%	77%	75%	72%	94%	67%	70%	63%	ND	ND	ND	ND
15	Atlético-GO	79%	61%	93%	91%	74%	87%	ND	ND	ND	ND	ND	ND
16	Internacional	83%	74%	96%	69%	76%	87%	60%	72%	94%	81%	76%	78%
17	Bahia	92%	76%	103%	72%	70%	85%	53%	56%	83%	94%	81%	106%
18	Grêmio	100%	74%	73%	70%	62%	68%	59%	92%	75%	79%	58%	67%
19	Atlético-MG	104%	91%	229%	86%	80%	71%	74%	68%	106%	64%	77%	91%
20	Cruzeiro	227%	87%	203%	151%	84%	71%	81%	84%	87%	84%	82%	69%

Top 20 clubes – Ativo Intangível

Valores investidos em jogadores- Em 2022- Em R\$ milhões



Os 20 clubes somados representam um ativo intangível de R\$ 2,2 bilhões em 2022, frente aos R\$ 1,9 bi de 2021.

Os que mais cresceram:
Palmeiras, Grêmio,
Fluminense e Atlético-MG.

O Ativo Intangível somado dos 20 clubes cresceu mais de 82% nos últimos 5 anos.

SUPERÁVITS/DÉFICITS

Os TOP 20 clubes registraram superávits somados de *R\$ 292 milhões em 2022*.

Os números são extremamente positivos, considerando que os valores e TV voltaram à normalidade. Em outros momentos, os clubes teriam encerrado o ano com pesados déficits.

Em 2021, os superávits foram de R\$ 534 milhões (R\$ 571 mi atualizados), em função dos valores extraordinários da TV. As perdas de 2020 passaram de R\$ -1 bi (R\$ 1,2 bi).

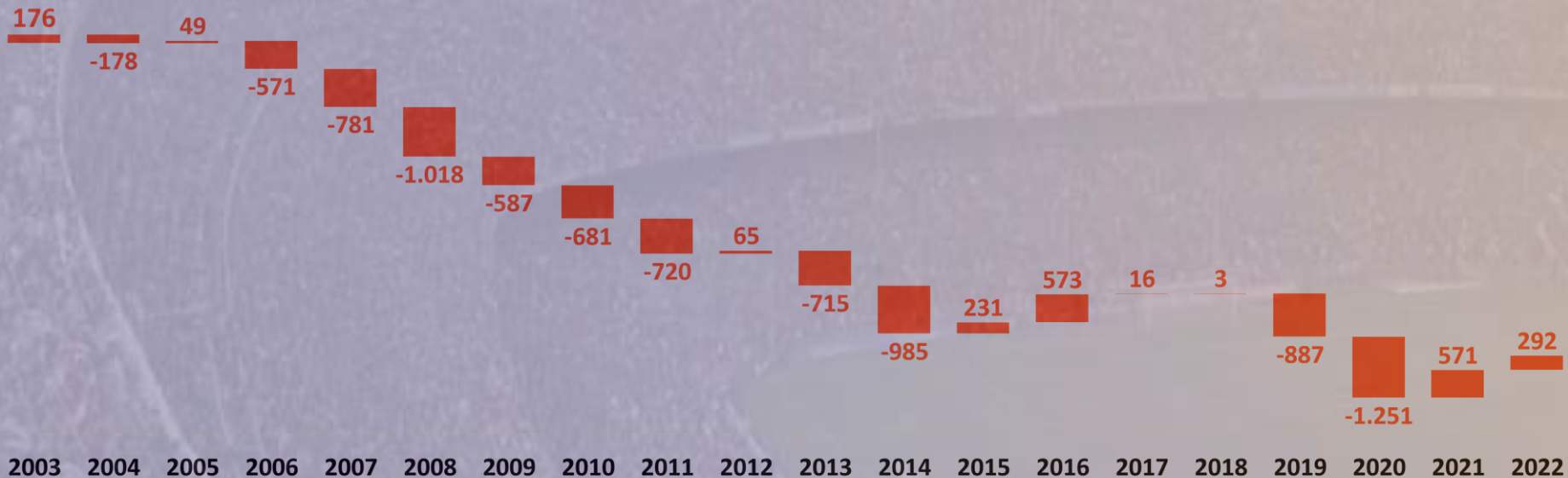
Os clubes com maiores superávits em 2022 foram Flamengo, Atlético-MG, Coritiba, Athletico-PR, São Paulo e Fortaleza. Os superávits do Atlético-MG são por conta de suas operações imobiliárias.

Nos últimos 5 anos os TOP 20 times apresentaram déficits somados de *R\$ - 950 milhões*. Considerando a inflação do período perdas já chegam a R\$ -1,3 bilhão. Nos últimos 20 anos, o valor acumulado passa dos *R\$ -6,4 bilhões de déficits somados*.

SUPERÁVITS / DÉFICITS

Top 20 clubes – Superávits / Déficits - Em R\$ milhões

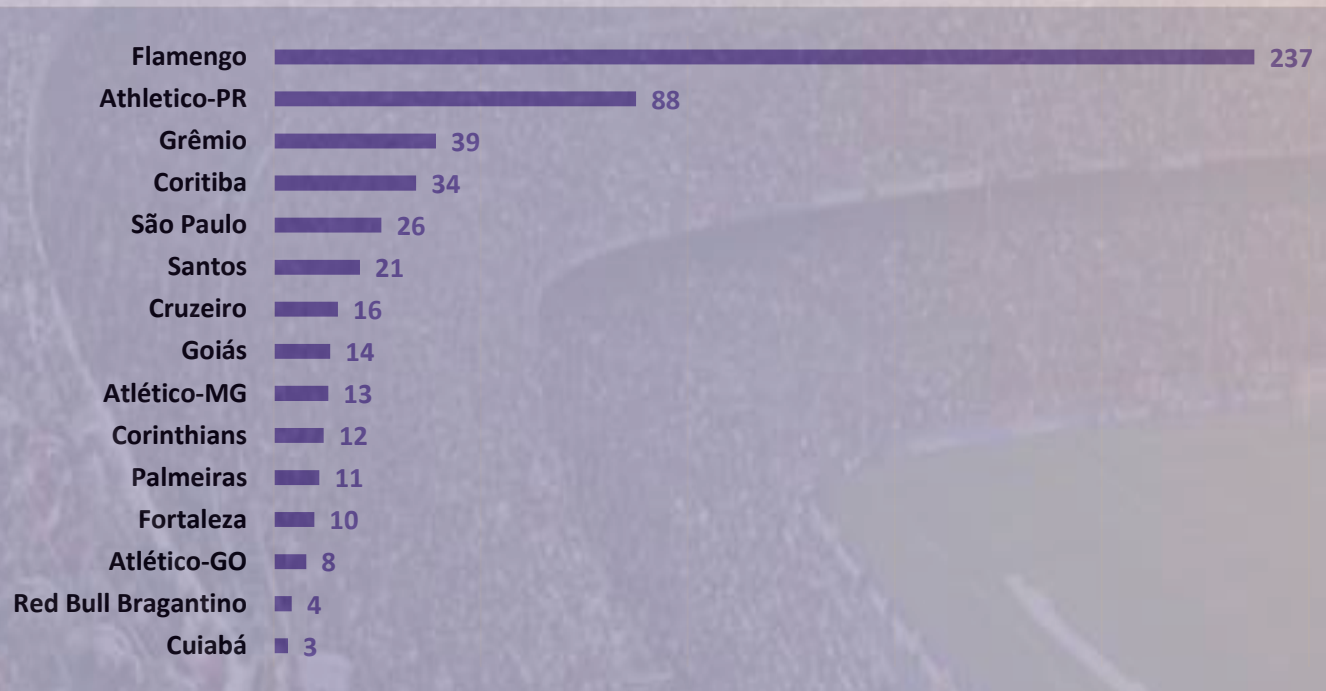
Valores atualizados pela inflação



Top 20 clubes – Superávits / Déficits - Em R\$ milhões

RK 2022	Clubes	Superávits / Déficits -R\$ milhões					Acumulado Últimos 5 anos
		2022	2021	2020	2019	2018	
1	Flamengo	135,7	177,6	-106,9	62,9	45,9	315,2
2	Atlético-MG	70,6	101,9	19,2	-47,2	-21,9	122,6
3	Coritiba	60,8	3,9	-22,2	-50,5	-2,6	-10,7
4	Athletico-PR	47,7	66,3	134,4	63,5	16,5	328,3
5	São Paulo	37,5	-106,5	-129,6	-156,1	7,2	-347,5
6	Fortaleza	32,3	15,3	-9,8	3,4	-1,5	39,7
7	Cuiabá	25,8	-5,0	-0,2	1,7	1,4	23,7
8	Red Bull Bragantino	21,9	22,0	13,4	0,1	-29,0	28,6
9	Palmeiras	18,2	133,1	-151,0	1,7	30,7	32,7
10	Santos	16,9	43,9	-119,8	23,5	-77,4	-112,9
11	Corinthians	15,4	5,7	-148,5	-195,0	-18,8	-341,2
12	Atlético-GO	13,8	30,7	2,7	1,3	6,3	54,7
13	Goiás	13,2	-7,4	-3,1	2,8	9,3	14,8
14	Fluminense	7,1	-2,1	-2,9	-9,3	-1,5	-8,7
15	Ceará	-6,2	0,3	0,4	5,8	3,0	3,3
16	Internacional	1,0	0,8	-91,9	-3,0	-9,6	-102,6
17	América-MG	-21,2	-4,8	-8,6	-17,5	-3,8	-55,9
18	Cruzeiro	-24,6	-113,0	-226,5	-394,1	-73,8	-832,1
19	Bahia	-77,8	27,8	-50,6	3,9	4,5	-92,2
20	Grêmio	-96,3	14,2	37,5	22,2	53,5	31,1

Top 20 clubes – Ativo Circulante Valores em Caixa e Bancos em 2022- Em R\$ milhões



Clubes brasileiros têm baixos índices de liquidez.

Os TOP 20 clubes somados, tinham R\$ 543 milhões em caixa, em dezembro de 2022.

A CBF em 2022 tinha R\$ 888 milhões em caixa.

DÍVIDAS

As dívidas dos TOP 20 clubes atingiu *R\$ 10,6 bilhões*, frente aos R\$ 10,3 bilhões de 2021.

As dívidas dos clubes no meio da pandemia (2020), alcançaram R\$ 12 bilhões, em valores atualizados pela inflação.

Atlético-MG lidera o ranking com dívidas de R\$ 1,6 bi, seguido do Cruzeiro R\$ 1,05 bi, Corinthians R\$ 910 mi, Palmeiras R\$ 876 milhões e Internacional R\$ 866 milhões.

As dívidas fiscais estão agora em *R\$ 3,1 bilhões e representam 29% dos débitos dos clubes*.

Despesas financeiras com empréstimos e atualização de débitos tributários em 2022 geraram um impacto de mais de R\$ 1 bilhão nas finanças dos clubes.

Com os juros elevadíssimos no Brasil, clubes deveriam reduzir alavancagem de suas operações e dívidas, a fim de usar os recursos de forma mais produtiva.

DÍVIDAS

Top 20 clubes – Dívida Total- Em R\$ bilhões

Valores atualizados pela inflação



Clubes conseguiram reduzir de forma efetiva as dívidas no pós pandemia. Endividamento de muitos clubes ainda é preocupante.

MAIORES DÍVIDAS



R\$ 1,6 bi



R\$ 1 bi



R\$ 910 mi



R\$ 876 mi



R\$ 866 mi



R\$ 730 mi



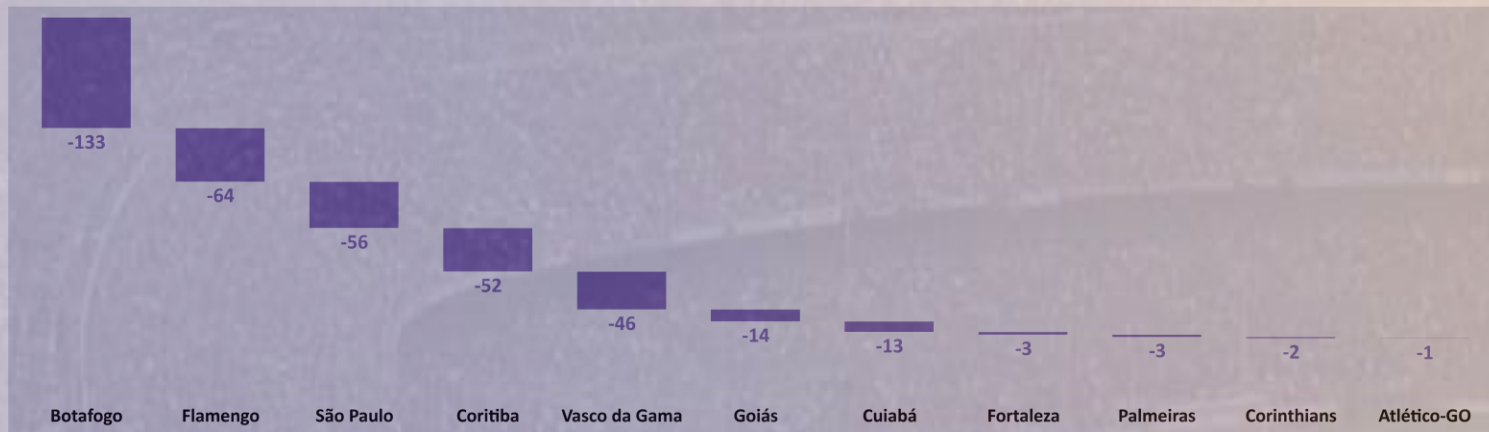
Top 20 clubes – Dívidas- Em R\$ milhões

RK 2022	Clubes	2022	Dívida Total -R\$ milhões			Variação 2021-2022	Dívidas - Em R\$ milhões							
			2021	2020	2019		2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011
1	Atlético-MG	1.571,0	1.312,0	1.234,5	746,6	20%	595,0	538,1	518,7	496,5	491,4	438,4	414,5	367,6
2	Cruzeiro	1.053,0	1.020,4	962,6	799,1	3%	501,3	371,8	363,1	290,0	252,9	199,9	143,0	120,3
3	Corinthians	910,4	912,0	949,2	783,7	0%	549,2	425,5	425,9	452,7	371,7	193,7	177,1	178,5
4	Palmeiras	875,8	878,6	565,2	501,2	0%	463,0	391,6	394,8	409,7	332,7	311,8	324,5	240,5
5	Internacional	865,7	864,2	882,9	794,3	0%	726,3	662,5	660,5	651,0	340,6	229,3	215,4	197,4
6	Botafogo	729,5	862,8	941,1	826,4	-15%	783,9	713,6	751,1	731,1	848,4	698,8	660,9	563,9
7	Fluminense	677,5	664,2	649,1	642,5	2%	629,0	568,5	501,8	461,9	439,6	422,7	444,8	404,9
8	Vasco da Gama	664,1	709,8	828,3	741,3	-6%	622,5	592,8	456,8	467,6	596,5	571,8	430,0	422,6
9	São Paulo	586,6	642,5	575,0	503,2	-9%	377,7	295,4	335,3	359,4	341,0	250,7	273,4	158,5
10	Santos	539,9	509,1	568,5	440,2	6%	445,9	340,2	356,7	409,9	373,2	296,7	278,1	207,7
11	Grêmio	518,1	401,8	396,2	410,4	29%	411,9	359,1	397,4	423,8	382,1	282,0	187,2	198,9
12	Red Bull Bragantino	301,1	274,9	144,0	125,4	10%	65,0	6,1	ND	ND	ND	ND	ND	ND
13	Athletico-PR	285,0	191,7	200,3	278,5	49%	296,3	288,6	264,5	248,3	233,4	118,3	-	4,1
14	Bahia	284,3	225,3	267,9	224,2	26%	205,4	170,5	166,4	162,9	216,0	167,8	61,2	58,4
15	Flamengo	258,8	323,2	748,9	509,5	-20%	411,8	335,0	460,6	579,3	697,9	757,4	803,7	355,5
16	Coritiba	237,5	289,8	296,4	307,9	-18%	241,8	246,1	242,6	227,8	214,3	168,4	151,0	111,0
17	América-MG	122,5	91,7	86,4	82,2	34%	63,1	57,7	57,6	59,7	61,7	55,3	50,6	43,8
18	Goiás	48,2	62,6	60,4	48,6	-23%	45,1	42,0	42,4	56,2	80,1	96,3	80,4	79,9
19	Ceará	38,0	31,8	26,5	14,3	20%	12,6	9,6	11,4	9,5	ND	ND	ND	ND
20	Fortaleza	33,1	36,2	38,0	25,1	-9%	24,0	21,5	ND	17,9	16,1	ND	ND	ND
21	Atlético-GO	8,2	8,8	33,3	28,4	-7%	29,2	30,4	ND	ND	ND	ND	ND	ND
22	Cuiabá	2,0	14,7	4,5	3,2	-86%	0,0	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND

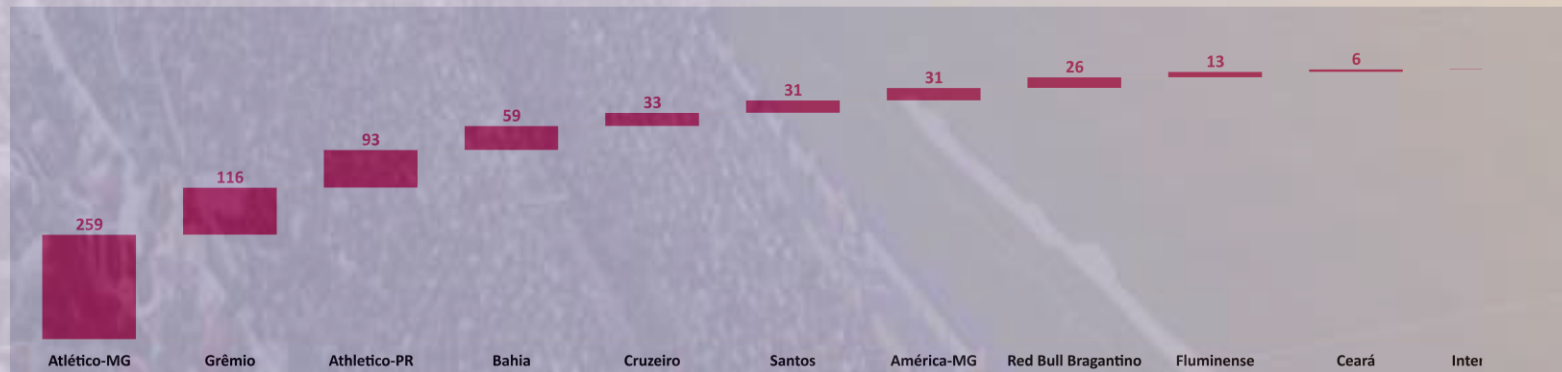
*Palmeiras- Dívida do clube sem impacto do Allianz Parque foi de R\$ 451 M em 2022 e R\$ 435 milhões em 2021.

**Internacional- Dívida do clube sem impacto do Beira Rio foi de R\$ 633 M em 2022 e R\$ 612 M em 2021

Redução em valores absolutos das dívidas– De 2021 para 2022- R\$ milhões



Aumento em valores absolutos das dívidas– De 2021 para 2022- R\$ milhões



Top 20 clubes – Indicador Dívida Total / Receita Total

RK	Clubes	Dívida total / Receita total					Dívida total / Receita total						
		2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011
1	Cuiabá	0,02	0,21	0,20	0,12	0,00	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND
2	Fortaleza	0,12	0,21	0,44	0,21	0,60	1,32	-	2,19	ND	ND	ND	ND
3	Atlético-GO	0,14	0,14	0,33	0,61	1,18	0,73	ND	ND	ND	ND	ND	ND
4	Ceará	0,22	0,20	0,26	0,14	0,19	0,30	0,40	0,32	ND	ND	ND	ND
5	Flamengo	0,22	0,30	1,12	0,54	0,76	0,52	0,90	1,63	2,01	2,78	3,79	1,92
6	Goias	0,45	1,24	0,67	0,49	0,56	0,65	0,64	0,80	1,28	1,74	1,51	4,32
7	Athletico-PR	0,77	0,70	0,61	0,71	1,52	1,79	1,61	1,57	1,68	1,16	0,00	0,06
8	América-MG	0,82	0,90	1,82	2,57	1,03	1,44	1,45	1,00	2,10	2,55	2,39	-
9	Red Bull Bragantino	0,86	0,94	0,99	3,20	6,67	0,15	-	-	-	-	-	-
10	São Paulo	0,89	1,35	1,60	1,26	0,93	0,61	0,86	1,09	1,38	0,69	0,96	0,70
11	Palmeiras	1,02	0,90	1,06	0,78	0,71	0,78	0,83	1,17	1,36	1,72	1,33	1,62
12	Corinthians	1,17	1,80	2,01	1,84	1,01	0,94	0,88	1,52	1,44	0,61	0,49	0,61
13	Coritiba	1,45	3,30	2,78	6,99	2,35	2,07	2,21	2,66	2,46	1,74	1,74	1,67
14	Grêmio	1,52	0,81	0,93	0,93	0,98	0,97	1,22	2,22	1,85	1,44	0,80	1,39
15	Santos	1,58	1,25	2,37	1,10	2,05	1,19	1,21	2,41	2,18	1,56	1,41	1,10
16	Internacional	1,86	2,26	3,14	1,80	2,48	2,85	2,26	2,19	1,66	0,88	0,85	1,05
17	Fluminense	1,95	1,99	3,34	2,42	2,12	2,48	1,71	2,56	3,60	3,39	2,94	5,05
18	Bahia	2,62	1,08	2,05	1,18	1,51	1,63	1,38	1,93	2,85	2,60	0,92	1,58
19	Atlético-MG	3,66	2,44	2,99	2,11	2,31	1,73	1,64	2,03	2,75	1,92	2,54	3,68
20	Cruzeiro	6,79	6,41	9,33	7,62	1,46	1,08	1,52	0,80	1,13	1,06	1,19	0,93
21	Vasco da Gama	13,12	3,81	4,35	3,45	2,39	2,94	2,14	2,46	4,62	3,64	2,94	3,08
22	Botafogo	32,42	7,08	5,84	3,87	4,28	2,54	4,69	6,04	5,19	3,85	5,38	9,57

Dívidas / Receitas

É um ótimo diagnóstico para analisar a realidade financeira dos clubes. Quanto menor o indicador, mais equilibrado financeiramente.

O ideal é que fique próximo de 1.

Clubes que viraram SAF estavam em situação dramática.

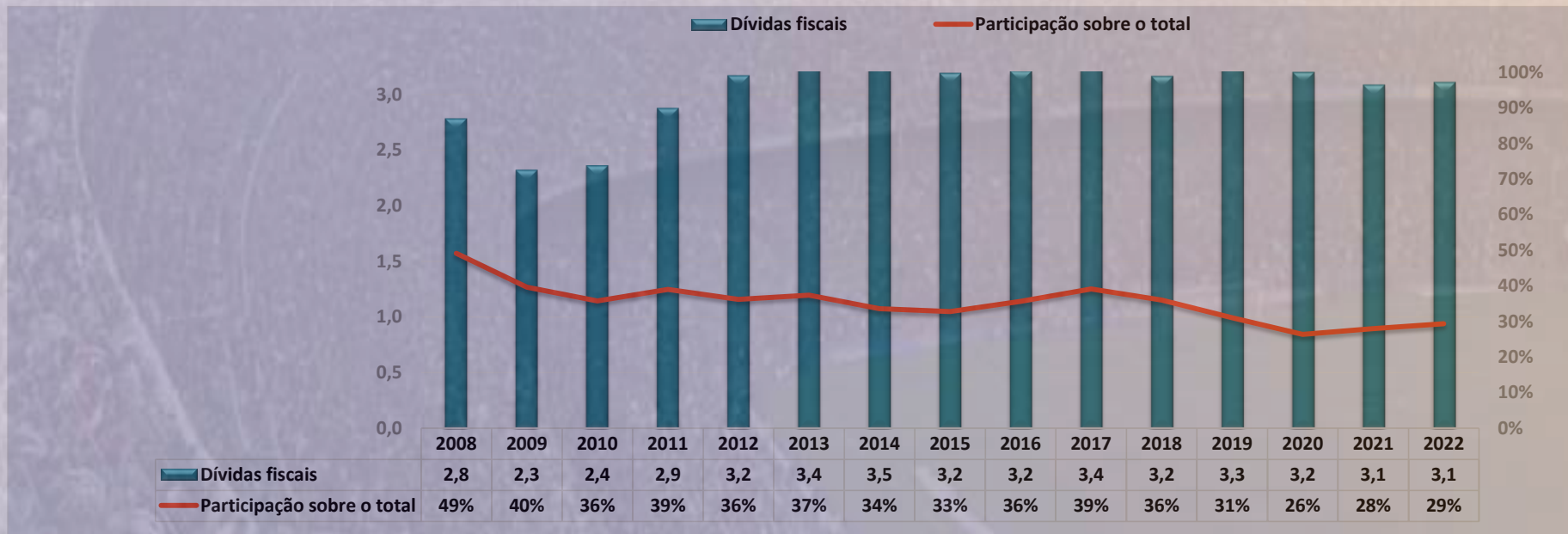
Modelo de SAF não tem benchmarks entre os clubes melhor administrados do Brasil.

Cuiabá, Fortaleza, Atlético-GO, Ceará e Flamengo são os que têm os melhores índices.

DÍVIDAS FISCAIS

Top 20 clubes – Dívidas Fiscais- Em R\$ bilhões

Valores atualizados pela inflação



Alta nas dividas de operação dos clubes: Bancos, fornecedores, atletas comissão técnica, aquisição de atletas crescem muito acima das dividas fiscais.

Top 20 clubes – Dívidas Fiscais- Em R\$ milhões

RK	Clubes	Dívida Fiscais -R\$ milhões					Variação 2021-2022	Dívidas Fiscais- Em R\$ milhões							
		2022	2021	2020	2019	2018		2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	
1	Corinthians	505,2	401,9	326,8	222,9	220,7	215,3	202,2	184,8	147,2	169,2	54,4	57,5		
2	Fluminense	314,1	250,3	245,6	157,0	223,5	220,6	182,1	163,0	195,6	165,1	165,5	158,3		
3	Atlético-MG	303,5	318,9	295,3	262,6	215,7	237,1	284,3	258,0	239,2	258,8	223,1	187,5		
4	Internacional	258,9	242,9	206,1	84,8	86,3	88,1	91,2	84,8	125,9	124,4	124,2	122,7		
5	Botafogo	252,1	233,9	336,2	319,0	298,6	325,7	271,0	265,1	197,3	129,6	200,8	198,3		
6	Vasco da Gama	243,7	245,5	284,8	272,7	273,3	255,0	154,9	173,9	247,5	218,1	109,8	85,2		
7	Cruzeiro	229,8	232,1	217,7	271,4	175,8	170,8	174,0	156,8	63,8	50,4	59,8	45,0		
8	Flamengo	212,6	218,7	228,0	286,7	244,2	300,5	282,4	265,1	354,6	377,1	400,2	257,5		
9	São Paulo	180,7	142,7	58,6	63,7	71,5	82,8	89,3	82,4	59,0	60,5	62,8	60,8		
10	Santos	142,2	132,5	135,8	165,1	161,5	157,9	146,9	128,4	100,9	98,2	96,4	94,2		
11	Bahia	115,7	103,3	126,9	109,6	107,0	107,1	105,0	92,2	120,9	65,8	ND	ND		
12	Coritiba	97,2	91,3	86,6	31,0	101,2	100,5	95,3	87,1	66,9	58,5	55,8	48,9		
13	Grêmio	82,2	79,0	91,0	92,9	92,4	92,4	89,2	82,4	95,2	95,3	89,9	87,8		
14	América-MG	57,3	55,9	36,7	36,8	37,5	36,2	35,3	31,4	15,4	10,7	11,1	ND		
15	Palmeiras	37,3	44,7	51,6	58,7	65,5	72,0	70,4	67,7	63,4	46,4	49,0	49,1		
16	Goiás	27,7	31,3	23,3	23,7	24,2	23,5	24,1	23,4	27,3	13,3	11,6	11,5		
17	Ceará	17,1	21,3	9,2	7,2	7,8	7,6	6,6	7,2	ND	ND	ND	ND		
18	Atlético-GO	13,8	16,0	16,7	12,2	13,4	12,0	ND	ND	ND	ND	ND	ND		
19	Athletico-PR	11,8	12,9	13,9	10,5	14,5	11,5	10,6	11,7	1,0	3,3	3,4	-		
20	Fortaleza	5,8	7,3	7,8	7,9	8,4	9,2	ND	8,7	6,2	Nd	ND	BD		

Amir Somoggi, sócio da Sports Value e responsável por iniciar as análises dos balanços dos clubes brasileiros em 2003 no Brasil.




“Futebol brasileiro apresentou forte resiliência neste pós pandemia e receitas atingiram maior patamar da história. Custos seguem altos, mas mais controlados que em outros anos. A dependência das transferências para equilibrar as contas segue sendo nossa realidade.

Números de 2022 seguem indicando que a boa administração venceu às gestões irresponsáveis. e mesmo sem Fair Play Financeiro, Liga ou regulação, os times campeões são os que apresentam boas gestões.

O futuro passa também pelo futebol feminino e os patrocínios data driven.

Nossas análises completam exatos 20 anos de história e este relatório traz muitos dados e análises inéditas, a fim de contribuir com as próximas décadas do futebol no Brasil.”



MUDANÇA URGENTE
NO CALENDÁRIO.

criação de uma
LIGA INDEPENDENTE
DA CBF.

FOCO TOTAL NA
SÉRIE A, QUEM
PAGA A CONTA.

FAIR PLAY
FINANCEIRO.

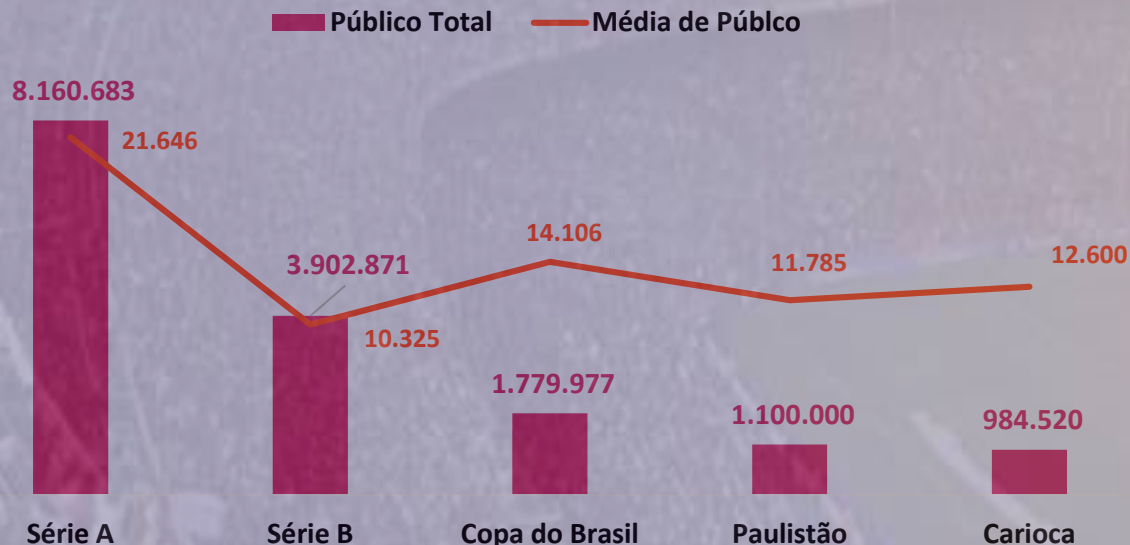
INTERNACIONALIZAÇÃO
DO MERCADO.

NOVOS CONTEÚDOS
PARA ATRAIR O
PÚBLICO JOVEM.

MUDANÇAS NECESSÁRIAS NO FUTEBOL DO BRASIL

Em todas as partes do planeta competições nacionais iniciam a temporada regular, com foco na principal disputa do calendário, após ótima pré-temporada e com muita promoção e marketing.

Iniciar o calendário pelos Estaduais diminui no mínimo em 35% o tamanho do negócio futebol no Brasil. Quando a Série A tem início, treinadores foram demitidos, jogadores ficaram contundidos, torcedor já está desanimado. Somente a Liga pode alterar tudo. Iniciando pelo calendário.



De acordo com o IBOPE, os Campeonatos Estaduais são as competições com menor interesse dos torcedores.

Uma mudança no Calendário pode gerar R\$ 4 bi novos em 5 anos.

*Key Performance
Indicators – KPI's
Clubes com maiores receitas
em 2022*

KEY PERFORMANCE INDICATORS- KPI'S



Mercado brasileiro vem apresentando melhoras no ambiente de negócios e muitos clubes vem conseguindo manter uma operação estável em com bons indicadores de desempenho.

Sports Value criou há alguns anos um modelo de análise com os principais KPI's financeiros dos clubes.

Nossos melhores exemplos de 2022:

Os modelos de administração mais equilibrados da atualidade no Brasil: Flamengo, Palmeiras, Athletico-PR, Fortaleza., Cuiabá , Atlético-GO e Ceará.

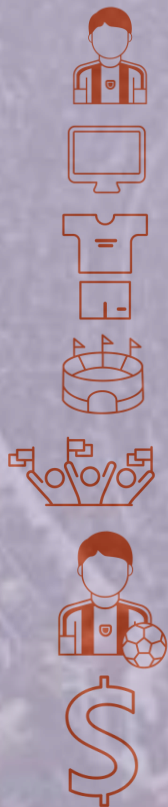




Flamengo

Valores do balanço

2022 x 2021- Em R\$ milhões













Fontes de receitas	2022	2021	Variação
Direitos de TV e premiações	495	450	10%
Patrocínios	150	160	-7%
Transferências de jogadores	133	278	-52%
Estádio	127	32	296%
Clube Social	95	73	29%
Licenciamento e royalties	88	42	109%
Sócio-Torcedor	72	38	91%
Outras	17	8	113%
Receita total	1.177	1.082	9%
Custos com futebol total	748	694	8%
Superávits/Déficits	136	178	-24%
Superavits acumulados 8 anos	759		
Ativo- Caixa e Bancos	237	127	86%
Ativo intangível-jogadores	372	309	21%
Ativo total	1.132	1.067	6%
Dívidas com empréstimos	36	70	-49%
Dívida Total	259	323	-20%
Patrimônio Líquido	335	199	68%



Palmeiras

2022 x 2021 - Em R\$ milhões







	2022	2021	Variação
 Fontes de receitas			
Direitos de TV	289	551	-48%
 Transferências de jogadores	174	139	25%
Marketing	165	199	-17%
 Bilheteria	87	15	481%
Sócio-Torcedor	50	19	165%
 Clube Social	50	35	43%
Outras	42	14	198%
 Receita total	856	972	-12%
 Custos com futebol total	612	638	-4%
Superávits/Déficits	18	133	-86%
 Superavits acumulados 8 anos	190		
 Ativo- Caixa e Bancos	11	15	-25%
Ativo intangível-jogadores	289	252	14%
 Ativo total	1.381	1.143	21%
 Dívidas com empréstimos	89	114	-21%
Dívida Total*	876	879	0%
Patrimônio Líquido	121	102	18%

*Dívida do clube sem impacto do Allianz Parque foi de R\$ 451 M em 2022 e R\$ 435 milhões em 2021.



Corinthians

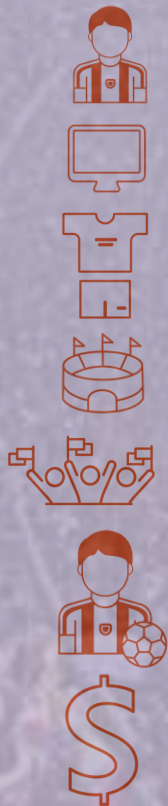
2022 x 2021 - Em R\$ milhões

	2022	2021	Variação
 Fontes de receitas			
Direitos de TV	337	270	25%
 Transferências de jogadores	146	28	423%
Bilheteria	98	15	551%
 Patrocínios	94	126	-26%
Sócios	92	55	68%
 Outras	12	12	0%
Receita total	779	506	54%
Custos com futebol total	565	332	70%
 Superávits/ Déficits	15	6	104%
Déficits acumulados 8 anos	-443		
 Ativo- Caixa e Bancos	12	4	177%
Ativo intangível-jogadores	222	217	2%
Ativo total	1.251	1.337	-6%
Dívidas com empréstimos	97	117	-17%
Dívida Total	910	912	0%
 Patrimônio Líquido	-114	-127	-11%



São Paulo

2022 x 2021 - Em R\$ milhões












Fontes de receitas	2022	2021	Variação
Transferências de jogadores	229	121	89%
Direitos de TV	205	243	-16%
Marketing	70	49	43%
Bilheteria	64	8	661%
Social e Amador	43	29	51%
Estádio	24	14	77%
Sócio Torcedor	18	10	90%
Outras	3	2	30%
Receita total	657	476	38%
Custos com futebol total	458	412	11%
Superávits/ Déficits	37	-106	135%
Déficits acumulados 8 anos	-356		
Ativo- Caixa e Bancos	26	39	-33%
Ativo intangível-jogadores	121	132	-8%
Ativo total	883	950	-7%
Dívidas com empréstimos	204	189	8%
Dívida Total	587	642	-9%
Patrimônio Líquido	-237	-277	14%



Internacional

2022 x 2021 - Em R\$ milhões

	Fontes de receitas	2022	2021	Variação
	Transferências de jogadores	173	88	96%
	Direitos de TV	154	173	-11%
	Sócios	61	61	1%
	Marketing	59	55	8%
	Bilheteria	15	3	442%
	Outras	4	2	100%
	Receita total	467	382	22%
	Custos com futebol total	389	282	38%
	Superávits/ Déficits	1	1	31%
	Superavits acumulados 8 anos	-139		
	Ativo- Caixa e Bancos	2	9	-80%
	Ativo intangível-jogadores	124	107	17%
	Ativo total	1.241	1.279	-3%
	Dívidas com empréstimos	118	128	-7%
	Dívida Total*	866	864	0%
	Patrimônio Líquido	202	201	0%



*Dívida do clube sem impacto do Beira Rio foi de R\$ 633 M em 2022 e R\$ 612 M em 2021.

KEY PERFORMANCE INDICATORS KPI'S



Atlético-MG

2022 x 2021- Em R\$ milhões

	Fontes de receitas	2022	2021	Variação
	Direitos de TV	155	279	-45%
	Marketing	98	89	10%
	Transferências de jogadores	88	99	-12%
	Bilheteria	39	43	-9%
	Sócio Torcedor	29	13	127%
	Clube social	13	8	56%
	Outras	8	7	14%
	Receita total	429	538	-20%
	Custos com futebol total	448	490	-9%
	Superávits / Défcitis*	71	102	-31%
	Superavits acumulados 8 anos	88		
	Ativo- Caixa e Bancos	13	18	-25%
	Ativo intangível-jogadores	241	256	-6%
	Ativo total	1.937	1.628	19%
	Dívidas com empréstimos	843	580	45%
	Dívida Total	1.571	1.312	20%
	Patrimônio Líquido	226	155	46%



Athletico-PR

2022 x 2021 - Em R\$ milhões

	Fontes de receitas	2022	2021	Variação
	Direitos de TV	129	189	-32%
	Transferências de jogadores	101	32	216%
	Marketing	70	24	192%
	Sócios	38	21	77%
	Bilheteria	25	7	267%
	Arena	6	1	478%
	Outras	1	0	-
	Receita total	371	275	35%
	Custos com futebol total	240	175	37%
	Superávits/ Déficits	48	66	-28%
	Superavits acumulados 8 anos	437		
	Ativo- Caixa e Bancos	88	152	-43%
	Ativo intangível-jogadores	132	85	56%
	Ativo total	1.176	1.092	8%
	Dívidas com empréstimos	312	291	7%
	Dívida Total	285	191	49%
	Patrimônio Líquido	736	688	7%

*Empréstimos incluem dívida da Arena.



Fluminense

2022 x 2021- Em R\$ milhões



Fontes de receitas	2022	2021	Variação
Direitos de TV	151	177	-14%
Transferências de jogadores	94	110	-14%
Marketing	33	20	62%
Clube Social	15	13	15%
Sócio Torcedor	22	9	154%
Bilheteria	24	3	856%
Outras	7	2	250%
Receita total	347	333	4%
Custos com futebol total	262	252	4%
Superávits / Défcits	7	-2	-443%
Superavits acumulados 8 anos	74		
Ativo- Caixa e Bancos	0	20	-100%
Ativo intangível-jogadores	78	54	44%
Ativo total	529	470	13%
Dívidas com empréstimos		33	-100%
Dívida Total	678	664	2%
Patrimônio Líquido	-264	-271	-3%

KEY PERFORMANCE INDICATORS- KPI'S



Santos

2022 x 2021 - Em R\$ milhões

	2022	2021	Varição
 Fontes de receitas			
Direitos de TV	145	219	-34%
Transferências de jogadores	71	107	-34%
Marketing	67	50	34%
Sócios	20	13	48%
Bilheteria	4	1	186%
Outras	36	16	125%
Receita total	342	407	-16%
Custos com futebol total	202	234	-14%
Superávits / Déficits	17	44	-62%
Déficits acumulados 8 anos	-134		
 Ativo- Caixa e Bancos	21	14	52%
Ativo intangível-jogadores	87	38	130%
Ativo total	302	246	23%
Dívidas com empréstimos	97	59	64%
Dívida Total	540	509	6%
Patrimônio Líquido	-404	-421	4%



Grêmio

2022 x 2021- Em R\$ milhões

	Fontes de receitas	2022	2021	Variação
	Transferências de jogadores	102	159	-36%
	Direitos de TV	89	207	-57%
	Marketing	67	50	34%
	Sócios	53	56	-5%
	Bilheteria	0	0	-50%
	Outras	29	26	12%
	Receita total	340	498	-32%
	Custos com futebol total	340	366	-7%
	Superávits/ Déficits	-96	14	-777%
	Superavits acumulados 8 anos	40		
	Ativo- Caixa e Bancos	39	23	68%
	Ativo intangível-jogadores	131	124	5%
	Ativo total	471	433	9%
	Dívidas com empréstimos	77	23	229%
	Dívida Total	518	402	29%
	Patrimônio Líquido	-179	-83	-116%



Fortaleza

2022 x 2021 - Em R\$ milhões



Fontes de receitas	2022	2021	Variação
Direitos de TV	118	113	4%
Sócio Torcedor	35	14	151%
Vendas lojas e royalties	35	18	90%
Bilheteria	21	6	253%
Transferências de jogadores	20	4	349%
Patrocínios	19	10	93%
Outras	20	9	115%
Receita total	268	175	53%
Custos com futebol total	153	107	44%
Superávits / Défcitis	32	15	111%
Superavits acumulados 8 anos	37		
Ativo- Caixa e Bancos	10	4	134%
Ativo intangível-jogadores	46	20	128%
Ativo total	120	66	82%
Dívidas com empréstimos	3	3	0%
Dívida Total	33	36	-9%
Patrimônio Líquido	24	9	176%



Fortaleza EC

Um benchmark para o mercado brasileiro.

Os números de 2022 do Fortaleza devem servir de referência para o mercado brasileiro, de acordo com análise da Sports Value. Receitas no ano passado foram de R\$ 268 milhões, recorde para o clube. Dívidas foram reduzidas em 9% e agora estão em R\$ 33,1 milhões.

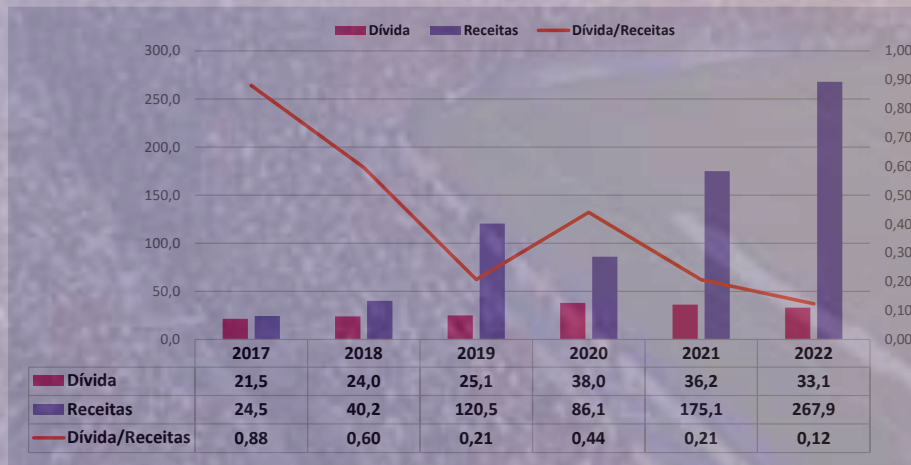
Clube se mantém muito eficiente na Série A, presente em competições internacionais, mantém um orçamento controlado, reduziu endividamento e apresenta excelente indicador Dívida / Receita.

Fortaleza de acordo com a Sports Value é o modelo bem sucedido de administração de clubes, que pode e deve ser replicado em clubes de diferentes regiões.

Fortaleza acumulou superávits de R\$ 47,6 milhões nos últimos dois anos. (2022 e 2021)

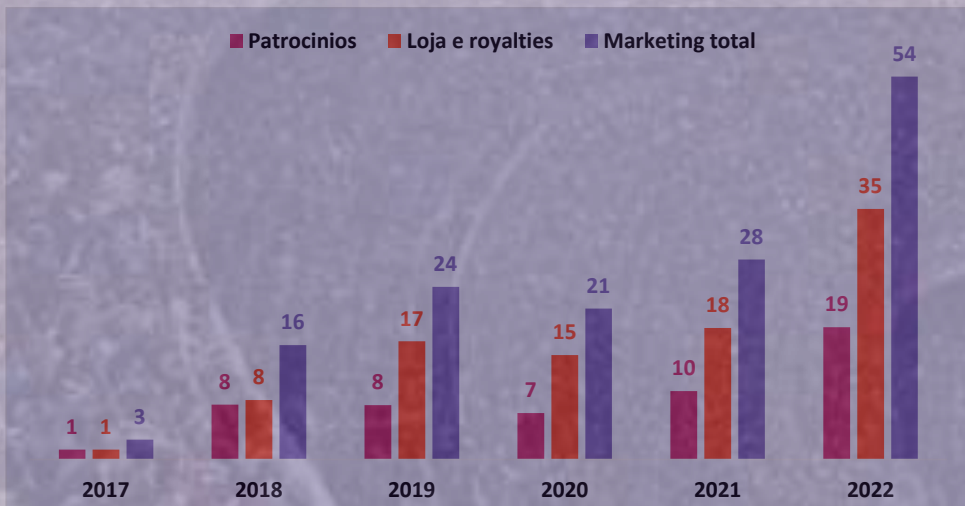


Fortaleza – Dívida X Receita.- R\$ milhões



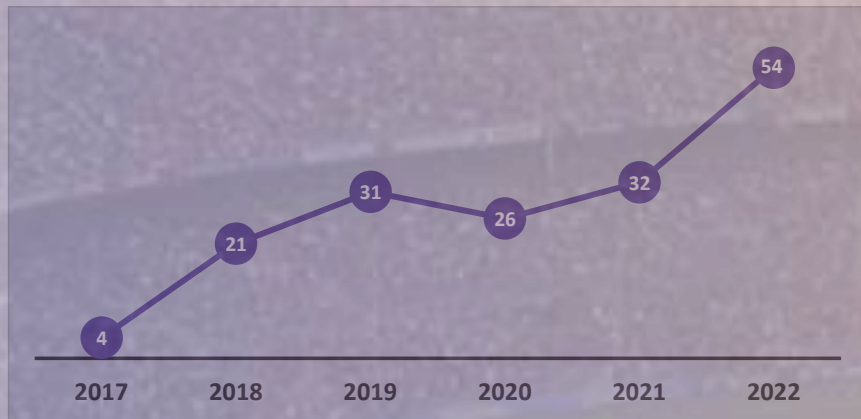
Fortaleza, um benchmark para o mercado

Fortaleza – Receitas de Marketing.- R\$ milhões



Fortaleza – Receitas de Marketing.- R\$ milhões

Em valores atualizados pela inflação




Receitas com as lojas e royalties cresceram 91% em 2022 frente a 2021.

Descontada a inflação, crescimento real em um ano foi de 65%.



Crescimento das receitas de marketing em 6 anos foi de 1.308%, já descontada a inflação do período!



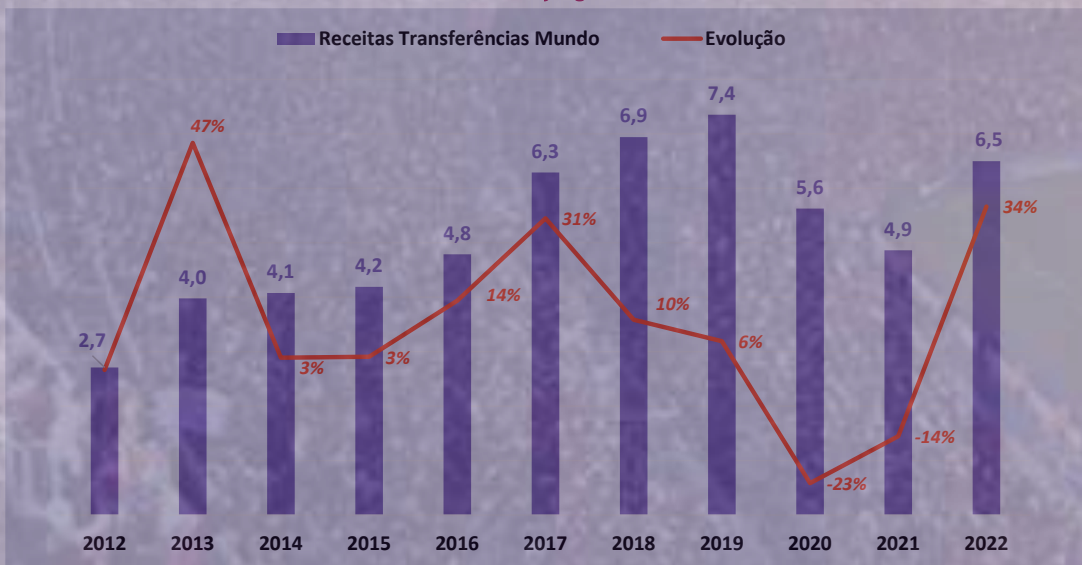
*Transferências de
jogadores no mundo,
LATAM e Brasil*

Transferências no mundo, LATAM e Brasil

Mercado brasileiro é um importante *player* global de exportação de jogadores em quantidade de jogadores, mas está muito aquém em receitas na comparação com os mercados mais desenvolvidos da Europa.

As receitas extraordinárias das vendas de talentos para o exterior são a única saída para manter a operação dos clubes equilibrada. Sports Value avaliou o mercado global de transferências, o papel do Brasil no contexto mundial e especialmente no mercado latino-americano.

Receitas Transferências de jogadores– Mundo- US\$ bilhões



O mercado internacional de transferências de jogadores funciona como qualquer outra operação de comércio exterior, que envolva exportações e importações.

Em 2022 as transferências movimentaram **US\$ 6,5 bilhões**. O recorde foi em 2019 quando foram movimentados US\$ 7,4 bilhões.

Os dados monitorados pela FIFA TMS mostram que dos 20 mil jogadores transferidos apenas 14% envolveram recursos financeiros em 2022.

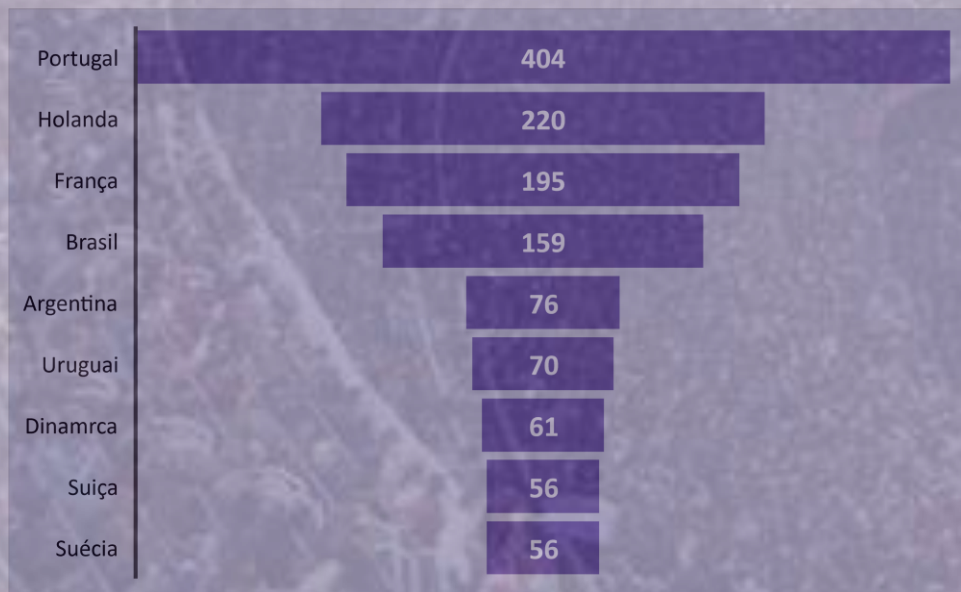
As Ligas que mais contratam jogadores, apresentam resultado negativo. As que são mais focadas em vendas, resultado positivo.

RK Vendas	US\$ Milhões	Vendas	Contratações	Resultado líquido jogadores
1	França	740	545	195
2	Itália	618	673	-55
3	Inglaterra	601	2.199	-1.599
4	Alemanha	588	639	-52
5	Portugal	579	175	404
6	Espanha	461	592	-132
7	Holanda	418	198	220
8	Brasil	267	108	159
9	Bélgica	194	241	-47
10	Argentina	147	70	76
11	EUA	135	181	-46
12	Turquia	119	116	3
13	Dinamarca	115	54	61
14	Escócia	101	65	36
15	Suíça	95	39	56
16	Ucrânia	86	50	36
17	Uruguai	71	1	70
18	Suécia	71	15	56
19	Austria	63	161	-98
20	República Tcheca	59	9	50
21	Rússia	57	143	-86
22	Noruega	50	19	31
23	México	47	72	-25
24	Poloônia	47	16	31
25	Croácia	45	13	32
26	Colômbia	42	4	38
27	Grécia	40	62	-22
28	Equador	35	2	34
29	Sérvia	30	10	20
30	Paraguai	30	3	28
31	Chile	22	4	18
32	Árabia Saudita	7	50	-43

Transferências no mundo, LATAM e Brasil

As ligas com maiores lucros líquidos na venda (-) aquisições de atletas em 2022 foram Portugal, Holanda e França. Os jogadores brasileiros foram os que mais geraram receitas com as transferências no ano passado.

Maiores Lucros com transferências de jogadores- Mundo
Em 2022- US\$ milhões



Nacionalidades que mais movimentaram recursos
Em 2022- US\$ milhões

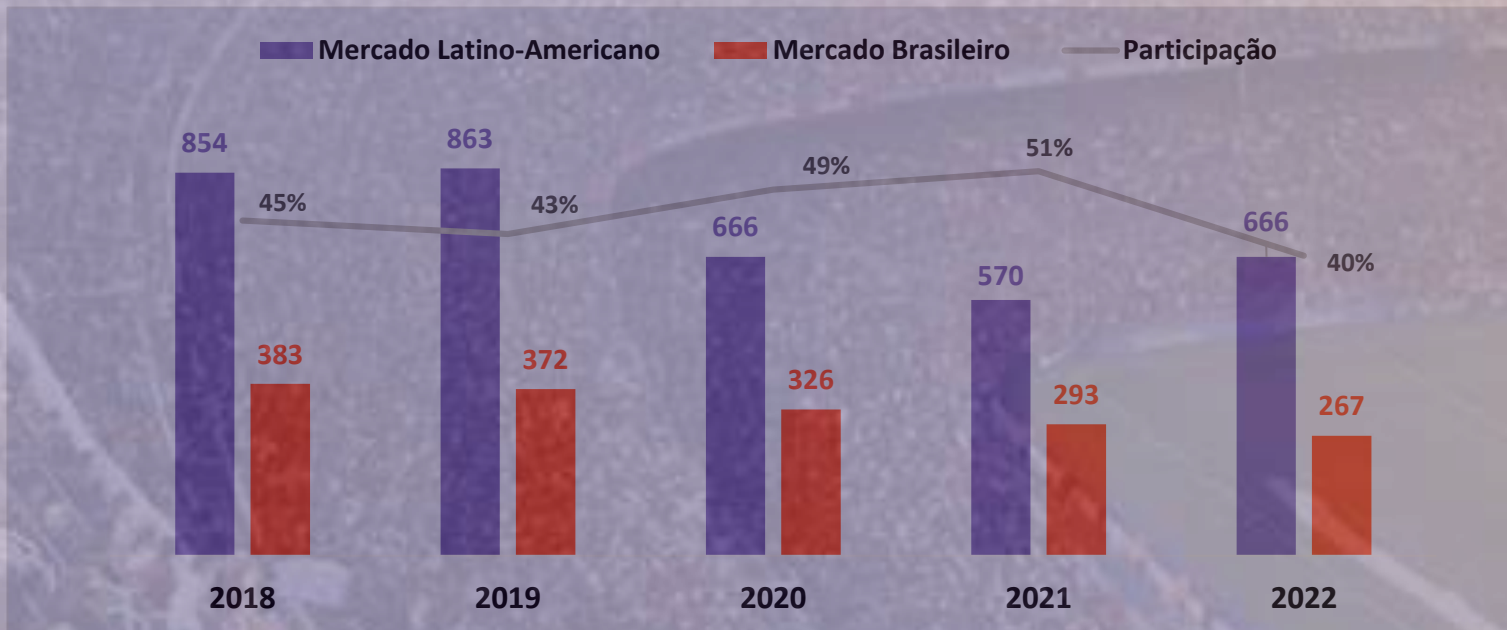


Somente uma pequena parte das vendas de jogadores brasileiros fica com os clubes do Brasil, 32% do total.

Transferências no mundo, LATAM e Brasil

Mercado Latino-Americano movimentou em 2022 US\$ 666 milhões em transferências, frente aos US\$ 570 milhões de 2021, alta de 17%. Brasil representou 46% do total, na média dos últimos 5 anos.

Receitas com transferências – LATAM X Brasil – US\$ milhões



Fonte: FIFA

Transferências no mundo, LATAM e Brasil

Receitas com transferências – LATAM – US\$ milhões

Países	2018	2019	2020	2021	2022	TOTAL 5 ANOS
Brasil	383	372	326	293	267	1.641
Argentina	198	212	132	155	147	844
México	94	110	72	14	47	337
Urugual	56	47	57	22	71	253
Colômbia	37	43	34	38	42	193
Equador	23	31	18	15	35	122
Paraguai	24	19	3	19	30	95
Chile	19	17	12	8	22	77
Venezuela	7	4	5	1	0	17
Peru	6	2	3	3	2	16
Costa Rica	3	4	3	3	0	12
Panama	1	1	2	0	1	5
Bolivia	2	1	0	0	3	6

Fonte: FIFA



Como apresentado anteriormente, as transferências seguem como segunda fonte mais importante de receita para os clubes brasileiros, mas perderam importância, em relação a anos anteriores.

Os clubes que mais geraram receitas com transferências entre 2003 e 2022 foram São Paulo, Internacional e Corinthians. Nos últimos anos houve uma ascensão muito forte do Flamengo e Palmeiras.

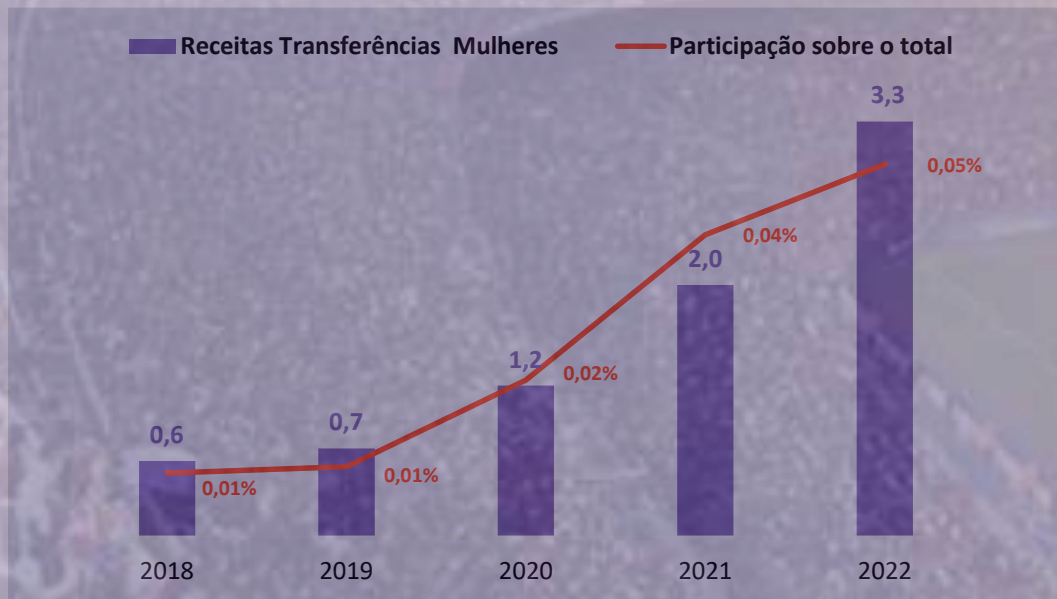
Receitas com transferências-2016 a 2022 – Brasil – US\$ milhões

Clubes	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	TOTAL 7 Anos
Flamengo	4	58	18	77	43	50	25	276
São Paulo	41	60	43	27	29	22	44	265
Corinthians	53	31	34	12	36	5	28	199
Palmeiras	19	12	49	28	29	25	33	194
Santos	27	25	10	55	18	19	14	167
Grêmio	7	24	38	28	23	28	20	168
Fluminense	19	14	34	27	10	20	18	141
Athletico-PR	12	9	12	34	39	6	19	132
Atlético-MG	29	14	23	27	5	18	17	133
Internacional	7	8	15	35	13	16	33	127

As receitas com transferências no futebol feminino vem crescendo. Eram US\$ 600 milhões em 2018 e saltaram para US\$ 1,2 bi em 2020. E em 2022 chegaram a US\$ 3,3 milhões. (+450% em 5 anos).

Um valor irrisório, frente aos US\$ 6,5 bi movimentados no mundo, apenas 0,05%. E isso que a participação quintuplicou no período analisado.

Receitas transferências de jogadoras– Mundo- US\$ milhões



Maiores transferências de 2022



KPI's

Receitas >> Digital



Receitas >> Digital



Sports Value criou uma aliança estratégica há algum tempo com a empresa *Zeeng Data Driven*, especializada em avaliação de marcas no ambiente digital.

A análise da Sports Value na plataforma da Zeeng mapeia o movimento de mais de 2 bilhões de torcedores no mundo, LATAM e Brasil.

As duas empresas já estão desenvolvendo muitas análises conjuntas, especialmente para o mercado patrocinador. Estamos analisando dados e tendências, a fim de que as marcas patrocinadoras possam obter retorno efetivo com investimentos com patrocínios.

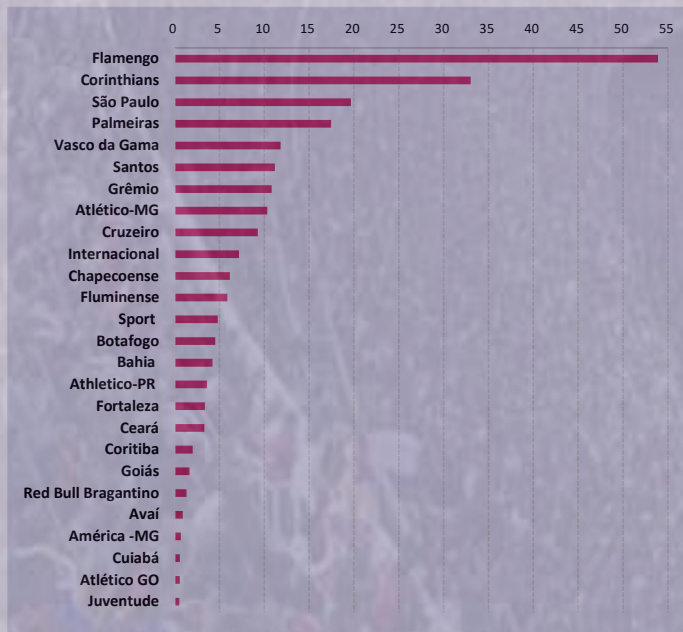
Ajudamos também clubes a entender como rentabilizar seus ativos digitais.

A principal tendência atual é que os conteúdos adicionais aos jogos, como os bastidores por exemplo, ganharam enorme relevância. [\(Aqui mais sobre isso\)](#)

Sports Value analisou diferentes variáveis dos clubes na plataforma da Zeeng para estabelecer métricas de análises com as receitas. O número de seguidores, embora relevante, não ajuda a entender a dinâmica dos números. Analisamos também total de posts, total de interações, média de interações por post e views.

Dados de janeiro a dezembro de 2022- Números consolidados de todas as redes sociais

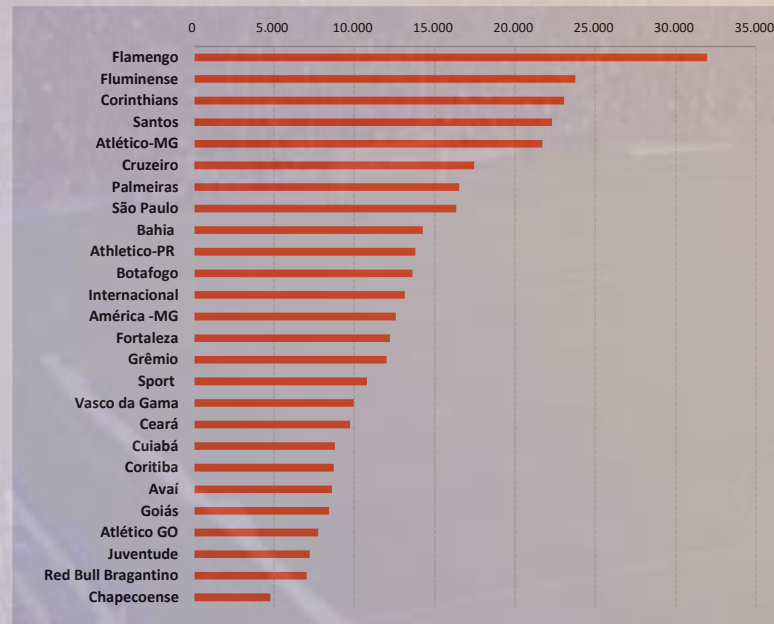
Seguidores M



Clubes
brasileiros
somam mais de
240 milhões de
fãs nas redes
sociais

Em 2022, os
maiores clubes
postaram nas
redes sociais
mais de 357 mil
vezes.

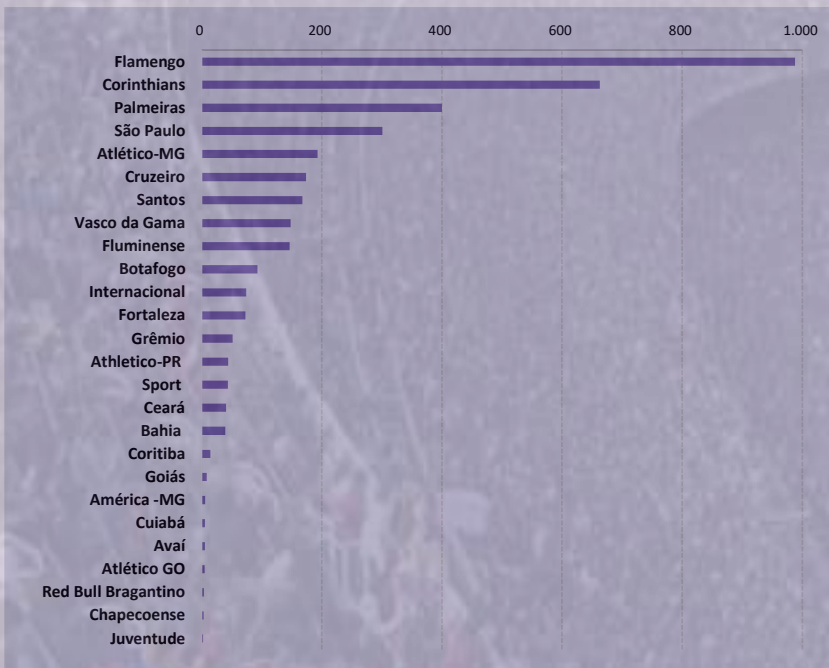
Total de posts



Aqui os dois mais importantes indicadores, interações totais e interações médias por post. Atualmente, em média, 73% das interações com os torcedores brasileiros vem do Instagram e 12% do YouTube.

Dados de janeiro a dezembro de 2022- - Números consolidados de todas as redes sociais

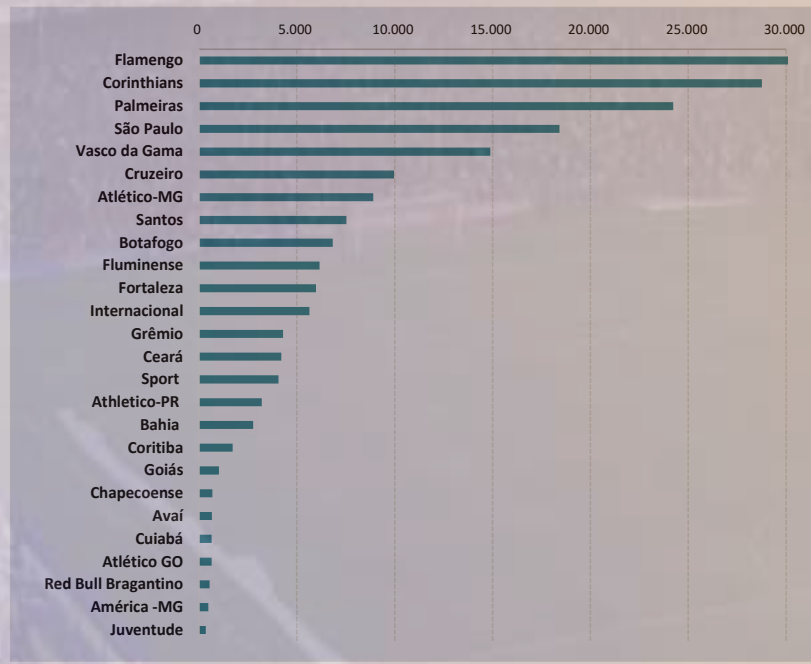
Interações totais M



Clubes brasileiros somaram mais de 3,7 bilhões de interações com os fãs nas redes sociais em 2022.

As interações médias por post dos clubes brasileiros em 2022 atingiram 10,3K.

Interações médias por posts

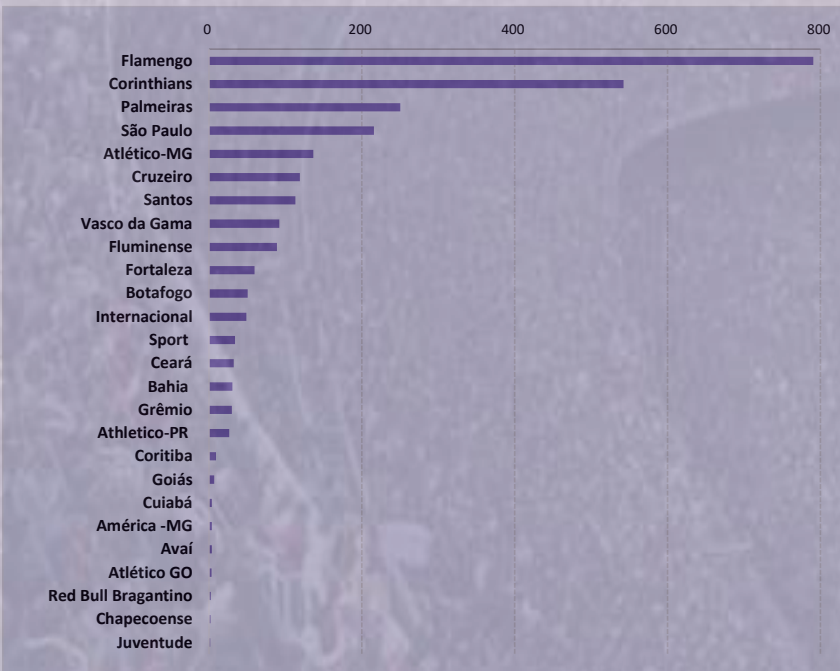




Instagram é o ativo digital mais impactante e valioso dos times brasileiros São 60M de seguidores!

Instagram- Dados de janeiro a dezembro de 2022

Interações totais no Instagram M



Instagram está lucrando muito com os conteúdos dos clubes.

A cada post em média do Flamengo 106 K pessoas são impactadas. Do Corinthians são 100 K a cada postagem.

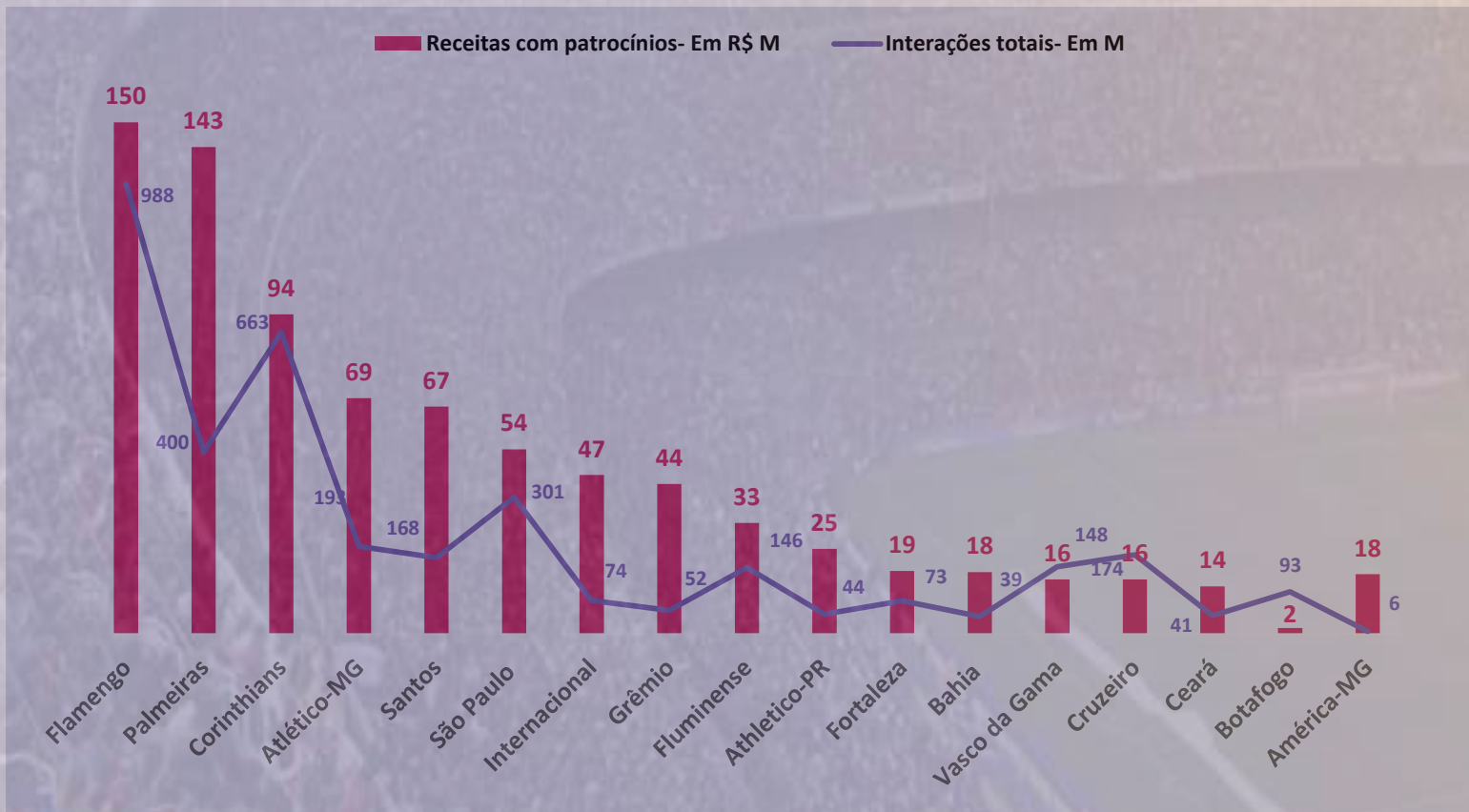
Interações médias por post no Instagram



Receita Patrocínios X Interações



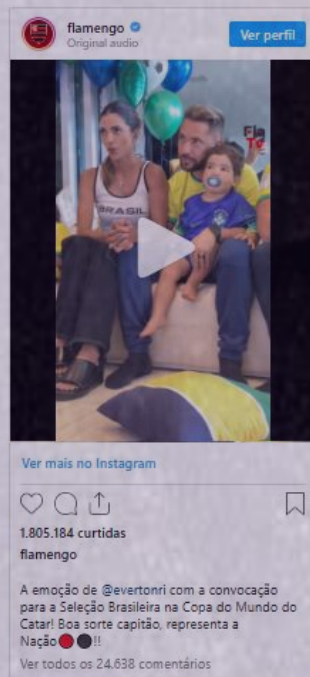
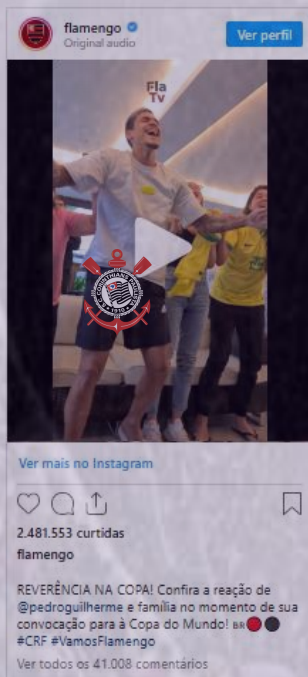
Receita com patrocínios em R\$ milhões X Interações totais em milhões- Em 2022



Muitos times têm altas taxas de engajamento, mas acanhadas receitas com patrocínios.

Patrocínios e ativações data driven podem alterar esse cenário.

Posts com maior repercussão digital em 2022.



Estes posts do Flamengo no Insta obtiveram 4,2M de likes, os maiores do futebol brasileiro em 2022.

Festa do título da Libertadores, com a filmagem do ônibus da delegação me meio da massa de torcedores, foi o mais impactante do Youtube, com +4 horas de duração..



Posts com maior repercussão digital em 2022.

Top posts

Ordenar por:

Mais interações



20/10/2022



1mi curtidas

102.8k coment.

13.18% de engaj.



05/07/2022



898.9k curtidas

64.1k coment.

12.71% de engaj.



02/11/2022



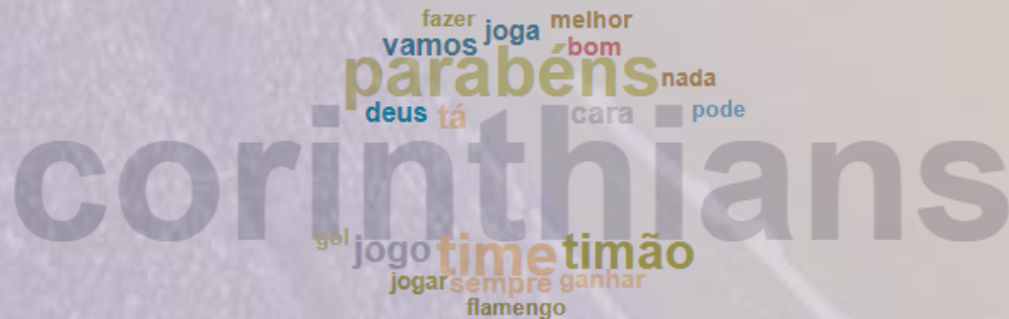
835.9k curtidas

20k coment.

9.93% de engaj.

Estes 3 posts do Corinthians no Insta somaram 2,7M de interações.

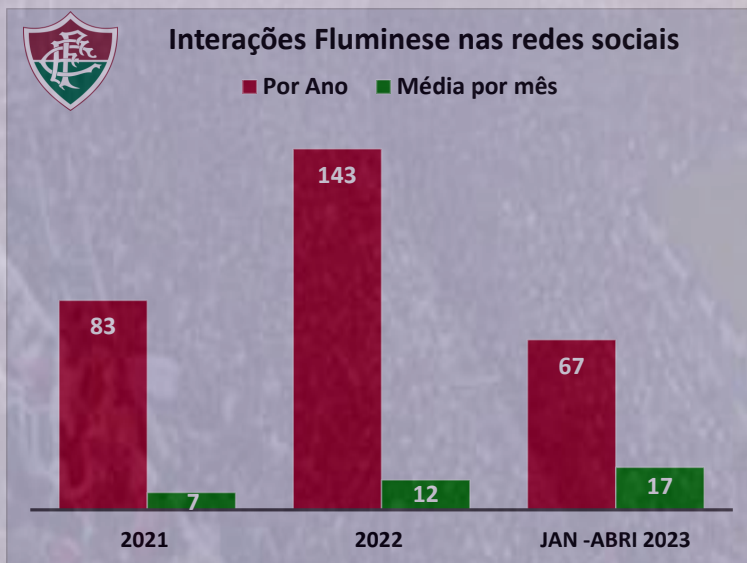
Nuvem de palavras dos torcedores



Fluminense em 2023

Fluminense viu suas redes sociais “bomabrem” no início de 2023, com a chegada do Marcelo. A média por postagem das principais redes que era de 6,8K chegou a saltar para 11K.

Este post em inglês alcançou a incrível marca de 1,9 M de interações!



24/02/2023

1.9mi curtidas

36.8k coment.

178,72% de engaj.

Fluminense em 2023

Os maiores posts da história do clube, TODOS, aconteceram desde a chegada do Marcelo.

Top posts

Ordenar por: Mais interações

24/02/2023
1.9mi curtidas
179,21% de engaj.
37k coment.

10/03/2023
729,7k curtidas
62,31% de engaj.
1.8k coment.

24/02/2023
619,9k curtidas
56,48% de engaj.
6.6k coment.

24/02/2023
598.8k curtidas
54,39% de engaj.
4.4k coment.

06/03/2023
429k curtidas
37,30% de engaj.
2.7k coment.

24/02/2023
427k curtidas
38,66% de engaj.
1.8k coment.

Segundo a Nielsen os ídolos em 2023 serão responsáveis por US\$ 1,2 bilhão em espaço nas redes sociais.

Futebol brasileiro necessita de ídolos globais, como Marcelo, a fim de alavancar sua marca no exterior.

A group of Brazilian women's football players in yellow and blue kits are celebrating on a green field. One player in the foreground is seen from the back, wearing a jersey with the number 10 and the name 'MARTHA'. The rest of the team is huddled together, smiling and embracing. The scene is set on a bright, sunny day on a well-maintained grass pitch.

A força do futebol feminino

A força do futebol feminino

Esporte e o público feminino nunca fizeram tanto sentido juntos.

Durante muito tempo as mulheres foram criadas longe do esporte, como se praticar esporte fosse algo eminentemente masculino.

Mais mulheres praticando, consumido e trabalhando com esporte, se reflete em mais receitas e renda.

Isso está mudando, mas ainda hoje é uma realidade que precisa ser trabalhada.

Investir no esporte feminino é fomentar o desenvolvimento indústria do esporte.



A força do futebol feminino

Há muitas diferenças quando o esporte é analisado entre os homens e mulheres.



Homens são incentivados a praticar esporte. No Brasil são encorajados a jogar futebol.

Começam mais cedo a praticar e demoram mais para abandonar.

São maioria nas audiências, tanto nas transmissões como no digital.

Meninos e homens jovens são os maiores interessados em esporte feminino no mundo.



Mulheres, especialmente de baixa renda não são incentivadas a praticar esporte. Agora está mudando.

Mulheres praticam mais que homens muitas modalidades. Começam mais tarde e interrompem antes.

Tem menos interesse por conteúdo esportivo. Números atuais mostram melhora. Mais marketing mudará o cenário.

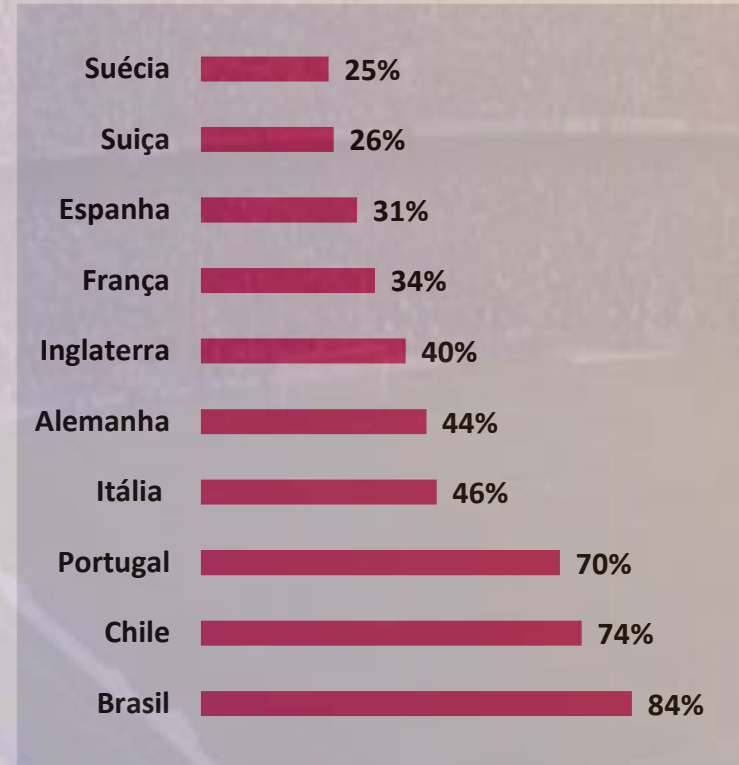
Em todos os países do mundo a prática esportiva e interesse por eventos é menor entre o público feminino que masculino.

O crescimento do esporte feminino depende de mais meninas praticando esporte.

Quanto mais renda e educação tem o país, menor a discrepância entre os gêneros.

Uma mulher brasileira pratica 3,3 x menos esporte que uma sueca.

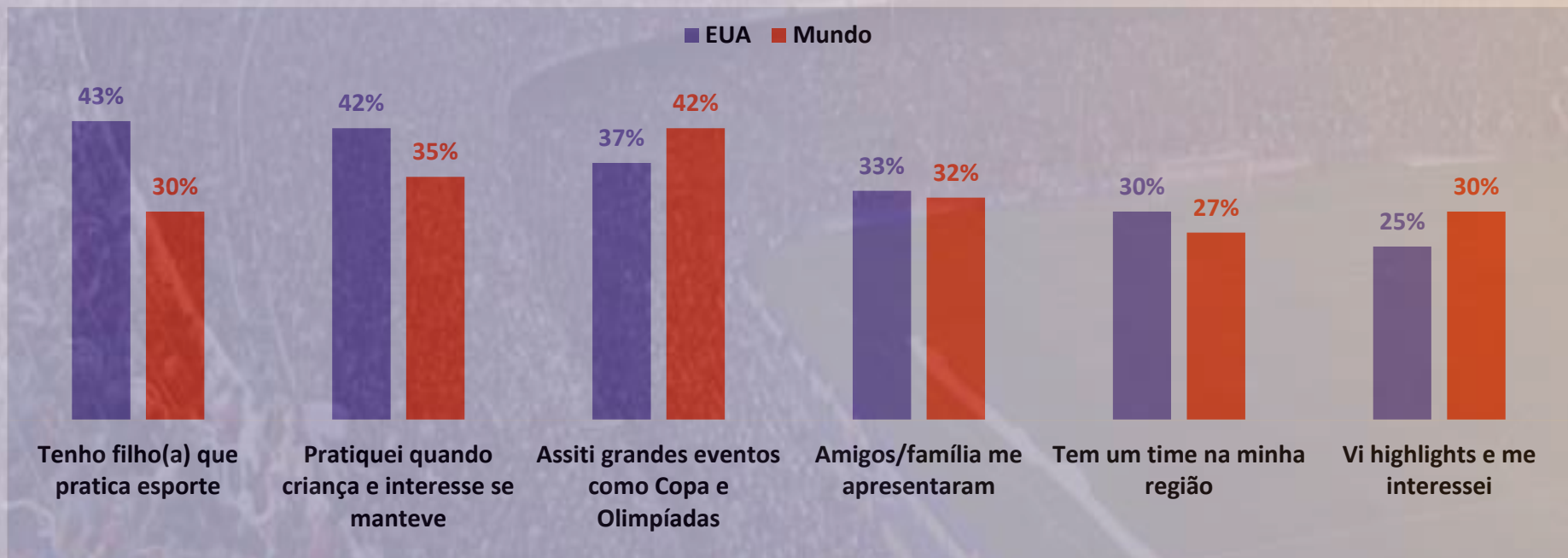
Sedentarismo Feminino



Fonte: OMS

Prática esportiva de filhos e prática quando criança são os motivos que levam a gostar de futebol feminino. Assistir grandes eventos tem peso também.

O que te fez gostar de esporte feminino?



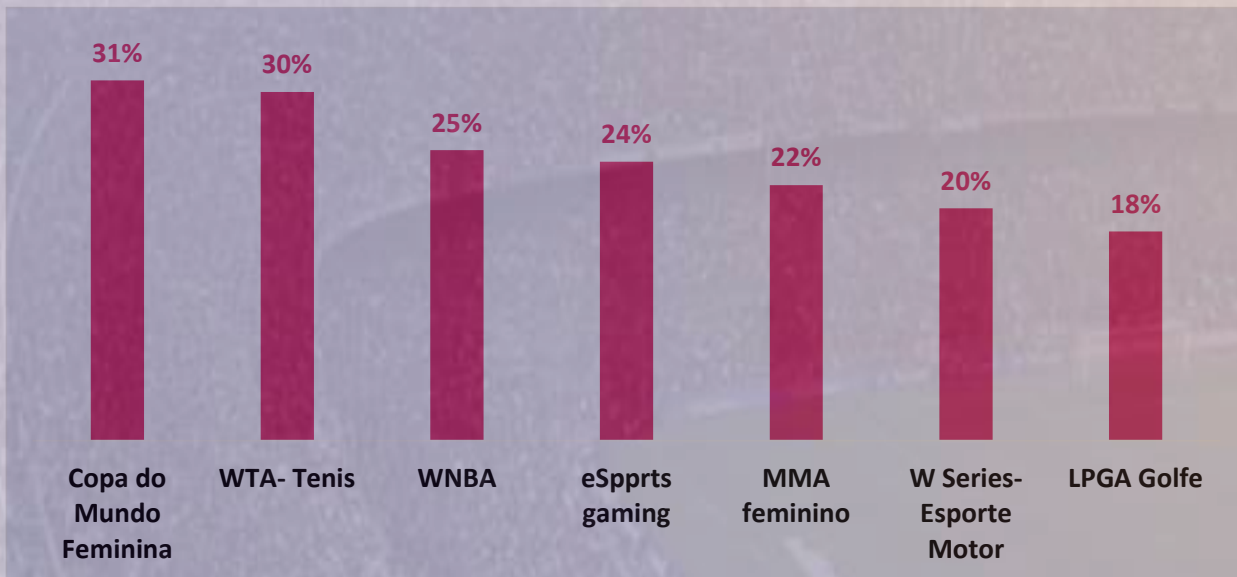
Brasil não aparece no mapa mundial criado pela FIFA de atletas profissionais registradas, liderado pelos EUA. (+100 mil atletas).



Mais mulheres praticando futebol e mais estrutura profissional colocarão o Brasil no mapa global.

A força do futebol feminino

Eventos profissionais femininos mundiais com maior interesse.



Fonte: YouGov Sport

Em todos os países os esportes femininos têm menor impacto, mas mostram maior ritmo de crescimento.

A força do futebol feminino

Brasil é um dos líderes em audiência para a FIFA no último mundial feminino dos EUA.

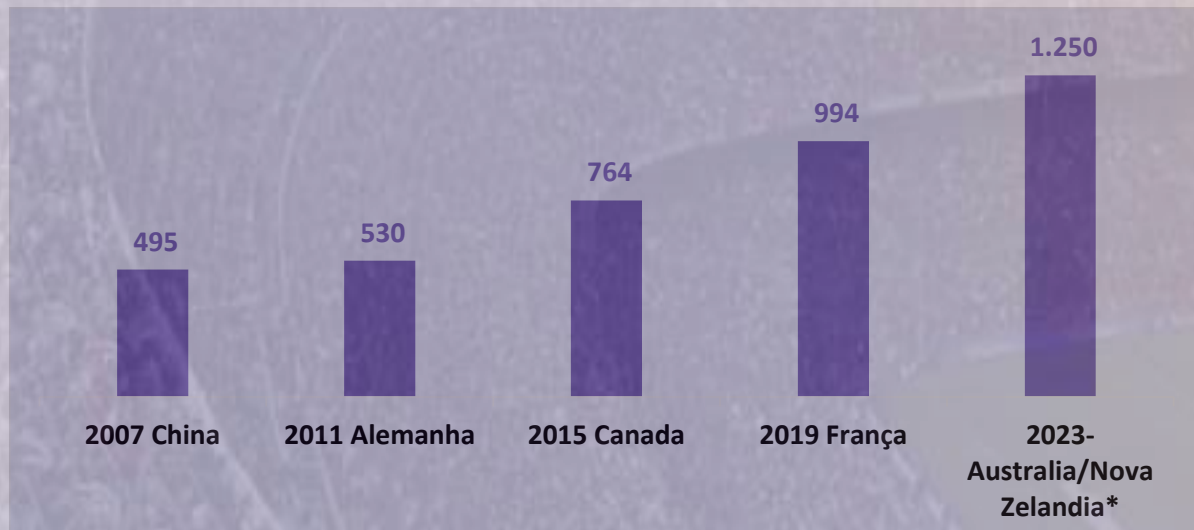
Crescimento Copa do Mundo Feminina- Canadá 2015 x França 2019



Note – figures refer to in-home reach only

Fonte: FIFA

Evolução da audiência televisiva residencial Copa do Mundo Feminina- Em milhões



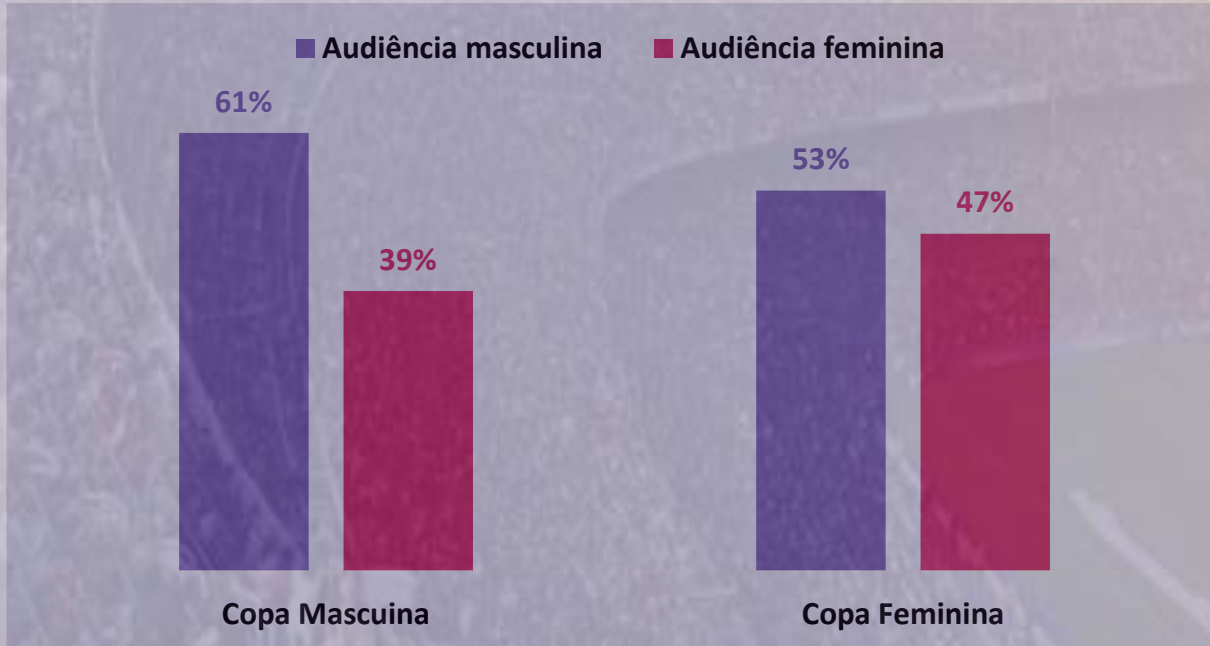
Fonte: FIFA

FIFA

Entre 2007 e
2019 audiência
dobrou!



Diferenças de gênero nas audiências da Copa do Mundo da FIFA



FIFA

Copa Masculina atingiu 3,2 bilhões de pessoas, +2%

Copa Feminina 1,1 bilhão, +30%.

No Brasil cresceu 500%.

Receitas dos times femininos da Europa € milhões

Receita total dos times € milhões

Club	Revenue
FC Barcelona	€7.7m
Manchester United	€6m
Manchester City	€5.1m
Paris Saint-Germain	€3.6m
Arsenal	€2.2m
Tottenham	€2.1m
Chelsea	€1.8m
Bayern Munich	€1.7m
Everton	€1.5m
Real Madrid	€1.4m
Liverpool	€1.2m
West Ham	€1.1m
Leicester City	€0.4m
Atlético de Madrid	€0.1m

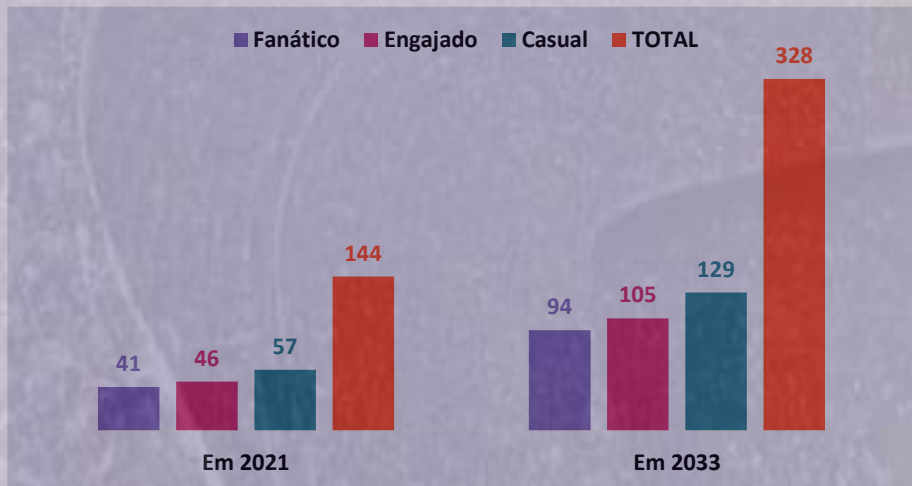


Fonte: Deloitte

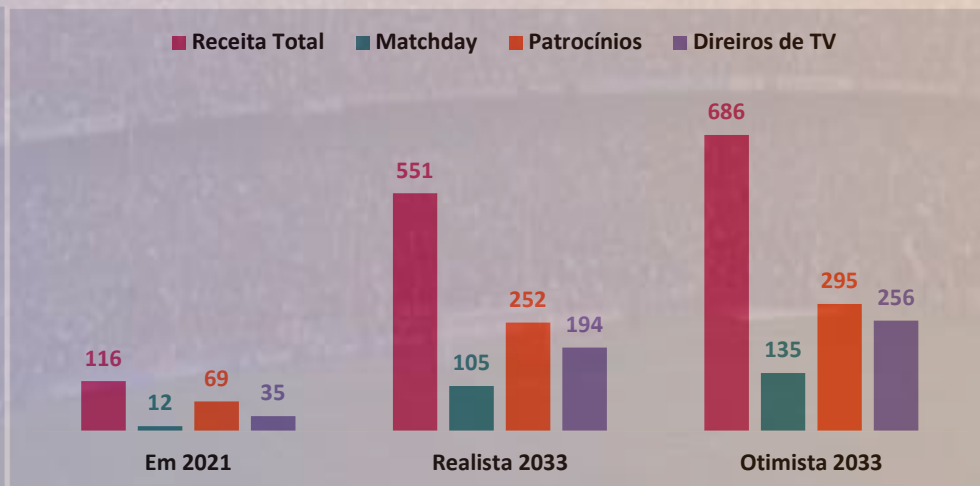
Receitas dos times femininos representam um fração ínfima das receitas totais.
Menos de 1%.

A força do futebol feminino

Fãs do futebol feminino na Europa Em milhões



Receitas do futebol feminino na Europa € milhões

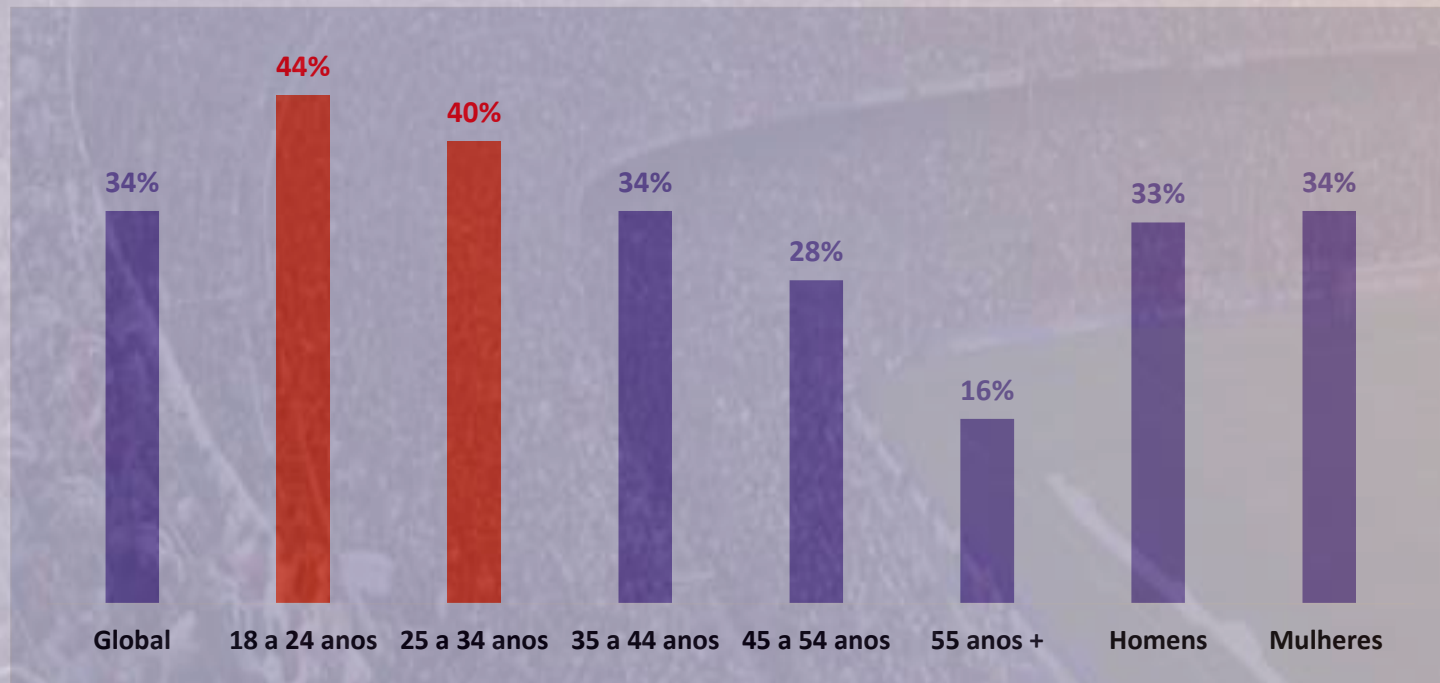


Fonte: FIFA

Mundo conta com mais de 1 bilhão de fãs do futebol feminino.
Numero irá mais que dobrar em 10 anos.

Audiências do esporte feminino no mundo por faixa etária.

Esporte feminino rejuvenesce marcas



Homens jovens assistem mais futebol feminino que mulheres maduras.

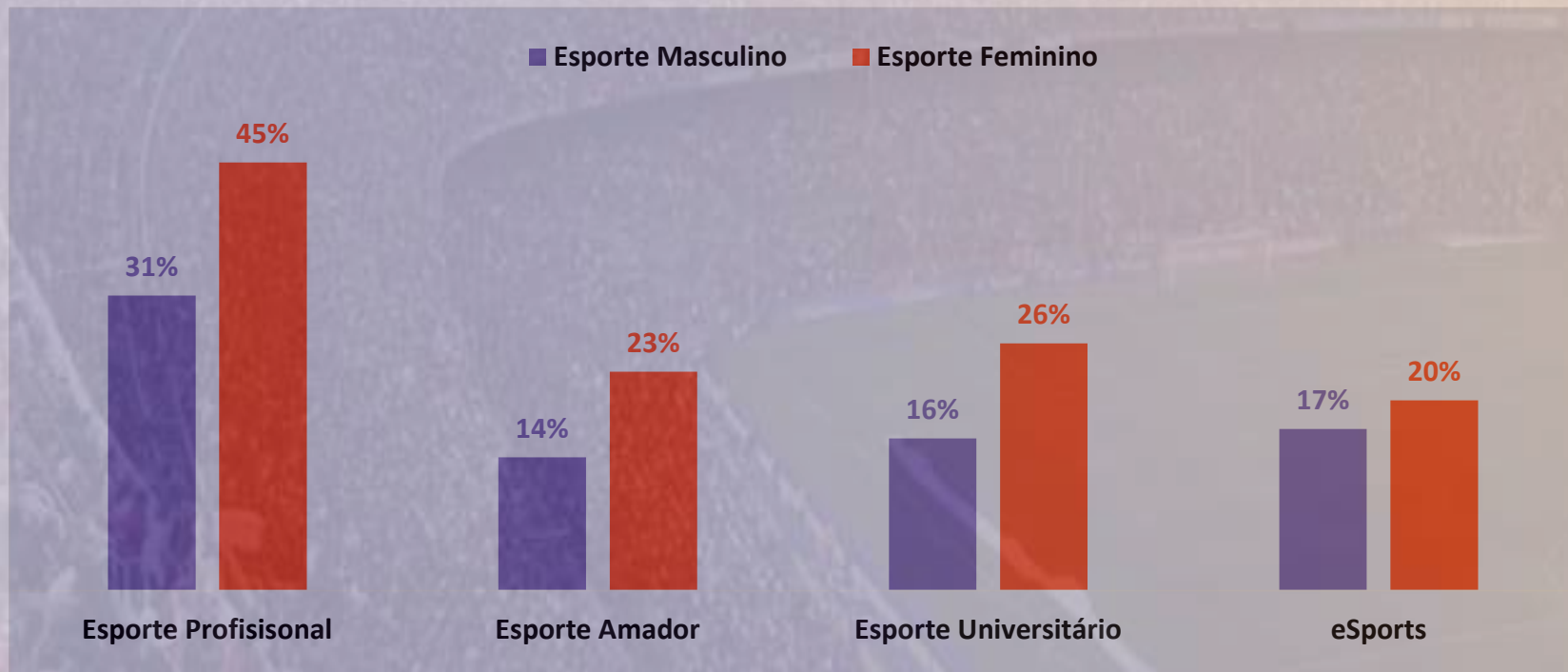
A diferença entre mulheres e homens é pequena na média.

Futebol feminino é um produto para diferentes targets.

Marcas que patrocinam esporte feminino conquistam lealdade e apoio das fãs.

MUNDO- SOMENTE ENTRE MULHERES

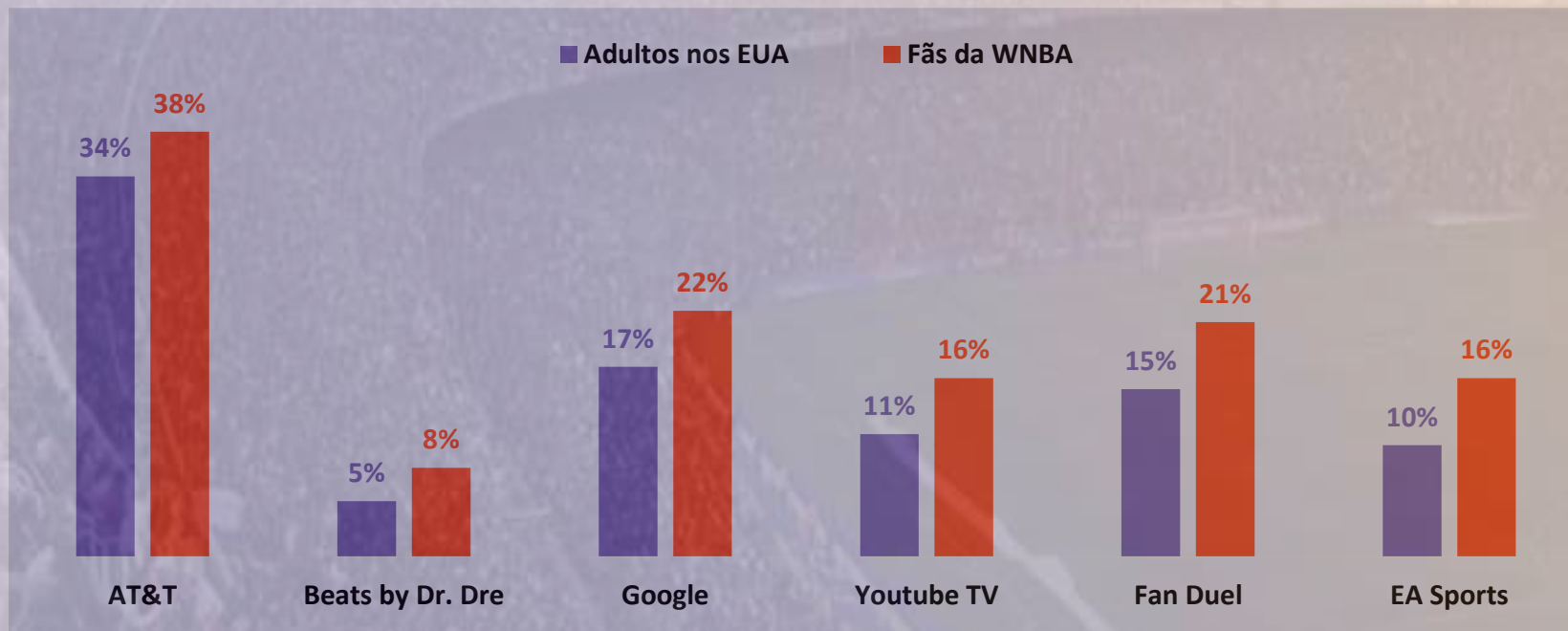
Impacto positivo dos patrocínios por apoiar a modalidade



Marcas que patrocinam esporte feminino tem alto impacto mercadológico.

Awareness publicidade na TV

Patrocinadores da WNBA tem 40% mais impacto, que a média geral.



Uma nova visão dos patrocínios- Data Driven



Uma nova visão dos patrocínios

O jogo mudou: A força do digital!

Ao longo dos anos, os estudos ao redor do planeta já mostravam a tendência que para obter ROI com patrocínios era necessário um investimento estratégico no ambiente digital.

Com a pandemia isso tomou outra proporção. A verbas para o digital se transformaram em decisivas para marcas obterem retorno com patrocínios. A mensuração de resultados está a um click e muito mais assertiva.



A entrada de players como Crypto, Apostas e bancos digitais acelerou o processo.

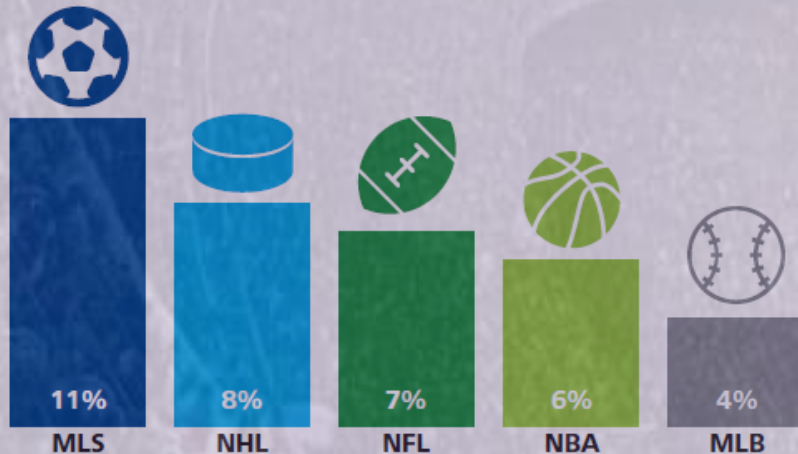
Os patrocínios e ativações precisam estar fundamentados em dados (data driven), para gerar retorno efetivo para as marcas.

Uma nova visão dos patrocínios

O jogo mudou: A força do digital!

Segundo a Deloitte a menor parte dos torcedores frequenta os estádios e jogos dos times. A participação dos torcedores que tem *season tickets* sobre o total de fãs é baixíssima. 11% da MLS e 6% da NBA.

Participação do dono do season ticket sobre o total de fãs nos EUA.



No Brasil, segundo o Datafolha, somente 20% dos torcedores já foram aos estádios.

Segundo dados da Sports Value, a participação dos sócios torcedores sobre a base total de fãs do Brasil é de apenas 0,6%.

Fonte Deloitte USA

Uma nova visão dos patrocínios

O jogo mudou: A força do digital!

Media activities undertaken in a typical week - Global by age

	18-24	25-34	35-44	45-54	55+
Other internet (e.g. websites, email etc)	54%	55%	60%	66%	74%
Interact with social media	60%	60%	60%	58%	53%
Watch content on video streaming services	51%	52%	55%	49%	40%
Watch live TV	25%	30%	39%	48%	63%
Watch non-live video content online	53%	47%	48%	44%	34%
Read a newspaper, book, or magazine in print or online	30%	31%	38%	44%	57%
Listen to the radio	17%	27%	37%	47%	56%
Stream music	51%	45%	38%	35%	22%
Watch non-live TV	23%	28%	32%	36%	38%
Play video games on console, PC, mobile phone or any other handheld device	42%	38%	35%	30%	21%

As pessoas passam mais tempo na internet, que em frente a TV.

Nas gerações mais novas é praticamente impossível um patrocinador obter ROI sem ativações digitais.

Mesmos as pessoas mais maduras dedicam cada vez mais tempo às atividades online.

Uma nova visão dos patrocínios

Patrocínios NBA



Dados da Nielsen mostram como ao longo dos anos o retorno em social media cresceu para os patrocinadores dos times da NBA.

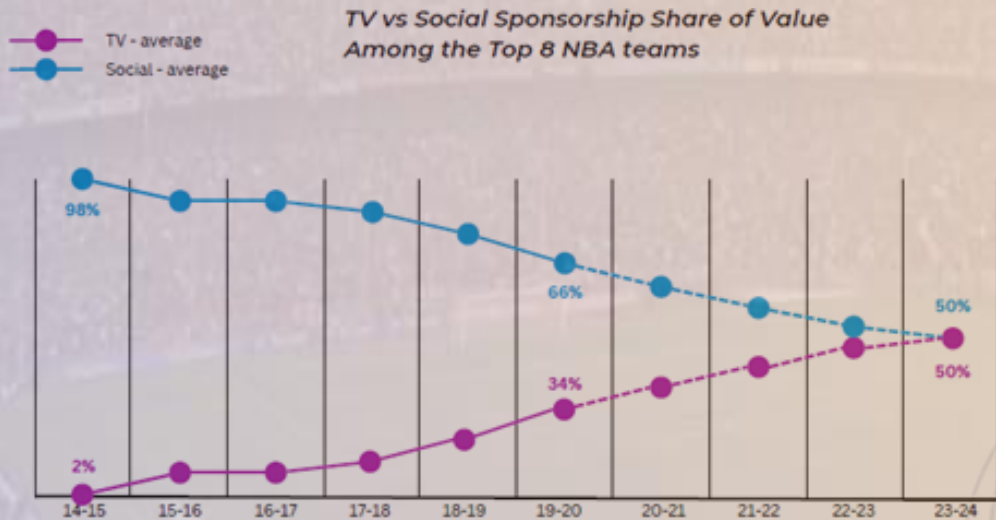
Em 2015 apenas 2% do retorno veio do social media.

Em 2020 estava em 32% e atualmente é de 50%.

Times da NBA geram mais de US\$ 1,5 bilhão por ano em patrocínios.

Em 2017 receitas eram de US\$ 861 milhões.

Social X TV- Impactos patrocínios para os 8 TOP times NBA



Fonte: Nielsen

Digital não é mais complementar e sim fundamental para os patrocinadores.

Uma nova visão dos patrocínios

Tendências de patrocínios

O jogo não é mais o único conteúdo importante atualmente. Digital é fundamental hoje em dia.

Patrocínios têm mais impacto nos conteúdos adicionais que visibilidade nas transmissões.

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

Marcas precisam de storytelling potente para alavancar patrocínios.



Propósito e Storytelling

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

Patrocínios Data Driven e ativações inteligentes

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

Muito além da partida

Branding fora da transmissão do jogo pode ter muito mais alcance e impacto para as marcas patrocinadoras.



Tendências de patrocínios

Marketing de conteúdo

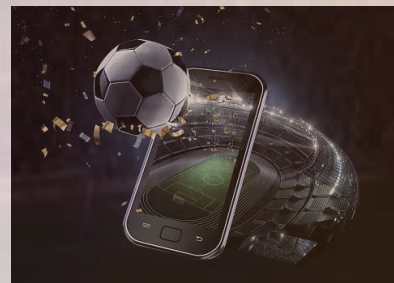
Conteúdo exclusivo, impactante e monetização concreta são o futuro do marketing esportivo. Patrocinadores com canais próprios, usando o conteúdo patrocinado.

Inovação tecnológica

Patrocínios precisam estar alinhados com avanços tecnológicos. Modelo analógico e linear não gera retorno no digital. E inovações atraem públicos com alto engagement.

Melhorar mensuração e criar ROI efetivo

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



Futebol Global

Como assistem-Jogos ao vivo?

TV aberta

81%

TV fechada

62%

Redes sociais

72%

Streaming

68%

67%

Marcas são mais atrativas por patrocinar.

56%

Buscam informação sobre os patrocinadores.

Segunda tela no futebol

	China	90%
	Brazil	88%
	India	82%
	U.S.	82%
	Australia	78%
	Russia	77%
	Spain	77%
	France	72%
	Italy	71%
	U.K.	71%
	Germany	66%

Comportamento do torcedor quando está online



Avaliação dos patrocínios no digital

A empresa KORE publicou um estudo muito interessante analisado o impacto do esporte global no ambiente digital, especialmente para as marcas patrocinadoras.

Os gastos corporativos com patrocínios somaram US\$ 77 bilhões em 2022 e vão subir para US\$ 116 bilhões em 2027, muito por conta do ambiente digital.

Em 2022

Esporte gerou 100 bilhões de interações.

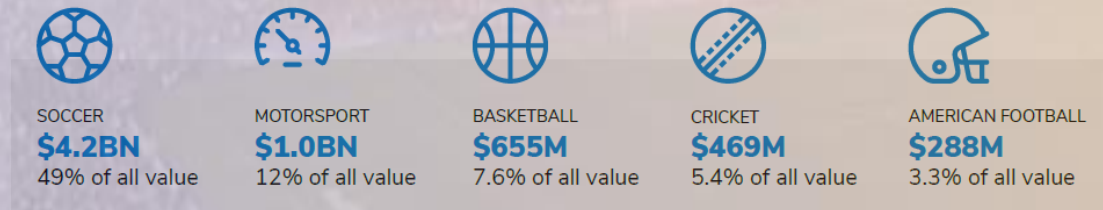
Valor em redes sociais chegou a US\$ 12 bilhões. (AAV)

Marcas patrocinadoras receberam US\$ 8,6 bilhões de retorno no digital.

Futebol foi responsável por 49% do total.

Esportes com mais retorno no digital

Em US\$



Fonte Kore

Valor – Maiores ROI Social Media no esporte global- Por marca

Brand	Promoters	AAV
Nike	6,118	\$297.9M
Adidas	4,791	\$296.4M
Emirates	1,355	\$268.0M
Santander	761	\$143.1M
Heineken	774	\$121.6M
Puma	3,491	\$121.1M
PlayStation	700	\$101.6M
Mastercard	575	\$88.3M
TeamViewer	226	\$71.8M
Accor Hotels	389	\$67.5M

Fonte Kore



Segundo a empresa Kore, 63% do retorno é gerado intencionalmente por marcas ou por suas propriedades patrocinadas.

Avaliação dos patrocínios no digital

Marcas que detêm importantes cotas de patrocínios e equipes próprias (Ex. Red Bull) são as que geram mais retorno intencional para si mesma nas redes sociais.

Valor – ROI Social Media gerado pela própria marca- Voz própria- US\$ milhões

Rank	YoY change	Brand	Deliberate Posts	Deliberate Post Ratio	Deliberate AAV	Deliberate AAV Ratio	Average Deliberate Quality	Deliberate Effective Quality
1	▲ +2	Red Bull	64.5k	58.9%	\$135.0M	67.3%	38.7%	47.0%
2	▼ -1	Santander	65.3k	75.1%	\$114.7M	74.3%	42.1%	47.5%
3	▲ +1	Adidas	33.4k	12.0%	\$81.9M	24.5%	49.9%	61.9%
4	▲ +7	Ferrari	22.9k	92.3%	\$72.8M	94.3%	39.9%	46.1%
5	NEW ENTRY	EA	33.4k	90.7%	\$61.9M	94.9%	52.1%	54.8%

Fonte Kore



Avaliação dos patrocínios no digital

Times de futebol são fundamentais para o retorno dos patrocinadores.

Quanto mais data driven for o clube, mais os patrocinadores serão beneficiados da operação digital de seus patrocinados.

Dados da Kore apontam que Corinthians é o melhor clube do Brasil em retorno no digital, US\$ 61 milhões em 2022.

Flamengo é segundo, com US\$ 56 milhões.

River Plate é o terceiro latino-americano com valor de US\$ 32 milhões.

17 clubes = US\$ 1,7 bi.

Real Madrid = 18% do total.

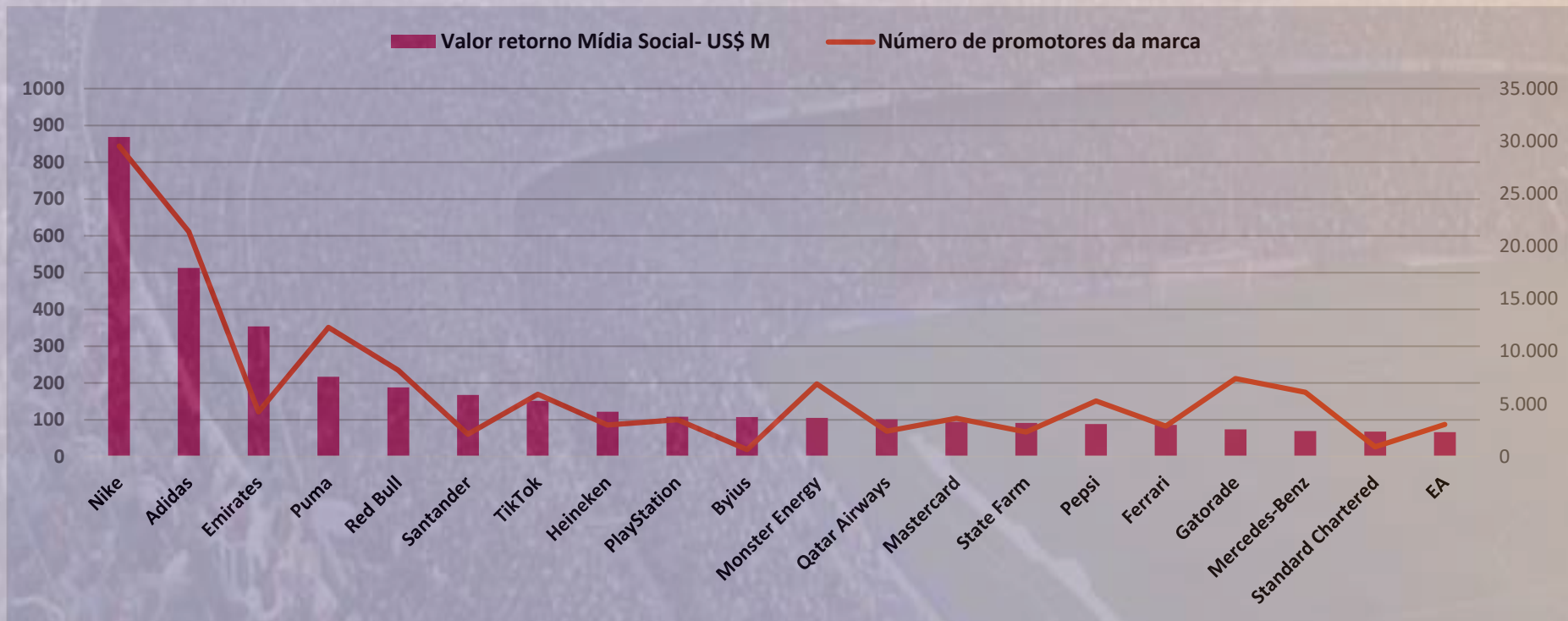
Valor – ROI Social Media gerado pelo clube- US\$ milhões



Avaliação dos patrocínios no digital







As marcas mais bem sucedidas são aquelas que têm cotas de patrocínios mais eficientes no ambiente digital.

Valor – ROI Social Media da marca X Número de promotores da marca (propriedades)



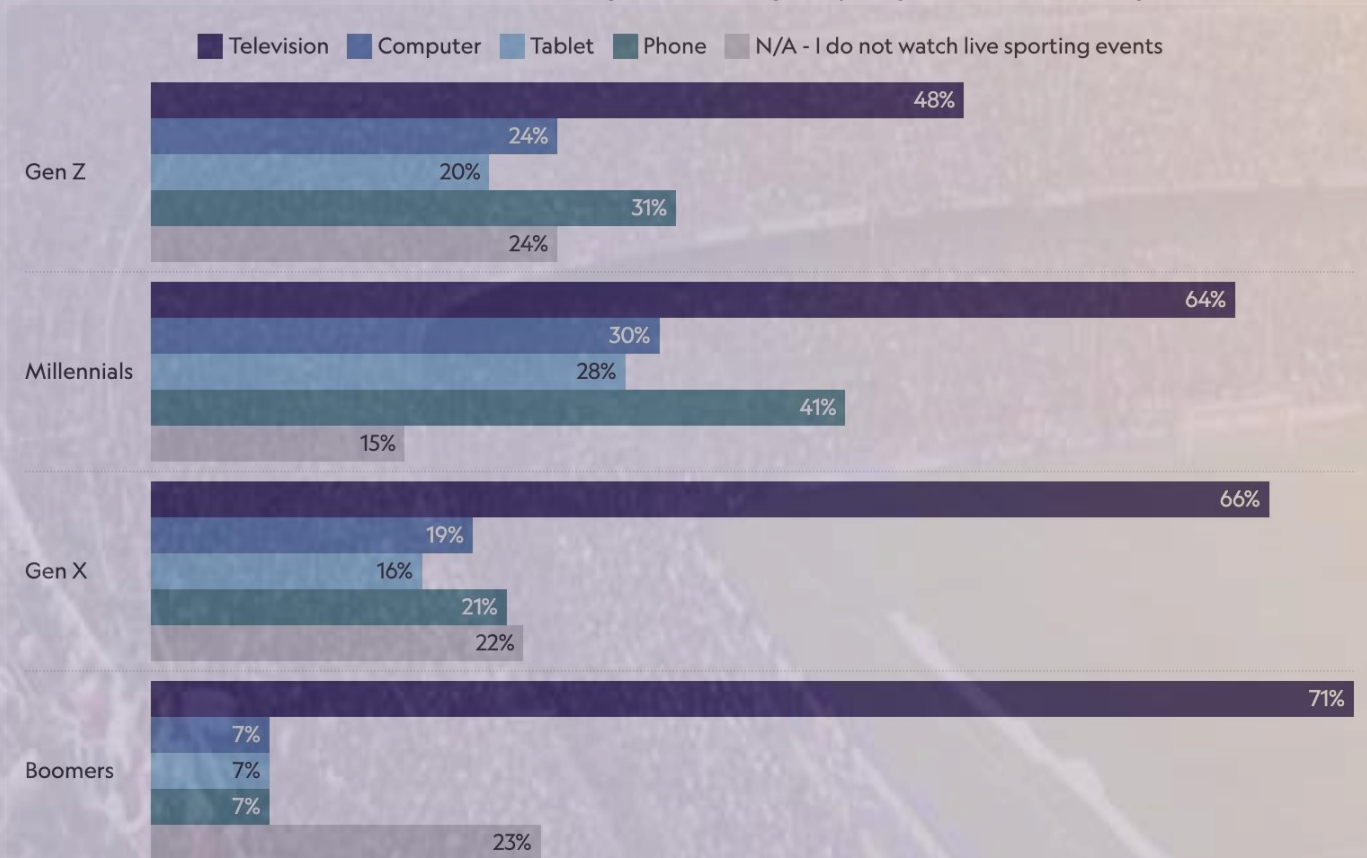
Avaliação dos patrocínios no digital

Cada geração tem diferentes características, inclusive para assistir e consumir esporte.

GERAÇÕES	PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS	PRIORIDADES QUANDO JOVENS <small>de acordo com os personagens do texto</small>
 <p>BABY BOOMERS nascidos entre 1945 e 1964</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estabilidade financeira, familiar e de trabalho; • Relações duradouras; • Padrões bem estabelecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabalho • Construção de patrimônio • Estabilidade 
<p>GERAÇÃO X nascidos entre 1965 a 1984</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Estabilidade na carreira; • Competitiva no mercado de trabalho; • Manutenção das tradições. 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabalho • Estudo • Carreira
 <p>GERAÇÃO Y nascidos entre 1985 a 1999</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Necessidade de liberdade, inovação e nova experiências; • Personalidade questionadora e engajada; • Flexíveis. 	<ul style="list-style-type: none"> • Autoconhecimento • Cultivar uma boa relação com a família e amigos • Trabalho que a faça feliz
<p>GERAÇÃO Z nascidos a partir dos anos 2000</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Nativos digitais; • Imediatistas, questionadores e multitarefas; • Engajamento em causas sociais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Seguir os sonhos • Viver do que gosta 

Avaliação dos patrocínios no digital

Devices usados para cada geração para assistir esporte.



Potencial do mercado brasileiro de futebol





Brasil é um dos maiores mercados inexplorados do futebol mundial.

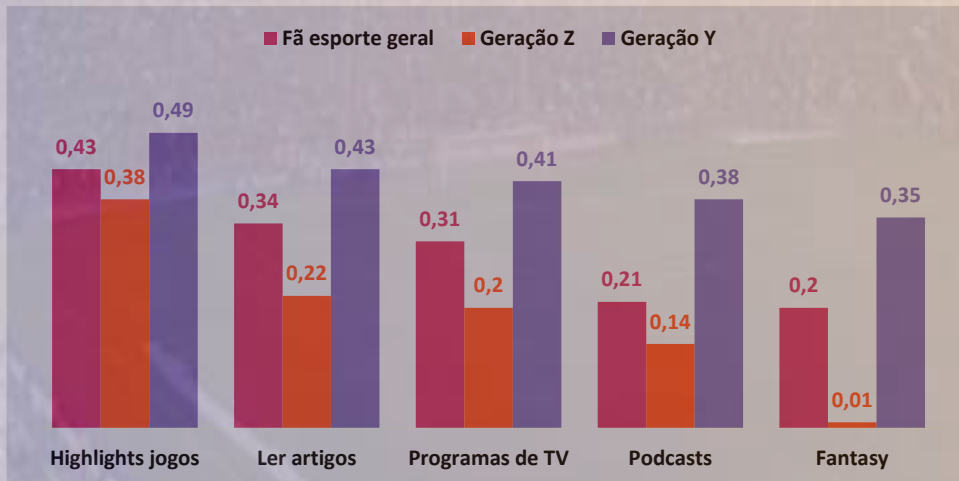
São mais de 150M de fãs de futebol, mas os clubes faturam muito pouco com toda essa paixão.

Outro aspecto desafiador é a presença dos times europeus. Segundo o IBOPE mais de 70% dos jovens no Brasil tem um time europeu.

Outros hábitos como games, séries e novas transmissões de modalidades como NBA, NFL, surfe e MMA têm alterado o consumo dos jovens brasileiros.

Cada geração consome conteúdos de maneira diferente.
 Não adianta simplesmente colocar a marca na camisa ou em uma placa de campo.

Consumo de conteúdos- Fãs em geral - Geração Z - Geração Y



Fonte Moring Consult



Segundo dados da Mind Miners, 70% dos brasileiros gostam de futebol.

11% são fanáticos

Entendem tudo sobre o assunto e acompanham a maioria das competições, independentemente se o time ou Seleção do país estiverem jogando ou não.

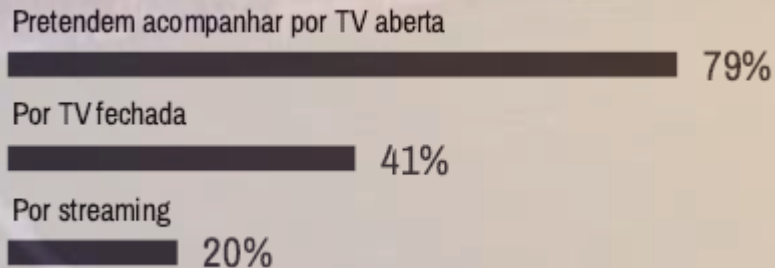
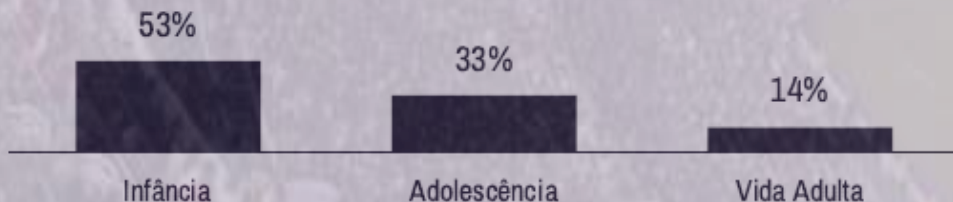
14% são apaixonados

Estão por dentro de tudo que está acontecendo, mas acompanham apenas as competições em que o time ou Seleção do país estejam participando.

45% são simpatizantes

20% gostam de futebol. Mas acompanham apenas em períodos mais emocionantes do time (clássicos entre clubes, finais de campeonatos, etc).

Relação que começa desde muito cedo



Google

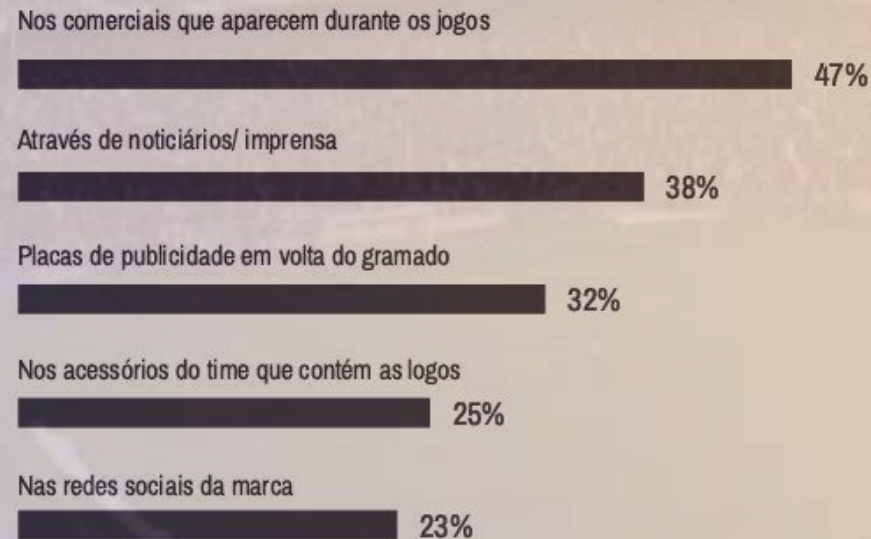
Mas a interação com os jogos vai além dos 90 minutos da partida

Buscas totais por **Futebol**



Mind Miners- Impacto patrocínios

Top 5 canais mencionados



Interesse do torcedores vai muito além dos 90 minutos de bola rolando.



Excesso de casas de apostas limitam o desenvolvimento do mercado.

Menos de 1/3 dos brasileiros são apostadores.

Marcas são proibidas para menores de 18 anos.

Futebol brasileiro virou um ambiente com enorme poluição visual de marcas. Grandes anunciantes se afastaram, verbas foram para outras iniciativas.

Potencial do mercado brasileiro

Um total de 159 marcas tiveram exposição na Série A em 2022. Em 2021 eram 172.

Evolução do volume de marcas patrocinadoras de uniforme
20 clubes da Série A do Campeonato Brasileiro (2017-2022)



Cada vez será mais difícil gerar retorno para os patrocinadores no ambiente atual.

Somente uma nova abordagem, similar ao verificado na Europa, atrairá os maiores patrocinadores de volta.

Mercado publicitário X Patrocínios clubes

Brasil tem um dos maiores mercados publicitários entre as ligas do futebol mundial.

Mas uma parcela insignificante do investimento das empresas chega aos clubes.

Menos de 1,8% do total no Brasil, frente aos 16% na Espanha, 10% na Turquia, 6% na França/Alemanha e 5% na Inglaterra.

PIB e mercado publicitário – US\$ milhões

RK	Ligas de Futebol	PIB do país	Mercado publicitário
1	MLS -EUA	22.939.000	285.210
2	Premier League-ING	3.108.000	38.280
3	Bundesliga-ALE	4.230.000	26.700
4	Ligue 1- FRA	2.940.000	15.810
5	Série A- BRA	1.645.000	12.500
6	Série A - ITA	2.120.000	9.590
7	Rússia	1.647.000	7.850
8	LaLiga- ESP	1.439.000	6.430
9	Austria	481.000	6.300
10	Bélgica	581.000	4.980
11	Suécia	622.000	4.960
12	Holanda	1.007.000	4.870
13	México	1.285.000	4.460
14	Polônia	655.000	3.200
15	Turquia	800.000	2.830
16	Suíça	811.000	2.600
17	Dinamarca	397.000	2.200
18	Escócia	205.000	2.200
19	Noruega	445.000	2.100
20	Portugal	252.000	1.200
21	Colômbia	301.000	797
22	Chile	331.000	730

Pelo tamanho do mercado publicitário brasileiro, receitas dos clubes com marketing poderiam dobrar facilmente, caso grandes anunciantes voltassem à investir nos clubes.

Receitas de Marketing X Mercado publicitário- Ligas de futebol



*Gastos dos brasileiros – Por classe social
R\$ bilhões*



Brasil - Potencial de consumo anual - Por setor – R\$ bilhões



Gastos das famílias brasileiras somam R\$ 4,3 trilhões por ano.
Deste total, R\$ 86 bilhões por ano vão para o entretenimento. (2%)

Cidades por potencial de consumo no Brasil

SAO PAULO	SP	7,83218
RIO DE JANEIRO	RJ	4,27506
BRASILIA	DF	2,21238
BELO HORIZONTE	MG	1,67595
SALVADOR	BA	1,31529
CURITIBA	PR	1,28969
FORTALEZA	CE	1,26928
PORTO ALEGRE	RS	1,21724
GOIANIA	GO	0,96721
MANAUS	AM	0,93632
CAMPINAS	SP	0,72972
RECIFE	PE	0,71166
GUARULHOS	SP	0,69231
BELEM	PA	0,61982
SAO GONCALO	RJ	0,55020
CAMPO GRANDE	MS	0,54119
RIBEIRAO PRETO	SP	0,50737
SAO BERNARDO DO CAMPO	SP	0,49832
SAO LUIS	MA	0,49687
SAO JOSE DOS CAMPOS	SP	0,49450
FLORIANOPOLIS	SC	0,47421
SOROCABA	SP	0,45798
UBERLANDIA	MG	0,43932
SANTO ANDRE	SP	0,43713
JOINVILLE	SC	0,43525

Fonte IPC Maps

Muitas cidades ricas têm enorme potencial para que seus clubes cresçam.

Ex. Brasília, Campinas, Manaus, Ribeirão Preto, Campo Grande, São Gonçalo, São Bernardo, Uberlândia, Santo André, Joinville.

Participação dos torcedores- Média Nacional X Torcedores com maior renda

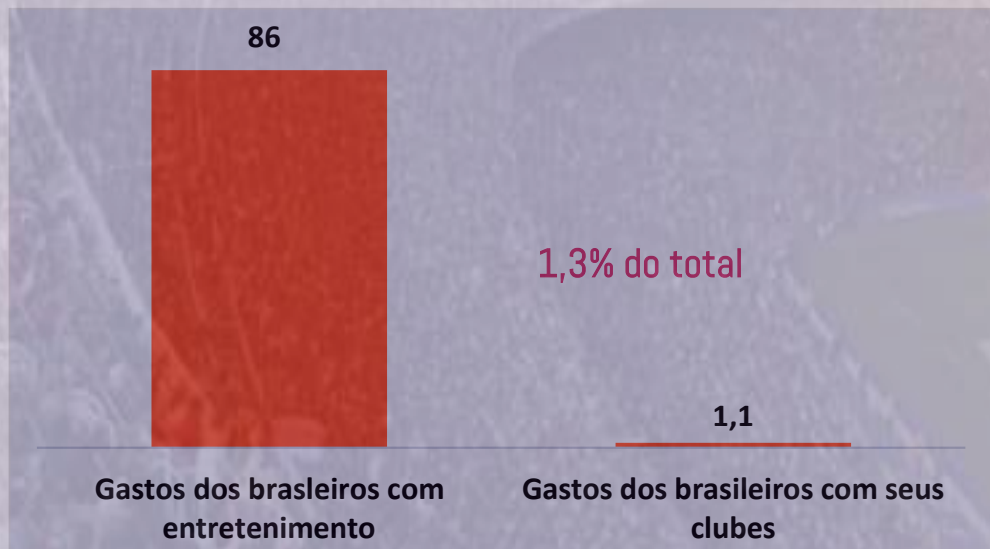
Times	Média Nacional	5-10 Salários Mínimos	>10 Salários Mínimos
Flamengo	20%	16%	24%
Corinthians	14%	17%	10%
São Paulo	8%	8%	8%
Palmeiras	6%	5%	7%
Vasco da Gama	4%	5%	3%
Cruzeiro	4%	4%	2%
Grêmio	4%	3%	7%
Santos	3%	3%	2%
Internacional	3%	3%	1%
Atlético-MG	2%	3%	2%
Fluminense	1%	2%	3%
Bahia	1%	1%	1%
Botafogo	1%	3%	2%
Fortaleza	1%	1%	1%
Ceará	1%	1%	1%
Nenhum	22%	19%	17%

Fonte Datafolha

Análise inédita da Sports Value mostra que os clubes e os patrocinadores no Brasil ainda não descobriam como envolver os fãs de futebol em suas estratégias. Os gastos dos brasileiros com seus clubes foi de **R\$ 1,1 bi** em 2022.

Menos de **1,3%** dos gastos dos brasileiros com entretenimento chega aos cofres dos clubes aqui.

Gastos dos brasileiros – Entretenimento x Clubes de futebol – R\$ bilhões



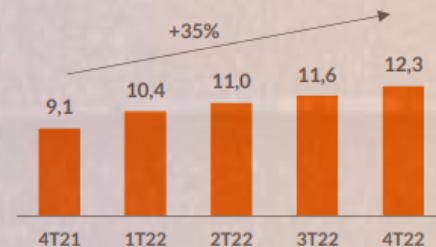
Clubes, por meio de patrocínios data driven, podem ampliar o impacto junto aos brasileiros.

Marcas podem contribuir com novas receitas, com ativações digitais mais assertivas.

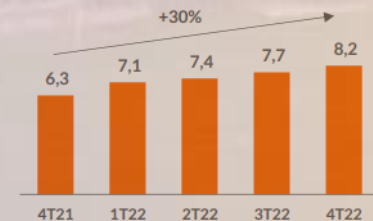
BMG vem ocupando um espaço importante entre os patrocinadores do futebol no Brasil.

Além do patrocínio a grandes times como Corinthians, Atlético-MG e Vasco, lançou o cartão dos times (incluindo o Ceará), que já somam mais de 700 mil clientes.

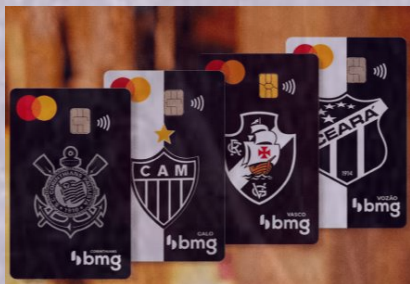
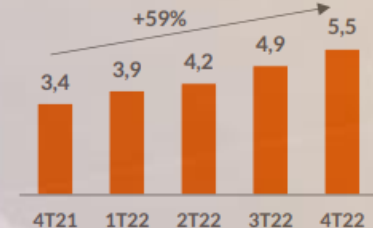
Evolução de clientes - metodologia BACEN (Milhões)



Evolução das contas digitais (milhões)



Cadastros WhatsApp (Milhões)



Tem o case do cartão do Barcelona que são quase 1 milhão de clientes.

E recentemente o cartão do futebol feminino



BRB, graças ao patrocínio do Flamengo cresceu muito.

Já são mais de 3,2 milhões de novos correntistas pela Nação BRB Fla. Marca paga cerca de R\$ 32 milhões por ano pelo patrocínio master.

BRB saiu de 680 K clientes em 2018 para 3,7 milhões em 2021. Está com 6,8 M agora, sendo 3,2 M em contas digitais, tudo por conta do patrocínio do Flamengo.

Banco digital do Fla esta avaliado em R\$ 9 bi.



Cientes e Canais



Base de clientes (milhões)



Apresentação de Resultados 4T22



NAÇÃO BRBFLA

Contas Abertas



+ de 3,2 milhões
de contas abertas
desde o lançamento



A maior torcida



+mengão

Programa de **loyalties**



Experiência **+ moderna e ágil**



Marketplace **exclusivo**



Conexão afetiva
com a marca

Destaques



+ de 1 milhão
cartões ativados



1,2 milhão
cartões vendidos



Presente em **92% dos**
municípios brasileiros



busca de parceiros para
nova fase do BRBFLA





AMBEV, por meio do Guaraná Antártica foi pioneira em entender a linguagem para alavancar o futebol feminino no Brasil e sua marca.

Foram criadas inúmeras campanhas, desde estampar as marcas que apoiam o futebol feminino nas latas, até fazer dos xingamentos nas redes sociais, em grama para as jogadoras. Uma mais atual convidando a usar jogadoras em comercias de TV.



Convite marcas
Formiga nunca anda sozinha

Mais recentemente fizeram uma ação muito interessante com os games.

Bota elas no jogo

NOVOS INDICADORES DE MARKETING ESPORTIVO

Sports Value vem desenvolvendo uma série de análises exclusivas para seus clientes.

Patrocinadores, clubes, startups, investidores, agências, federações e grupos de comunicação, todos já se beneficiaram dessas análises singulares, no Brasil e exterior.

Algumas das ideias mais inovadoras de cruzamento de dados financeiros, marketing, digital e trends estão sendo colocadas em prática.

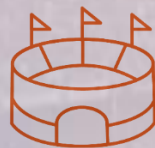
Se o objetivo de sua empresa ou clube é ampliar o retorno com estratégias disruptivas no esporte, Sports Value pode ajudar, e muito.



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.

A hand is shown on the left side of the image, reaching out towards a globe. The globe is centered and has a network of white lines and dots overlaid on it, suggesting a digital or global theme. The background is dark blue with a subtle pattern of white dots and lines.

OBRIGADO!

Amir Somoggi

+55 11 99749 2233

amir.somoggi@sportsvalue.com.br

www.sportsvalue.com.br