# PLURI Especial

# Propostas da Pluri para os Campeonatos Estaduais – Parte I

**PLURI Consultoria**
*Sport Business,* Economia e Inteligência de Mercado
Curitiba-PR
www.pluriconsultoria.com.br
Twitter: @pluriconsult
www.facebook.com/pluriconsultoria

Fernando Ferreira
*Economista, Especialista em Gestão e Marketing do Esporte e Pesquisa de Mercado.*
fernando@pluriconsultoria.com.br
Twitter: @fernandopluri

---

## Bem vindos

### Os campeonatos Estaduais agonizam! O que fazer?

2012 ainda não começou no futebol brasileiro. Março foi embora e com ele ¼ do ano ficou para trás, com uma sensação de que ainda não rolou a bola no país neste ano. Depois do supercompetitivo Brasileirão 2011, há uma indisfarçável sensação de que os torcedores continuam de férias, longas férias...

Um seleto grupo de clubes privilegiados ainda pode se dar ao luxo de disputar a Libertadores, enquanto outros tantos se contentam com a Copa do Brasil em suas fases preliminares. Aos demais, resta a dura realidade dos campeonatos estaduais, com uma profusão de jogos de baixa qualidade e pouca importância disputados em estádios vazios, imagem com a qual fomos nos acostumando com o passar dos anos. É verdade que nas finais veremos algum aumento de público e um pouco mais de emoção, seguido pelas tradicionais festas dos campeões e as imagens de torcedores comemorando a "conquista", ao som de seus respectivos hinos. **Tudo isso ocorrerá em pouquíssimas semanas, dentro de um período de quase meio ano praticamente jogado fora, com os clubes sacrificando suas finanças, e os jogadores sujeitos a total falta de competitividade.**

O Brasil é o único país do Mundo em que existem campeonatos estaduais com a obrigatoriedade de participação dos grandes clubes, o que no passado (quando o futebol não tinha um caráter tão profissional), até se justificava pela dimensão territorial do país. **Hoje o modelo se esgotou e as mudanças são inevitáveis, mas antes é preciso responder à duas questões:**

**1) Qual evento servirá de ruptura para a alteração do atual modelo?**

**2) Qual modelo de disputa sucederá o atual?**

Há uma gritaria geral por parte da mídia e dos torcedores pedindo mudanças nos estaduais. Apesar disso, não há sinais de que algo significativo esteja para ocorrer, apenas movimentos pontuais como as alterações na Copa do Brasil e o retorno da Copa do Nordeste, ambos previstos para 2013. Mas essa aparente paralisia não deveria nos surpreender, pois é parte de um comportamento tipicamente brasileiro, presente em várias áreas da nossa sociedade, em especial naquelas em que a política está presente de forma mais visível, como é o caso do futebol. **Trata-se do nosso velho hábito de procrastinar, empurrar com a barriga esperando que algo mude, sem que nada se faça para que a mudança ocorra. Na tradição brasileira, não se antecipa ao problema, vamos a reboque deles. Ou seja, estica-se a corda até que ela arrebente. Muda-se por ruptura.**

Não entrarei na discussão dos motivos pelo qual federações e/ou clubes não se movimentam para tentar uma solução, ou as razões pelo qual não surgem lideranças capazes de aglutinar os clubes e buscar uma alternativa que seja de interesse geral. **Mas é certo que, apesar da bilheteria fraca e do baixo nível técnico das competições, os clube tem receitas de transmissão de tv consideráveis durante**

**os estaduais, o que certamente ajuda a manter uma certa inércia.**

**Neste modelo, é de se esperar que os parceiros (tvs e patrocinadores) que se envolvem com o produto "campeonato estadual" aumentem a pressão por mudanças na medida em que a qualidade caia a tal nível que ficará difícil manter a audiência destes jogos, produzindo efeito sobre anunciantes, e por fim levando à necessidade de se rever o modelo. Quanto tempo levará para isso ocorrer? Creio que não muito.**

## A Perda de competitividade e o Risco Europeu

A despeito do problema que os estaduais representam para os clubes grandes, a situação é muito mais aguda para os de menor expressão. **Nunca se viu um desnível tão grande entre clubes pequenos e grandes, e essa é uma tendência irreversível, pois o encolhimento de suas torcidas (aliado à baixa qualidade da gestão no futebol) leva à redução das receitas e à dificuldade em formar equipes competitivas.** Nem mesmo a estratégia de tentar arrecadar cobrando caro nos jogos contra os times grandes tem funcionado, pois estes cada vez mais jogam os estaduais com suas equipes mistas, poupando parte dos titulares para a Libertadores ou Copa do Brasil. **Portanto, a mudança é a chave da sobrevivência, sendo o modelo atual um verdadeiro cemitério de clubes pequenos.**

Por sua vez, alguns dos nossos maiores clubes vêm demonstrando interesse em projetar suas marcas no cenário internacional, aproveitando a boa fase que o país atravessa, e percebendo que há condições para, a médio e longo prazos, figurarem em posição de maior destaque. **Mas como concorrer em um mercado em que se perde quase meio ano jogando partidas inexpressivas, contra adversários fracos, em estádios vazios, enquanto as principais equipes do mundo disputam campeonatos nacionais fortes em paralelo à competições continentais ainda mais fortes?**

**O futebol internacional vive num ambiente de seleção natural, de puro Darwinismo, e a tendência à concentração de poder econômico está se tornando mais intensa.** Com as fronteiras internacionais cada vez menores, hoje há pelo menos 10 marcas com ambição global mirando mercados ao redor do Mundo, de olho na conquista de torcedores e simpatizantes para vender seus produtos, clubes como Barcelona, Real Madri, Milan, Inter de Milão, Juventus, Manchester United, Arsenal, Chelsea, Liverpool, Manchester City e

Bayern de Munique, entre outros. **E quanto a nós? Queremos ou não ter clubes brasileiros nesta elite? Queremos ou não preservar nossos torcedores, e não correr o risco de, no longo prazo, perder parte deles para os cada vez mais influentes clubes Europeus?**

Na última pesquisa de torcidas que a PLURI divulgou, vimos que apenas 5 das 27 Unidades de Federação do País possuem maioria de torcedores que torcem para os clubes locais: Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais e Pernambuco. Que sirva de lição. Assim como clubes outrora fortes em determinadas cidades e estados vem perdendo torcida para clubes maiores de atuação nacional, o mesmo pode ocorrer com os clubes nacionais em relação aos estrangeiros, a não ser que estes ajam para defender seus mercados (torcedores) do ataque estrangeiro. **A barreira da língua e a distância fazem o processo ser mais lento, mas uma vez que este cenário se torne uma tendência, será irreversível.** Não se trata aqui de imaginar que clubes europeus terão grandes torcidas no Brasil no futuro, isso nunca vai acontecer. Mas tudo indica que avançarão sobre uma parcela de nossos torcedores do qual nossos clubes não podem se dar ao luxo de abrir mão. É preciso olhar à frente.

**Percebendo o ambiente, a mídia vem aumentando cada vez mais a transmissão e a cobertura dos campeonatos internacionais, com seus estádios cheios e times repletos de craques.** Jogos da UEFA *Champions* já ocupam horário na grade da principal emissora do país, com direito à presença do seu principal narrador, o que não ocorre nos jogos do campeonato brasileiro. E nisso a garotada vai sendo cada vez mais exposta ao espetáculo de sonhos Europeu, contrastando com a dura realidade dos nossos estaduais.

## Quais são as alternativas?

**Várias propostas de mudança vêm sendo sugeridas nos últimos anos, e elas vão desde uma simples redução dos clubes participantes até o fim completo dos estaduais. É uma questão bastante complexa, pois uma boa alternativa tem que atender à necessidades que à primeira vista podem parecer conflitantes:**

1) É preciso resguardar os grandes clubes, permitindo que ocupem melhor os 5 primeiros meses do ano, aliando um período para uma adequada pré-temporada, com um campeonato rentável e competitivo, que atraia a atenção dos torcedores;

2) É preciso criar uma viabilidade para clubes do interior, preservando toda uma atividade econômica (e empregos) que giram em torno deles e precisam ser considerados. Além disso, os clubes pequenos precisam de calendário, pois sem ele não conseguem criar e manter um vínculo com seu torcedor, que hoje passa mais da metade do ano sem ver seu time jogar, mas assistindo aos jogos de equipes grandes pela TV, o que leva à redução da torcida ao longo do tempo.

3) Para alguns clubes (mesmo os médios e alguns grandes), ganhar o campeonato estadual é a única chance real de seu torcedor gritar "É campeão!";

4) É preciso considerar o tamanho do território Brasileiro e também as características regionais do país, pois em alguns estados os campeonatos estaduais são mais importantes (e competitivos) do que em outros.

**Na próxima quinta a PLURI divulgará a segunda e última parte deste relatório, com nossa sugestão para um novo formato dos campeonatos no Brasil.**


## Fernando Ferreira

**fernando@pluriconsultoria.com.br**
**twitter: @pluriconsult**
**@fernandopluri**

## Conheça a Pluri Consultoria

PESQUISA, ANÁLISE, CENÁRIOS E TENDÊNCIAS, estes são os PILARES do nosso trabalho.

Somos uma empresa situada em Curitiba que busca resultados CONCRETOS para seus clientes a partir da união das áreas de ECONOMIA, GESTÃO e MARKETING.

Nosso foco está voltado para um melhor entendimento dos mercados que propicie a maximização de RESULTADOS, por isso podemos ajudar DECISIVAMENTE nossos clientes através das seguintes ÁREAS DE ATUAÇÃO:

Pluri Sport Business, Pluri Economia e Inteligência de Mercado.

## Pluri SPORT BUSINESS

A experiência da PLURI em INTELIGÊNCIA DE MERCADO e GESTÃO, aplicada em projetos de consultoria para o mercado esportivo, abrangendo empresas patrocinadoras, investidores, clubes, entidades e atletas.

Pluri **Marketing Esportivo,** Pluri **Pesquisas Esportivas,** Pluri **Gestão Esportiva,** Pluri **Governança Esportiva,** Pluri **Sport Invest,** Pluri **Sport Manager,** Pluri **Palestras.**

**Saiba +:** http://www.pluriconsultoria.com.br/sport.php

## Pluri ECONOMIA e INTELIGÊNCIA DE MERCADO

Segmento da Pluri destinado a facilitar a tomada de decisões a partir do análise e interpretação do ambiente econômico e de mercado, que permita aumentar a eficiência de seu planejamento estratégico, mercadológico e comercial. Somos especialistas em elaboração de CENÁRIOS para a economia e seus setores, e nosso objetivo é oferecer suporte para a tomada de decisões, permitindo identificar oportunidades não percebidas, conhecer melhor a imagem da empresa perante os consumidores, monitorar a concorrência e preparar o ambiente para eventuais mudanças de tendências. Serviço personalizado de consultoria, feito sob medida para sua empresa, através de Reuniões, Palestras, Conference calls, Estudos e relatórios:

Pluri Data, Pluri Cenários, Pluri Setorial, Pluri Empresas, Pluri Valuation, Pluri Finance, Pluri Business Broker, Pluri Market, Pluri Trends, Pluri Perfil, Pluri Brand, Pluri Pesquisas, Pluri Location,

**Saiba +:** http://www.pluriconsultoria.com.br/economia.im.php

Acesse nossos relatórios nas áreas de **Economia, *Sport Business* e Inteligência de Mercado** em www.pluriconsultoria.com.br/relatórios.php

# Entre em contato com a Pluri


**Autor**
Fernando Pinto Ferreira
fernando@pluriconsultoria.com.br

**PLURI Consultoria**
Curitiba-PR


**Economia**
***Sport Business***
**Economia & Inteligência de Mercado**

www.pluriconsultoria.com.br


Este relatório foi preparado pela Pluri Consultoria e é distribuído com a finalidade única de prestar informações ao mercado em geral. A Pluri Consultoria não se responsabiliza por quaisquer prejuízos de quaisquer naturezas, por perdas diretas ou indiretas derivadas do uso das informações constantes do mencionado relatório de seu conteúdo.