



RELATÓRIO MENSAL DE PATROCÍNIOS DE CAMISAS DOS CLUBES BRASILEIROS

III – PROPRIEDADES DOS UNIFORMES DOS CLUBES

SETEMBRO/22



Nosso Time



Fernando Ferreira
Sócio-Diretor



Jociane Oliveira
Sócio-Diretor | Data



Pablo Coutinho
Analista de Research



Jefferson Benjamin
Analista de Dados



Rodrigo Albuquerque
Analista de Dados



Luana Santos
Marketing

INFORMAÇÕES PRELIMINARES

Neste relatório são apresentadas análises sobre as propriedades nos uniformes dos clubes brasileiros no mês, com um foco no número de empresas patrocinadoras e segmentos presentes;

Para realizar esta análise, foram selecionados 36 dos principais clubes brasileiros, a partir de critérios como tamanho de torcida e receitas anuais, a saber: **América-MG, Athletico-PR, Atlético-GO, Atlético-MG, Avaí, Bahia, Botafogo, Ceará, Chapecoense, Corinthians, Coritiba, Criciúma, Cruzeiro, Cuiabá, Flamengo, Fluminense, Fortaleza, Goiás, Grêmio, Guarani, Internacional, Juventude, Náutico, Palmeiras, Paraná, Paysandu, Ponte Preta, RB Bragantino, Remo, Santa Cruz, Santos, São Paulo, Sport, Vasco, Vila Nova, Vitória;**

A definição do Porte da empresa, utilizada no relatório, obedece o seguinte parâmetro: Empresas pequenas: Receita bruta anual de até R\$ 5 Milhões; Empresas médias: Receita bruta anual entre R\$ 5 Milhões e R\$ 300 Milhões; Grandes empresas: Receita bruta anual entre R\$ 300 Milhões e R\$ 2 Bilhões; Mega Empresas: Receita bruta anual acima de R\$ 2 Bilhões.



Fortalecimento da imagem do clube



Estratégia de engajamento do torcedor



Estruturação e programa de sócio torcedor e pricing



Programas de Loyalty, moeda própria, rede conveniada e marketplace



Estruturação das áreas de licenciamento e redes de lojas e escolinhas



V – PROPRIEDADES DOS UNIFORMES DOS CLUBES BRASILEIROS

Análise abrangendo os patrocinadores dos uniformes dos 36 principais clubes brasileiros



PROPRIEDADES MASTER E DE MATERIAL ESPORTIVO SÃO AS MAIS PRESENTES NOS UNIFORMES DOS CLUBES BRASILEIROS EM SETEMBRO

As propriedades de jogo que representam maior peso no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes são Master (20,9%), Costas Superior (13,2%), Omoplata (8,2%) e Peito Direito – Material Esportivo (8,2%);

As propriedades de jogo que estiveram mais ocupadas dentre os uniformes dos clubes analisados, considerando que o clube possui patrocinador na propriedade ou não possui a região disponível para comercialização, foram Master e Peito Direito (Material Esportivo), ambas presentes em 97,2% dos clubes;

Apenas o Atlético Paranaense não apresentou patrocinador master em setembro e somente o Botafogo não possuía marca de material esportivo estampada no uniforme no mês;

As propriedades menos exploradas pelos clubes, considerando aqueles que possuem disponibilidade para comercialização e não conseguiram, são barra frontal, barra frontal inferior e barra traseira do calção, presentes em 61,1% dos clubes.



Fortalecimento da imagem do clube



Estratégia de engajamento do torcedor



Estruturação e programa de sócio torcedor e pricing



Programas de Loyalty, moeda própria, rede conveniada e marketplace



Estruturação das áreas de licenciamento e redes de lojas e escolinhas

PATROCÍNIO POR PROPRIEDADE DE JOGO

CLUBES	TAXA DE OCUPAÇÃO	MASTER - ÁREA NOBRE	PEITO DIREITO (Mat. Esportivo)	PEITO CENTRAL	BARRA FRONTAL	BARRA FRONTAL INFERIOR	OMOPLATA	MANGA	FAIXA DE CAPITÃO	LATERAL	COSTAS SUPERIOR	BARRA TRASEIRA (COSTAS INFERIOR)	BARRA TRASEIRA INFERIOR	NÚMERO DAS CAMISAS	BARRA DIANTEIR A CALÇÃO	BARRA TRASEIRA CALÇÃO	MEIÕES
		20,9%	8,2%	7,8%	6,8%	4,0%	8,8%	7,4%	3,0%	1,2%	13,2%	6,4%	2,5%	1,8%	4,0%	2,5%	1,5%
América-MG	78,8%	✓	✓	✓	X	X	✓	✓	✓	✓	✓	X	X	✓	✓	✓	X
Athletico-PR	67,1%	X	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	X	X
Atlético-GO	68,0%	✓	✓	✓	X	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	X	X	X
Atlético-MG	100,0%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Avai	73,8%	✓	✓	✓	X	X	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	X	X
Bahia	91,7%	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X
Botafogo	40,8%	✓	X	X	X	✓	X	✓	✓	✓	X	X	✓	✓	X	X	X
Ceará	86,9%	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	X
Chapecoense	82,1%	✓	✓	✓	✓	X	✓	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	X	X
Corinthians	80,0%	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Coritiba	92,1%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	X
Criciúma	81,7%	✓	✓	X	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	X	✓	✓

✓ = o clube possui patrocinador na propriedade ou não possui a região disponível para comercialização

X = o clube não possui patrocinador na propriedade listada

PATROCÍNIO POR PROPRIEDADE DE JOGO

CLUBES	TAXA DE OCUPAÇÃO	MASTER - ÁREA NOBRE	PEITO DIREITO (Mat. Esportivo)	PEITO CENTRAL	BARRA FRONTAL	BARRA FRONTAL INFERIOR	OMOPLATA	MANGA	FAIXA DE CAPITÃO	LATERAL	COSTAS SUPERIOR	BARRA TRASEIRA (COSTAS INFERIOR)	BARRA TRASEIRA INFERIOR	NÚMERO DAS CAMISAS	BARRA DIANTEIR A CALÇÃO	BARRA TRASEIRA CALÇÃO	MEIÕES
		20,9%	8,2%	7,8%	6,8%	4,0%	8,8%	7,4%	3,0%	1,2%	13,2%	6,4%	2,5%	1,8%	4,0%	2,5%	1,5%
Cruzeiro	86,9%	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	X
Cuiabá	89,6%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	X	X
Flamengo	100,0%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Fluminense	92,0%	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	X
Fortaleza	98,5%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X
Goiás	59,9%	✓	✓	X	X	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	X	X	✓	X	X
Grêmio	93,2%	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Guarani	90,2%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	X	X	X
Internacional	86,7%	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	X	X
Juventude	84,1%	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	X	✓	X
Naútico	82,4%	✓	✓	X	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	X	✓	✓	X
Palmeiras	100,0%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

✓ = o clube possui patrocinador na propriedade ou não possui a região disponível para comercialização

X = o clube não possui patrocinador na propriedade listada

PATROCÍNIO POR PROPRIEDADE DE JOGO

CLUBES	TAXA DE OCUPAÇÃO	MASTER - ÁREA NOBRE	PEITO DIREITO (Mat. Esportivo)	PEITO CENTRAL	BARRA FRONTAL	BARRA FRONTAL INFERIOR	OMOPLATA	MANGA	FAIXA DE CAPITÃO	LATERAL	COSTAS SUPERIOR	BARRA TRASEIRA (COSTAS INFERIOR)	BARRA TRASEIRA INFERIOR	NÚMERO DAS CAMISAS	BARRA DIANTEIR A CALÇÃO	BARRA TRASEIRA CALÇÃO	MEIÕES
		20,9%	8,2%	7,8%	6,8%	4,0%	8,8%	7,4%	3,0%	1,2%	13,2%	6,4%	2,5%	1,8%	4,0%	2,5%	1,5%
Paraná	68,7%	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	X	X	X	X	✓	✓	X	X
Paysandu	93,5%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	X	X
Ponte Preta	89,2%	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓
RB Bragantino	100,0%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Remo	92,7%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	X	X	✓	✓	✓
Santa Cruz	53,6%	✓	✓	X	X	X	X	X	✓	X	✓	X	✓	✓	✓	X	X
Santos	98,5%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X
São Paulo	76,5%	✓	✓	✓	X	✓	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	X
Sport	84,2%	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	X	X
Vasco	85,5%	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	X	X	X
Vila Nova	98,2%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓
Vitória	84,6%	✓	✓	✓	✓	X	✓	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	X
OCUPAÇÃO POR PROPRIEDADE		97,2%	97,2%	83,3%	61,1%	61,1%	91,7%	88,9%	91,7%	94,4%	86,1%	77,8%	66,7%	80,6%	72,2%	61,1%	27,8%

✓ = o clube possui patrocinador na propriedade ou não possui a região disponível para comercialização

X = o clube não possui patrocinador na propriedade listada

O SEGMENTO DE SAÚDE FOI O MAIS PRESENTE EM 6 DAS 16 PROPRIEDADES ANALISADAS

A Unimed foi a empresa patrocinadora mais presente em 3 das 16 propriedades analisadas: barra traseira (costas inferiores), em 5 clubes, barra traseira inferior (4 clubes) e meiões (1 clube). Em seguida, aparece Cartão de Todos, sendo a empresa mais presente em 2 das 16 propriedades: barra dianteira calção, em 6 clubes, e faixa de capitão (1 clube);

A Umbro foi a empresa patrocinadora mais presente em uma única propriedade: estampou 8 dos 36 uniformes analisados na propriedade peito direito;

O segmento de Saúde foi o mais presente em 6 das 16 propriedades: peito central, barra traseira (costas inferior), barra dianteira calção, faixa de capitão, barra traseira inferior e meiões. Na sequência, aparece o setor de betting, estampado em 3 das 16 propriedades: master, omoplata e manga;

O porte de empresa mais frequente entre as propriedades é o grande, liderando em 11 das 16 propriedades.



Fortalecimento da imagem do clube



Estratégia de engajamento do torcedor



Estruturação e programa de sócio torcedor e pricing



Programas de Loyalty, moeda própria, rede conveniada e marketplace



Estruturação das áreas de licenciamento e redes de lojas e escolinhas

MÁSTER – ÁREA NOBRE

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:



7 CLUBES

A área nobre dos patrocínios nos uniformes dos clubes – o patrocínio máster – que representa 20,9% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes, esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 97,2% dos clubes analisados em setembro: apenas o Athletico-PR não possui patrocinador na propriedade;

Pixbet é o patrocinador mais presente nesta propriedade: a empresa estampou a região do uniforme de 7 clubes. Betnacional também apresentou destaque ao patrocinar 4 clubes;

O segmento mais frequente na propriedade máster foi o de Betting, patrocinando 17 clubes, seguido por Finanças (6);

O porte das empresas mais comum nesta propriedade, com 22, foi o grande, seguido pelo mega (9).

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



BETTING – 17 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

GRANDE – 22 EMPRESAS

COSTAS SUPERIOR

As costas superior, segundo maior patrocínio ao representar 13,2% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes, esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 86,1% dos clubes analisados: cinco clubes não possuíam patrocinador na propriedade;

Champion Watch é o patrocinador mais presente nesta propriedade: a empresa estampou a região do uniforme de 4 clubes. BMG, Brisanet, Banrisul e Hebron se destacaram ao estampar a região de 2 clubes cada.

O segmento mais frequente na propriedade foi o de Finanças, patrocinando 6 clubes, seguido por Vestuário e Betting (4 clubes cada);

O porte das empresas mais comum nesta propriedade, com 17, foi o grande, seguido pelo mega (8).

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:



4 CLUBES

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



FINANÇAS - 6 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

GRANDE - 17 EMPRESAS

OMOPLATA

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:



4 CLUBES

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



BETTING - 8 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

GRANDE - 18 EMPRESAS

A omoplata, terceiro maior patrocínio ao representar 8,8% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes, esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 91,7% dos clubes analisados: três clubes não possuíam patrocinador na propriedade;

Gav Resorts é o patrocinador mais presente nesta propriedade: a empresa estampou a região do uniforme de 4 clubes. Pixbet (3), Acelen (2) e Freitas Varejo (2) se destacaram ao estampar mais de 1 clube;

O segmento mais frequente na propriedade foi o de Betting, patrocinando 8 clubes, seguido por Alimentos, Turismo e Medicamentos (4 clubes cada);

O porte das empresas mais comum nesta propriedade, com 18, foi o grande, seguido pelo médio (16).

PEITO DIREITO – MATERIAL ESPORTIVO

O peito direito (material esportivo), quarta maior propriedade ao representar 8,2% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes, esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 97,2% dos clubes analisados: apenas o Botafogo não possuía patrocinador em setembro; Umbro é o patrocinador mais presente nesta propriedade: a empresa estampou a região do uniforme de 8 clubes. Volt (5), Adidas (5) e Kappa (2) também apresentaram destaque.

O porte das empresas mais comum nesta propriedade, com 12, foi o grande, seguido pelo pequeno (9). A presença de várias empresas de pequeno porte nesta propriedade ocorre com influência das marcas próprias de material esportivo.

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:



umbro

8 CLUBES

SEGMENTO:



MATERIAL ESPORTIVO

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

GRANDE – 12 EMPRESAS

PEITO CENTRAL

**PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:**



2 CLUBES

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



SAÚDE - 4 CLUBES

**PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:**

MÉDIO - 8 EMPRESAS

O peito central, quinta maior propriedade ao representar 7,8% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes, esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 83,3% dos clubes analisados: seis clubes não possuíam patrocinador na propriedade;

Gocare e Governo do Pará são os patrocinadores mais presentes nesta propriedade: as empresas estamparam a região do uniforme de 2 clubes cada.;

O segmento mais frequente na propriedade foi o de Saúde, patrocinando 4 clubes, seguido por Material de Construção (3);

O porte das empresas mais comum nesta propriedade, com 8, foi o médio, seguido pelo mega (5).

MANGA

A manga, sexta maior propriedade ao representar 7,4% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes, esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 88,9% dos clubes analisados: quatro clubes não possuíam patrocinador na propriedade;

Betcris, Havan e Vero são os patrocinadores mais presentes nesta propriedade: as empresas estamparam a região do uniforme de 2 clubes cada;

O segmento mais frequente na propriedade foi o de Betting, patrocinando 6 clubes, seguido por Atacado e Varejo (4) e Alimentos (3);

O porte das empresas mais comum nesta propriedade, com 16, foi o grande, seguido pelo médio (9).

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:



2 CLUBES

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



BETTING – 6 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

GRANDE – 16 EMPRESAS

BARRA FRONTAL

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:



2 CLUBES

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



TELECOM/FARMÁCIAS... - 2 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

GRANDE - 8 EMPRESAS

A barra frontal, sétima maior propriedade ao representar 6,8% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes, esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 61,1% dos clubes analisados: quatorze clubes não possuíam patrocinador na propriedade;

Ligga e Reinafarma são os patrocinadores mais presentes nesta propriedade: as empresas estamparam a região do uniforme de 2 clubes cada;

Houve um empate entre os segmentos mais frequentes na propriedade: Telecom, Farmácias, Finanças, Materiais de Construção e Criptomoedas patrocinaram 2 clubes cada;

O porte das empresas mais comum nesta propriedade, com 8, foi o grande, seguido pelo médio (6).

BARRA TRASEIRA (COSTAS INFERIOR)

A barra traseira (costas inferior), oitava maior propriedade ao representar 6,4% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes, esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 77,8% dos clubes analisados: oito clubes não possuíam patrocinador na propriedade;

Unimed é patrocinadora mais presente nesta propriedade: a empresa estampou a região do uniforme de 5 clubes. Em seguida, aparecem Hebron (2) e Nutrata (2);

O segmento mais frequente na propriedade foi o de Saúde, patrocinando 7 clubes, seguido por Material de Construção (3);

O porte das empresas mais comum nesta propriedade, com 10, foi o grande, seguido pelo mega (8).

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:

Unimed 

5 CLUBES

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



SAÚDE – 7 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

GRANDE – 10 EMPRESAS

BARRA FRONTAL INFERIOR

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:



2 CLUBES

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



CRÍPTOMOEDAS – 3 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

GRANDE – 6 EMPRESAS

A barra frontal inferior, nona maior propriedade ao representar 4% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes, esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 61,1% dos clubes analisados: quatorze clubes não possuíam patrocinador na propriedade;

Bitci é a patrocinadora mais presente nesta propriedade: a empresa estampou a região do uniforme de 2 clubes e foi a única a aparecer em mais de 1;

O segmento mais frequente na propriedade foi o de Criptomoedas, patrocinando 3 clubes, seguido por Alimentos (2) e Serviços (2);

O porte das empresas mais comum nesta propriedade, com 6, foi o grande, seguido pelo médio (3).

BARRA DIANTEIRA CALÇÃO

A barra dianteira do calção, décima maior propriedade ao representar 4% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes, esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 72,2% dos clubes analisados: dez clubes não possuíam patrocinador na propriedade;

Cartão de Todos é o patrocinador mais presente nesta propriedade: a empresa estampou a região do uniforme de 6 clubes. Em seguida, aparecem Autotrack (2) e Grupo Zelo (2);

O segmento mais frequente na propriedade foi o de Saúde, patrocinando 7 clubes, seguido por Alimentos (3);

O porte das empresas mais comum nesta propriedade, com 12, foi o grande, seguido pelo médio (9).

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:



6 CLUBES

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



SAÚDE – 7 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

GRANDE – 12 EMPRESAS

FAIXA DE CAPITÃO

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:



CIMED

1 CLUBE

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



SAÚDE/MEDICAMENTOS - 1 CLUBE

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

MEGA/GRANDE - 1 EMPRESA

A barra dianteira do calção, décima primeira maior propriedade ao representar 3% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes, esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 91,7% dos clubes analisados: três clubes não possuíam patrocinador na propriedade;

Cartão de Todos e CIMED são os únicos patrocinadores estampando esta propriedade no uniforme de 1 clube cada;

Os segmento mais frequentes na propriedade foram Saúde (1) e Medicamentos (1);

Os portes das empresas mais comuns nesta propriedade, com 1 cada, foram Mega e Grande.

BARRA TRASEIRA INFERIOR

A barra traseira inferior, décima segunda maior propriedade ao representar 2,5% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes, esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 66,7% dos clubes analisados: doze clubes não possuíam patrocinador na propriedade;

Unimed é o patrocinador mais presente nesta propriedade: a empresa estampou a região do uniforme de 4 clubes e foi a única a patrocinar mais de 1 nesta propriedade;

O segmento mais frequente na propriedade foi o de Saúde, patrocinando 4 clubes, seguido por Atacado e Varejo (2);

O porte das empresas mais comum nesta propriedade, com 7, foi o mega, seguido pelo grande (2) e médio (2).

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:

Unimed 

4 CLUBES

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



SAÚDE - 4 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

MEGA - 7 EMPRESAS

BARRA TRASEIRA CALÇÃO

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:

abc
da construção



MM
Aluguel de carros

2 CLUBES

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



MAT. CONSTRUÇÃO - 5 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

MÉDIO - 9 EMPRESAS

A barra traseira do calção, décima terceira maior propriedade ao representar 2,5% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes, esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 61,1% dos clubes analisados: quatorze clubes não possuíam patrocinador na propriedade; ABC da Construção, SP Combustíveis e MM Aluguel de Carros são os patrocinadores mais presentes nesta propriedade: as empresas estamparam a região do uniforme de 2 clubes cada; O segmento mais frequente na propriedade foi o de Material de Construção, patrocinando 5 clubes, seguido por Óleo e Gás (2), Saúde (2) e Suplementos (2); O porte das empresas mais comum nesta propriedade, com 9, foi o médio, seguido pelo grande (8).

NÚMERO DAS CAMISAS

O número das camisas, décima quarta maior propriedade ao representar 1,8% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes, esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 80,6% dos clubes analisados: sete clubes não possuíam patrocinador na propriedade;

A TIM é a patrocinadora mais presentes nesta propriedade: a empresa estampou a região do uniforme de 4 clubes. Em seguida, aparece a MARQUESPAN (2);

O segmento mais frequente na propriedade foi o de telecom, patrocinando 4 clubes, seguido por Serviços (3), Alimentos (2) e Saúde (2);

O porte das empresas mais comum nesta propriedade, com 5, foi o mega.

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:



4 CLUBES

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



TELECOM – 4 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

MEGA – 5 EMPRESAS

MEIÕES

**PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:**

Unimed 



1 CLUBE...

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



SAÚDE - 3 CLUBES

**PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:**

EMPATE - 2 EMPRESAS CADA

Os meiões, décima quinta maior propriedade ao representar 1,5% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes, esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 27,8% dos clubes analisados: vinte e seis clubes não possuíam patrocinador na propriedade;

Existem oito patrocinadores estampando a região dos meiões, cada um em apenas um clube, são eles: Unimed, Totvs, BILD Diagnósticos, Americano, Zoolutti, Luvix, Gelos Cubinho e Blink;

O segmento mais frequente na propriedade foi o de Saúde, patrocinando 3 clubes;

Cada um dos diferentes portes das empresas – Pequeno, Médio, Grande e Mega – apareceu 2 vezes.

LATERAL

A lateral, décima sexta maior propriedade ao representar 1,2% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes, esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 94,4% dos clubes analisados: dois clubes não possuíam patrocinador na propriedade;

A Moura Dubeux e Arroz Zilmar são as patrocinadoras mais presentes nesta propriedade: as empresas estamparam a região do uniforme de 2 clubes cada;

Os segmentos mais frequentes na propriedade foram Agro, Alimentos e Construção, patrocinando 2 clubes cada;

O porte das empresas mais comum nesta propriedade, com 6, foi o médio, seguido pelo grande (2).

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:



2 CLUBES

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



**AGRO/ALIMENTOS/CONSTRUÇÃO –
2 CLUBES**

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

MÉDIO – 6 EMPRESAS

Conheça nossos produtos

Gestão e Finanças

Identificação de parceiros e investidores estratégicos (Brasil e Exterior);

Valuation de clubes, atletas e torcida

Planos de Gestão e Governança;

Reestruturação Financeira e Estratégia de captação de recursos;

Planejamento estratégico;

Programa de Gestão de Riscos;

Comercial & Marketing

Estratégias de engajamento do torcedor;

Fortalecimento da Identidade do Clube;

Estruturação de Programas de Sócio Torcedor e Pricing;

Programas de loyalty, moeda própria, rede conveniada e marketplace;

Estruturação da área de licenciamentos e das redes de lojas e escolinhas;



pluriconsultoria.com.br