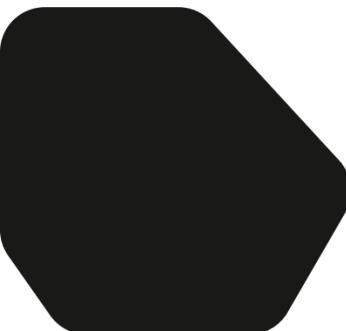




RELATÓRIO MENSAL DE PATROCÍNIOS DE CAMISAS DOS CLUBES BRASILEIROS

I – TAXA DE OCUPAÇÃO DOS
UNIFORMES E PATROCINADORES POR
CLUBES

Março/23





Quem Somos



Consultoria em Gestão, Finanças, Valuation, BI e DataScience



Agência de Estruturação de Negócios Financeiros com foco em reestruturação de clubes e Captação de Investimentos em SAFs



Agência de Marketing esportivo com foco em Negociação de propriedades de Mídia, Broadcast e Patrocínios



A moeda do Futebol: Plataforma de Fan engagement e Redes Conveniadas

Nossa Equipe



Fernando Ferreira
Sócio-Diretor



Jociane Oliveira
Sócia-Diretora | Data



Pablo Coutinho
Analista de Research



Henrique Junqueira
Analista de Research



Rodrigo Albuquerque
Analista de Dados



Luana Santos
Marketing

DESTAQUES

- Ranking de taxa de ocupação dos uniformes tem apenas dois clubes com 100%
- Athletico-PR assume a liderança do ranking IPEP em Março
- Clubes fecham acordos com patrocinadores antes do início dos campeonatos mais importantes

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO – TAXA DE OCUPAÇÃO DOS UNIFORMES

A taxa de ocupação dos uniformes analisa o percentual ocupado dentre os espaços disponíveis dos uniformes dos clubes, incluindo camisa, calção e meções.

Para a elaboração do cálculo, são utilizados pesos em cada uma das propriedades dos uniformes dos clubes analisados, a saber:

| Propriedade | Lateral | Costas superior | Barra traseira | Barra traseira inferior | Número das camisas | Barra dianteira calção | Barra traseira calção | Meiões | |
|-------------|---------|-----------------|----------------|-------------------------|------------------------|------------------------|-----------------------|--------|------------------|
| Peso (%) | 1,2 | 13,2 | 6,4 | 2,5 | 1,8 | 4,0 | 2,5 | 1,5 | |
| Propriedade | Master | Peito direito | Peito central | Barra frontal | Barra frontal inferior | Omoplata direita | Omoplata esquerda | Manga | Faixa de capitão |
| Peso (%) | 20,9 | 8,2 | 7,8 | 6,8 | 4,0 | 4,4 | 4,4 | 7,4 | 3,0 |

Há clubes que ofertam apenas algumas propriedades do uniforme para venda aos patrocinadores, outros optam por colocar mais espaços à venda. O conceito de taxa de ocupação dos uniformes considera apenas as propriedades que estão disponíveis, bloqueadas ou não disponíveis para a venda ao mercado.

$$\left(\frac{\text{Espaço Preenchido} + \text{Espaço Bloqueado}}{\text{Total do Uniforme}} \right) \times 100$$



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

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO – ÍNDICE DE PORTE DAS EMPRESAS PATROCINADORAS (IPEP)

O **ÍNDICE DE PORTE DAS EMPRESAS PATROCINADORAS (IPEP)** dos clubes de futebol analisa o porte médio das empresas que patrocinam os uniformes dos clubes de futebol.

Calculamos o índice a partir da média ponderada do porte de cada um dos patrocinadores do uniforme de cada clube, de acordo com o seguinte critério:

| Tamanho Empresa | Pequena | Média | Grande | Mega |
|-----------------|---------|----------|----------|-----------|
| Pontuação | 1 ponto | 3 pontos | 8 pontos | 10 pontos |

A definição do Porte da empresa, por sua vez, obedece o seguinte parâmetro:

| Tamanho Empresa | Pequena | Média | Grande | Mega |
|---------------------|-----------------|-------------------|--------------------|---------|
| Receita Bruta Anual | Até R\$5milhões | R\$5m até R\$300m | R\$300m até R\$2bi | +R\$2bi |

Foram selecionados 36 clubes brasileiros a partir de critérios como tamanho de torcida e receitas anuais.



 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



I – TAXA DE OCUPAÇÃO DOS UNIFORMES



RANKING DE TAXA DE OCUPAÇÃO DOS UNIFORMES TEM APENAS DOIS CLUBES COM 100%

- Até meados de março, Palmeiras e RB Bragantino mantiveram suas taxas de ocupação inalteradas. No entanto, o Flamengo, que antes registrava 100% de ocupação, terminou seu acordo com a empresa Luvix e agora apresenta uma taxa de ocupação de 98,5%. Além disso, o clube disponibilizou o espaço dos meiões para negociações.
 - Após um ano de contrato, o Flamengo decidiu interromper sua parceria com uma empresa de luvas devido à falta de pagamento de três parcelas do acordo. Como parte do contrato, o clube exibiu a imagem da empresa em seus meiões durante as partidas. O acordo estava originalmente previsto para durar até junho de 2023.
- Embora outras equipes do ranking tenham passado por mudanças de patrocinadores, não houve alterações significativas nas taxas de ocupação desses clubes. Isso porque as trocas de patrocinadores geralmente envolveram novas empresas assumindo o lugar dos antigos patrocinadores.
 - Um exemplo disso é o Grêmio, que recentemente trocou a casa de apostas MrJack.bet pela Esportes da Sorte como patrocinadora. Apesar da mudança, a nova patrocinadora assumiu as mesmas propriedades de exposição na camisa do clube que antes eram ocupados pela MrJack.bet. Como resultado, o valor da taxa de ocupação do Grêmio permaneceu inalterado em relação ao mês anterior



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

CLUBES COM MAIORES TAXAS DE OCUPAÇÃO DOS UNIFORMES EM MAR/23



Palmeiras

100%



RB Bragantino

100%



Flamengo

98,5%



Remo

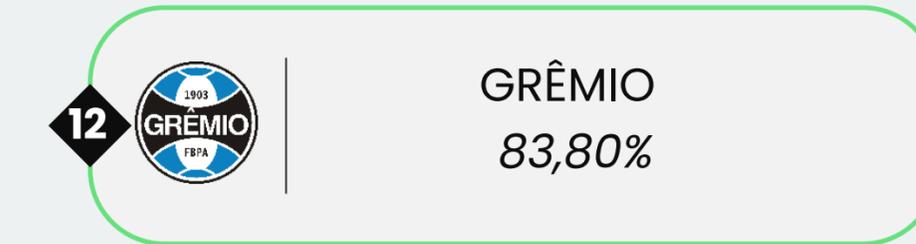
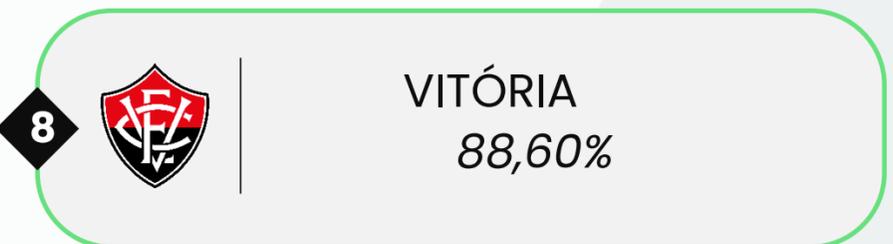
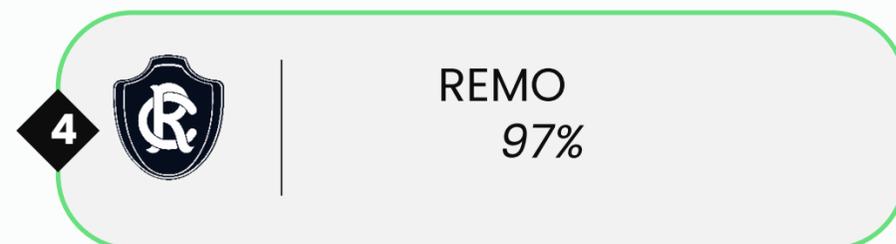
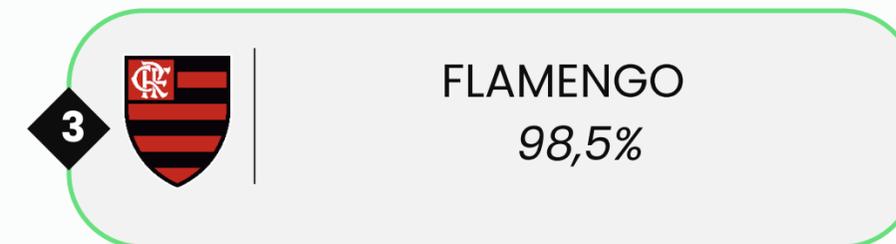
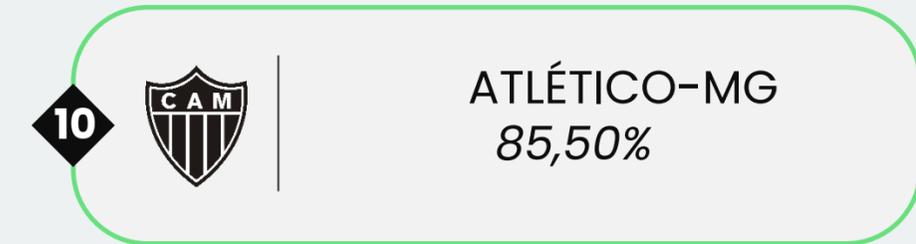
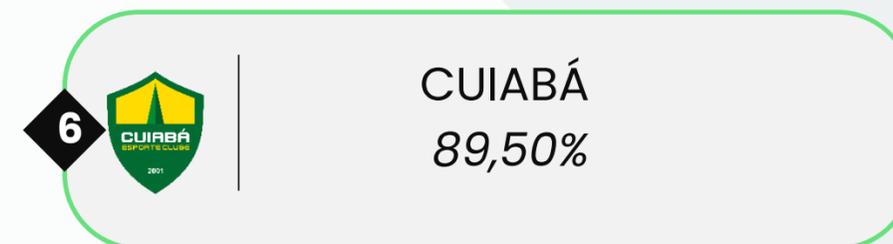
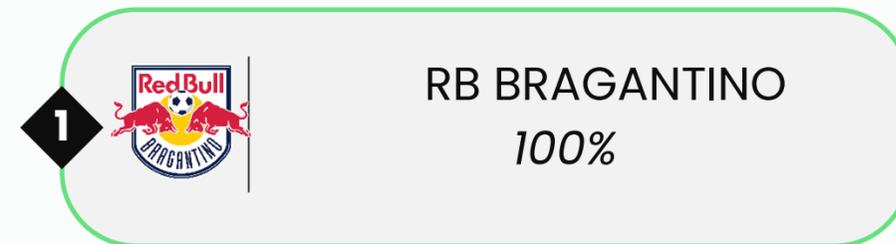
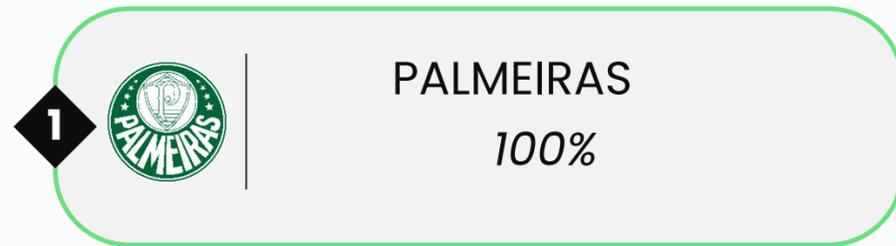
97%



Paysandu

92%

RANKING DE TAXA DE OCUPAÇÃO DOS UNIFORMES POR CLUBE EM MAR/23 - 1º AO 12º



RANKING DE TAXA DE OCUPAÇÃO DOS UNIFORMES POR CLUBE EM MAR/23 - 13º AO 24º



INTERNACIONAL
82,90%

17



AVAÍ
76,30%

21



AMÉRICA-MG
68,50%



SPORT
80,30%

18



SÃO PAULO
73,50%

22



CEARÁ
65,90%



CHAPECOENSE
78,30%

19



BAHIA
72,20%

23



FLUMINENSE
65,60%



CORITIBA
77,60%

20



PONTE PRETA
71,10%

24



VASCO
64%

RANKING DE TAXA DE OCUPAÇÃO DOS UNIFORMES POR CLUBE EM MAR/23 - 25° AO 36°



ATHLETICO-PR
63,20%



GUARANI
57,90%



CRUZEIRO
53,30%



CRICIÚMA
61,70%



ATLÉTICO-GO
55,30%



GOIÁS
51,60%



FORTALEZA
61,40%



NÁUTICO
55,10%



BOTAFOGO
42,90%



JUVENTUDE
58,60%



SANTA CRUZ
53,60%



PARANÁ
20,90%



II – PATROCINADORES E PORTE DAS EMPRESAS



ATHLETICO-PR ASSUME A LIDERANÇA DO RANKING IPEP EM MARÇO

- O clube manteve seu valor de um mês para o outro e devido a diminuição no IPEP do Corinthians, assumiu a liderança deste período.
 - O Corinthians expandiu sua lista de patrocinadores de oito para dez. No entanto, a inclusão de empresas de menor porte resultou em uma redução do valor anterior do IPEP, em vez de um aumento. Atualmente, o clube ocupa a quarta posição no ranking, com um valor de IPEP de 8,64.
- Com a queda do valor IPEP do Corinthians, o Cruzeiro foi outro clube que também se beneficiou e assumiu a segunda posição do ranking, com seus 8,75 pontos no índice desde o mês passado.
- Com a troca de patrocinador dentro da mesma categoria, o Grêmio escalou diversas posições no ranking, alcançando a terceira colocação durante esse período.
 - Ao deixar de lado um patrocínio de porte médio em favor de uma empresa de grande porte, o clube conseguiu aumentar significativamente seu valor IPEP.
- Embora tenha caído uma posição em relação ao mês passado, o Internacional ainda mantém um valor consistente em seu índice IPEP. É importante notar que a mudança na classificação foi impulsionada somente pelo aumento do Grêmio. Portanto, apesar da queda na tabela, o Internacional ainda se mantém no Top 5 na frente dos outros 31 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

CLUBES FECHAM ACORDOS COM PATROCINADORES ANTES DO INÍCIO DOS CAMPEONATOS MAIS IMPORTANTES

- Com a chegada dos campeonatos mais importantes, os clubes estão intensificando suas negociações de patrocínio e movimentando suas parcerias para garantir um apoio financeiro sólido durante toda a temporada. Essas trocas de patrocínio são fundamentais para fortalecer a estrutura dos clubes e garantir que eles tenham os recursos necessários para enfrentar seus adversários mais difíceis.
 - Em um movimento estratégico, Corinthians e Náutico foram clubes que mais aumentaram seus números de patrocinadores, adicionando dois novos parceiros cada em relação ao último relatório.
 - O Corinthians ampliou sua lista de patrocinadores, adicionando duas novas empresas ao uniforme que já contava com outras oito. Entre as novas adições, destaca-se a Unicesumar, uma grande empresa da área de educação, e o Grupo Lukma, uma organização de serviços de médio porte. Ambas as empresas estão estampando seus logotipos no calção do uniformes do clube.
 - Já o Náutico firmou parceria com duas empresas de pequeno porte em setores distintos: a Litígio B2B, do ramo financeiro, que terá sua marca estampada na lateral do uniforme, e a Félicité Check-UP, da área da saúde, que terá sua logo nos números das camisas do clube.



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

CLUBES COM MAIORES ÍNDICES DE PORTE DE EMPRESAS PATROCINADORAS (IPEP) – MAR/23



Athletico-PR

8,86



Cruzeiro

8,75



Grêmio

8,75



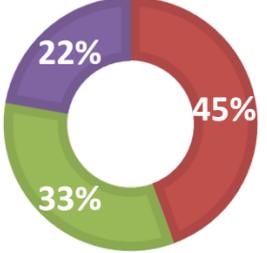
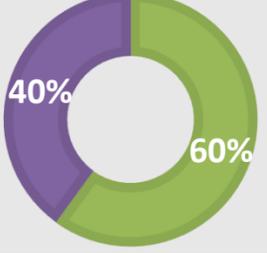
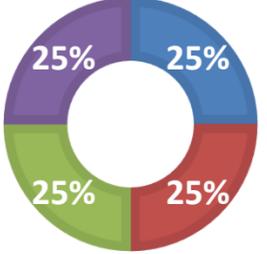
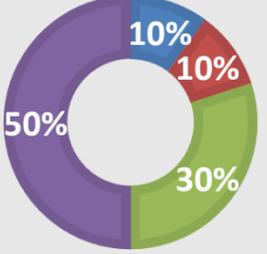
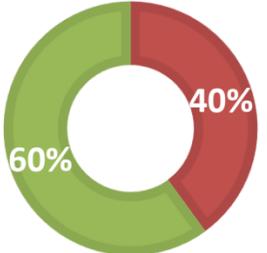
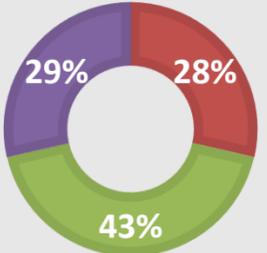
Corinthians

8,64

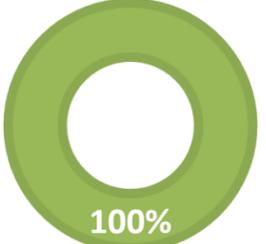
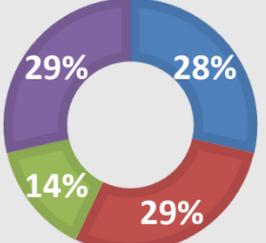
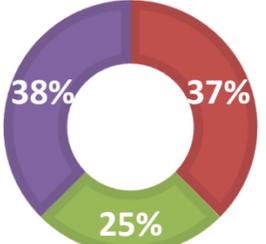
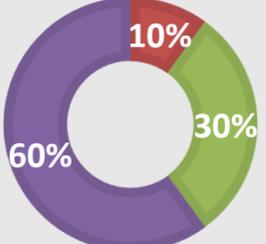
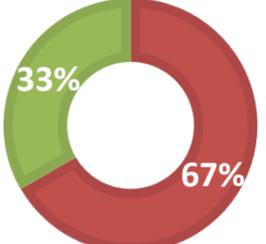
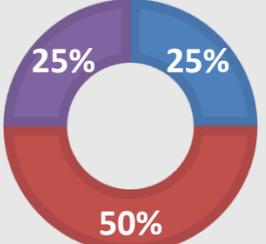


Internacional

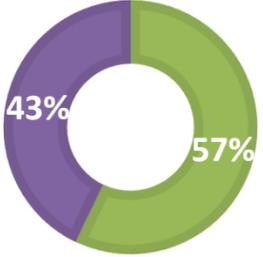
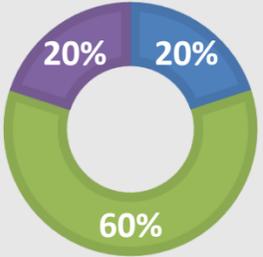
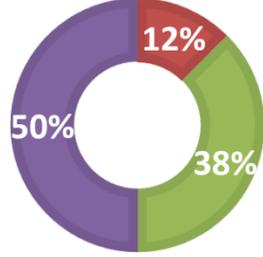
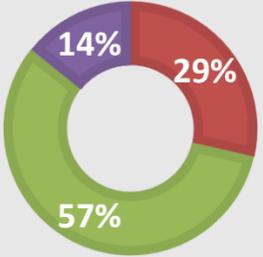
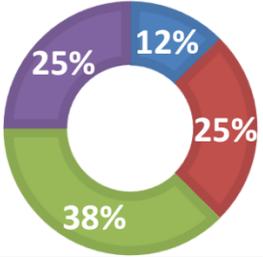
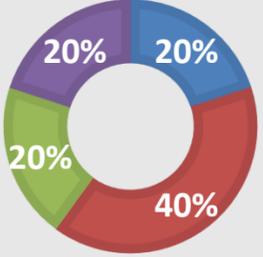
8,63

| Clubes | Taxa de ocupação | Quantidade Patrocinadores | Lista de Patrocinadores | Índice de porte das empresas | Distribuição dos patrocinadores por porte |
|---|------------------|---------------------------|---|------------------------------|--|
|  América-MG | 68,5% | 9 | Blink; Direcional; Estrela Bet; Evolua; Hapvida; Hospital Na Residência; MM Aluguel De Carros; Supermercados BH; Volt | 6,22 |  <ul style="list-style-type: none"> Pequeno Médio Grande Mega |
|  Athletico-PR | 63,2% | 5 | Betsson; Copacol; Ligga; Neodent; Umbro | 8,86 |  <ul style="list-style-type: none"> Pequeno Médio Grande Mega |
|  Atlético-GO | 55,3% | 4 | Blaze.bet; Cristal Alimentos; Dragão Premium; Unimed | 5,50 |  <ul style="list-style-type: none"> Pequeno Médio Grande Mega |
|  Atlético-MG | 85,5% | 10 | ABC Da Construção; Adidas; Betano; BMG; Gerdau; MRV; Mundiale; Supermercados BH; Unicesumar; Multimarcas Consórcios | 7,42 |  <ul style="list-style-type: none"> Pequeno Médio Grande Mega |
|  Avaí | 76,3% | 5 | Champion; Liderança; Pixbet; Umbro; Woa | 5,50 |  <ul style="list-style-type: none"> Pequeno Médio Grande Mega |
|  Bahia | 72,2% | 7 | Acelen; Canãa Alimentos; Champion; Esquadrão; Its Brasil; Unimed; Esportes da Sorte | 7,78 |  <ul style="list-style-type: none"> Pequeno Médio Grande Mega |

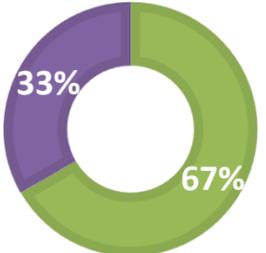
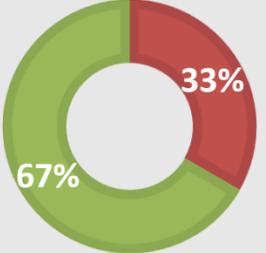
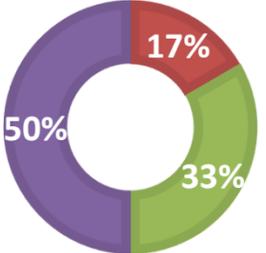
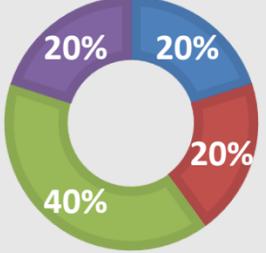
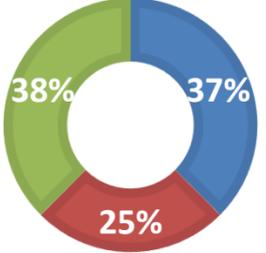
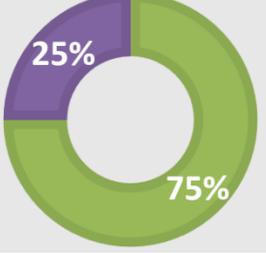


| Clubes | Taxa de ocupação | Quantidade Patrocinadores | Lista de Patrocinadores | Índice de porte das empresas | Distribuição dos patrocinadores por porte |
|---|------------------|---------------------------|---|------------------------------|--|
|  Botafogo | 42,9% | 2 | Champion; Parimatch | 8,00 |  <ul style="list-style-type: none"> Pequeno Médio Grande Mega |
|  Ceará | 65,9% | 7 | Brisanet; Estrela Bet; SP Combustíveis; Unimed; Vozão; Zenir; Prefeitura de Fortaleza | 5,14 |  <ul style="list-style-type: none"> Pequeno Médio Grande Mega |
|  Chapecoense | 78,3% | 8 | Aurora; Esporte 365; Grupo Buggio; Grupo Cetric; Sicoob; Umbro; Unimed; Servioeste | 6,44 |  <ul style="list-style-type: none"> Pequeno Médio Grande Mega |
|  Corinthians | 84,2% | 10 | Ale; BMG; Cartão de Todos; Neoquímica; Nike; Pixbet; Spani Atacadista; Unicesumar; Efootball; Grupo Lukma | 8,64 |  <ul style="list-style-type: none"> Pequeno Médio Grande Mega |
|  Coritiba | 77,6% | 6 | Cartão De Todos; Dafabet; Neodent; RDP; Tequaly; 1909 | 4,25 |  <ul style="list-style-type: none"> Pequeno Médio Grande Mega |
|  Criciúma E.C. | 61,7% | 8 | Estrela Bet; Sicredi; Unesc; Unimed; Volt; Rocha Alimentos; Cristalcopo; Pasteur | 4,89 |  <ul style="list-style-type: none"> Pequeno Médio Grande Mega |

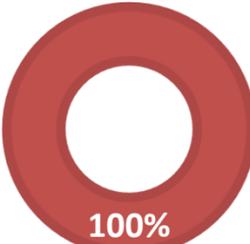
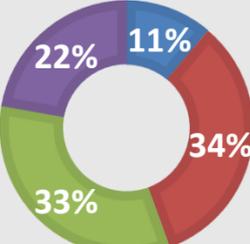
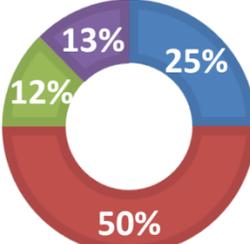
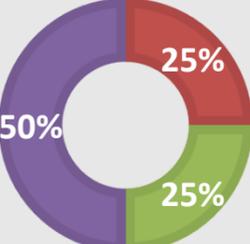
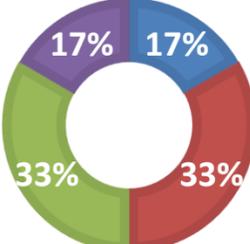
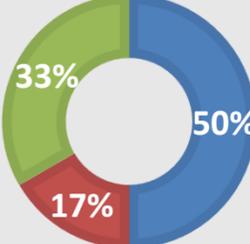


| Clubes | Taxa de ocupação | Quantidade Patrocinadores | Lista de Patrocinadores | Índice de porte das empresas | Distribuição dos patrocinadores por porte |
|--|------------------|---------------------------|---|------------------------------|--|
|  Cruzeiro | 53,3% | 7 | Adidas; Champion; Cimed; MM Aluguel De Carros; Saudali; Supermercados BH; Betfair | 8,75 |  <ul style="list-style-type: none"> ■ Pequeno ■ Médio ■ Grande ■ Mega |
|  Cuiabá | 89,5% | 5 | Agroamazônia; Drebor; Raytak; Umbro; Conheça o Mato Grosso | 7,09 |  <ul style="list-style-type: none"> ■ Pequeno ■ Médio ■ Grande ■ Mega |
|  Flamengo | 98,5% | 8 | ABC Da Construção; Adidas; Assistcard; Banco BRB; Mercado Livre; Pixbet; TIM; Sil | 8,37 |  <ul style="list-style-type: none"> ■ Pequeno ■ Médio ■ Grande ■ Mega |
|  Fluminense | 65,6% | 7 | Betano; Frescatto; TIM; Umbro; Univassouras; HCl; Zinzane | 7,00 |  <ul style="list-style-type: none"> ■ Pequeno ■ Médio ■ Grande ■ Mega |
|  Fortaleza | 61,4% | 8 | Brisanet; Champion; Ftrade; Leão 1918; SP Combustíveis; Unimed; Zenir; Novibet | 6,36 |  <ul style="list-style-type: none"> ■ Pequeno ■ Médio ■ Grande ■ Mega |
|  Goiás | 51,6% | 5 | Green; Sankhya; Unimed; Esportes da Sorte; HEBRON / Energiclin | 5,83 |  <ul style="list-style-type: none"> ■ Pequeno ■ Médio ■ Grande ■ Mega |

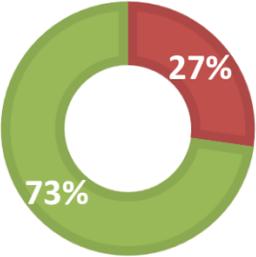
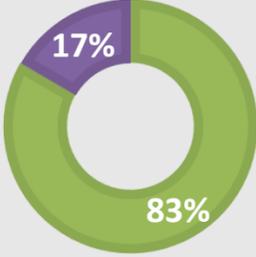
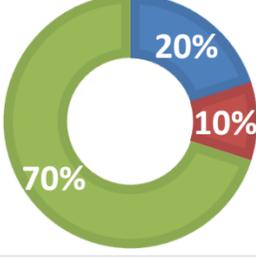
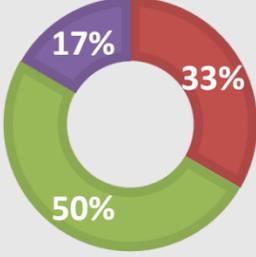
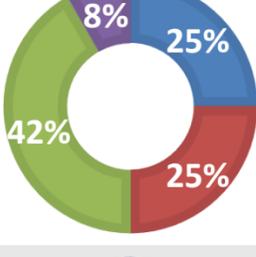
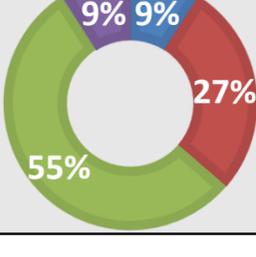


| Clubes | Taxa de ocupação | Número de Patrocinadores | Lista de Patrocinadores | Índice de porte das empresas | Distribuição dos patrocinadores por porte |
|---|------------------|--------------------------|---|------------------------------|--|
|  Grêmio | 83,8% | 6 | Banrisul; Marquespan; Umbro; Unimed; Vero; Esportes da Sorte | 8,75 |  <ul style="list-style-type: none"> ■ Pequeno ■ Médio ■ Grande ■ Mega |
|  Guarani | 57,9% | 6 | Asa Alumínio; Champion; Gocare; Kappa; Esportes da Sorte; ALUAM | 6,13 |  <ul style="list-style-type: none"> ■ Pequeno ■ Médio ■ Grande ■ Mega |
|  Internacional | 82,9% | 6 | Adidas; Banrisul; Estrela Bet; Marquespan; Unimed; Vero | 8,63 |  <ul style="list-style-type: none"> ■ Pequeno ■ Médio ■ Grande ■ Mega |
|  Juventude | 58,6% | 5 | 19Treze; Eficienza; Humana Saúde; Pixbet; Rodoil | 6,00 |  <ul style="list-style-type: none"> ■ Pequeno ■ Médio ■ Grande ■ Mega |
|  Náutico | 55,1% | 8 | Betnacional; Cartão De Todos; Champion; Drogafonte; N6; Grupo Lukma; Félicité Check-UP; Litígio B2B | 4,00 |  <ul style="list-style-type: none"> ■ Pequeno ■ Médio ■ Grande ■ Mega |
|  Palmeiras | 100% | 4 | Cimed; Crefisa; FAM; Puma | 8,17 |  <ul style="list-style-type: none"> ■ Pequeno ■ Médio ■ Grande ■ Mega |



| Clubes | Taxa de ocupação | Quantidade Patrocinadores | Lista de Patrocinadores | Índice de porte das empresas | Distribuição dos patrocinadores por porte |
|---|------------------|---------------------------|---|------------------------------|--|
|  Paraná | 20,9% | 1 | Claw | 3,00 |  <ul style="list-style-type: none"> Pequeno Médio Grande Mega |
|  Paysandu | 92% | 9 | Arroz Zilmar; Banpará; Betnacional; Gav Resorts; Lobo; Mirella; Sankhya; Unimed; Grupo Dallas | 6,38 |  <ul style="list-style-type: none"> Pequeno Médio Grande Mega |
|  Ponte Preta | 71,1% | 8 | 1900; Cortag; Estrela Bet; Nutrata; Unicesumar; Wkm Solutions; Super Bolla; OH | 4,00 |  <ul style="list-style-type: none"> Pequeno Médio Grande Mega |
|  RB Bragantino | 100% | 4 | Mr Jack.Bet; New Balance; Redbull; Yanmar | 8,20 |  <ul style="list-style-type: none"> Pequeno Médio Grande Mega |
|  Remo | 97% | 12 | Arroz Zilmar; Banpará; Betnacional; Cartão De Todos; Gav Resorts; Mirella; Reinafarma; Unimed; Volt; Inviolável; OH; Porto das Saúdes | 5,65 |  <ul style="list-style-type: none"> Pequeno Médio Grande Mega |
|  Santa Cruz | 53,6% | 6 | Betnacional; Cartão De Todos; Lideri; Volt; Félicité Check-UP; Krona | 3,29 |  <ul style="list-style-type: none"> Pequeno Médio Grande Mega |



| Clubes | Taxa de Ocupação | Quantidade Patrocinadores | Lista de Patrocinadores | Índice de porte das empresas | Distribuição dos patrocinadores por porte |
|---|------------------|---------------------------|---|------------------------------|--|
|  Santos | 89,2% | 11 | Binance; Brasilit; Kicaldo; Korr Plastic; Philco; Pixbet; Quartzolit; Tekbond; Umbro; Efootball; HEBRON / Energiclin | 6,33 |  <ul style="list-style-type: none"> ■ Pequeno ■ Médio ■ Grande ■ Mega |
|  São Paulo | 73,5% | 6 | ABC Da Construção; Adidas; Bitso; Cartão De Todos; Sportsbet.io; Efootball | 8,29 |  <ul style="list-style-type: none"> ■ Pequeno ■ Médio ■ Grande ■ Mega |
|  Sport | 80,3% | 10 | Betnacional; Bitci; Brasilit; Champion; Gav Resorts; Quartzolit; Umbro; HEBRON / Energiclin; Imply; Montebello | 6,42 |  <ul style="list-style-type: none"> ■ Pequeno ■ Médio ■ Grande ■ Mega |
|  Vasco | 64% | 6 | Kappa; Mercado Bitcoin; Pixbet; TIM; Vrauu Energy Drink; HEBRON / Energiclin | 6,14 |  <ul style="list-style-type: none"> ■ Pequeno ■ Médio ■ Grande ■ Mega |
|  Vila Nova | 85,7% | 12 | Arroz Cristal; Champion; Fast Açaí; Gav Resorts; Grupo F8; Rizzo Imobiliária; Sinhá; Unimed; V43; Esportes da Sorte; Sim Teleco; Suplax | 5,38 |  <ul style="list-style-type: none"> ■ Pequeno ■ Médio ■ Grande ■ Mega |
|  Vitória | 88,6% | 11 | Acelen; Betnacional; Bitci; Cartão De Todos; Laboratorio Jaime Cerqueira; Uniagro; Volt; Iquine; Baianão; Fatal Model; SBS | 6,62 |  <ul style="list-style-type: none"> ■ Pequeno ■ Médio ■ Grande ■ Mega |



Conheça Nossos Produtos

Gestão e Finanças

- Identificação de parceiros e investidores estratégicos (Brasil e Exterior);
- Valuation de clubes, atletas e torcidas;
- 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.

Nossos Clientes

Conheça alguns de nossos principais clientes





pluriconsultoria.com.br