



RELATÓRIO MENSAL DE PATROCÍNIOS DE CAMISAS DOS CLUBES BRASILEIROS

III – PROPRIEDADES DOS UNIFORMES
DOS CLUBES

Abril/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

- Propriedade Máster é o único espaço negociado em todos os clubes no mês de abril
- Betnacional lidera como a patrocinadora mais presente na propriedade máster dos clubes em abril
- Empresas do ramo de saúde lideram em aparições nas propriedades dos uniformes no mês de abril

INFORMAÇÕES PRELIMINARES

Neste relatório são apresentadas análises sobre os patrocínios por propriedades nos uniformes dos clubes brasileiros em abril, começo dos campeonatos brasileiros em 2023, focado na porcentagem de suas taxas de ocupações e segmentos mais presentes.

Para realizar esta análise, foram selecionados 36 clubes brasileiros, a partir de critérios como tamanho de torcida e receitas anuais, a saber:



Referente a propriedade que os clubes oferecem nos uniformes, é utilizado por padrão a confirmação da negociação da propriedade se houver algum patrocinador localizado ou se a propriedade não é vendida pelo clube. Só é descrito como não negociado se o espaço está sem a exposição de alguma marca. e disponível para negociações.

O Porte da empresa também é utilizado para análise e obedece o seguinte parâmetro:

Tamanho da Empresa	Pequena	Média	Grande	Mega
Receita Bruta Anual	Até R\$5m	Entre R\$5m e R\$300m	Entre R\$300m e R\$2bi	+R\$2bi

- 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



PROPRIEDADE MÁSTER É O ÚNICO ESPAÇO NEGOCIADO EM TODOS OS CLUBES NO MÊS DE ABRIL

- No contexto dos 36 clubes analisados, a propriedade é o maior elemento de destaque, sendo o único espaço em que todos os clubes têm alguma negociação com patrocinadores ou têm seu espaço bloqueado para futuras negociações.
 - No último mês, apenas o Athletico-PR não possuía um patrocinador máster, mas agora fechou um acordo com a Esportes da Sorte para ocupar esse espaço tão cobiçado.
- Além da propriedade do Peito Direito, que manteve os 35 clubes patrocinados do mês passado e é a segunda propriedade mais utilizada pelos clubes e patrocinadores, temos a Faixa de Capitão como a terceira propriedade com maior presença de patrocinadores ou espaço bloqueado para comercialização.
 - Essa região do uniforme é utilizada por 32 clubes desde o mês passado, sendo que apenas Ceará, Náutico, Remo e Vasco possuem a região disponível para futuros patrocinadores.
- Das propriedades que aumentaram o número de clubes patrocinados, além das já mencionadas, tivemos: Peito central; Barra frontal; Barra frontal inferior; Omoplata Direita e Esquerda; Manga; Lateral; Costas superior; Barra dianteira do calção Esquerdo e Meiões.
- Já as que mantiveram o mesmo número em relação ao mês anterior foram: Barra traseira inferior; Número das camisas; Barra dianteira do calção Direito e Barra traseira do calção.



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 – ABR/23

Clubes	Taxa de Ocupação (%)	Máster	Peito Direito	Peito Central	Barra Frontal	Barra Frontal Inferior	Omop lata Dir.	Omop lata Esq.	Mang a	Faixa de Capitão	Lateral	Costas Superior	Barra Traseira (Costas Inferior)	Barra Traseira Inferior	Número das Camisas	Barra Dianteira Calção Dir.	Barra Dianteira Calção Esq.	Barra Traseira Calção	Meiões
		20,9%	8,2%	7,8%	6,8%	4,0%	4,4%	4,4%	7,4%	3,0%	1,2%	13,2%	6,4%	2,5%	1,8%	2,0%	2,0%	2,5%	1,5%
América-MG	68,5	✓	✓	✓	X	X	X	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	X	X	✓	X
Athletico-PR	70,9	✓	✓	✓	X	X	✓	✓	X	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	X	X	✓
Atlético-GO	61,7	✓	✓	✓	X	X	X	X	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	X	X	✓	X
Atlético-MG	83,0	✓	✓	X	✓	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	X
Avaí	76,3	✓	✓	✓	X	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	X	X	X	✓
Bahia	74,2	✓	✓	X	X	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	X	✓	X	✓	✓	X
Botafogo	56,1	✓	X	X	X	✓	X	X	✓	✓	✓	✓	✓	X	X	X	X	X	X
Ceará	65,9	✓	✓	X	X	✓	X	X	✓	X	X	✓	✓	X	✓	X	X	✓	✓
Chapecoense	78,3	✓	✓	X	✓	X	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓
Corinthians	93,0	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	X	✓	✓
Coritiba	77,6	✓	✓	✓	X	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	X	✓	✓	✓	✓	X	X
Criciúma	61,7	✓	✓	X	X	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 – ABR/23

Clubes	Taxa de Ocupação (%)	Máster	Peito Direito	Peito Central	Barra Frontal	Barra Frontal Inferior	Omop lata Dir.	Omop lata Esq.	Mang a	Faixa de Capitão	Lateral	Costas Superior	Barra Traseira (Costas Inferior)	Barra Traseira Inferior	Número das Camisas	Barra Dianteira Calção Dir.	Barra Dianteira Calção Esq.	Barra Traseira Calção	Meiões
		20,9%	8,2%	7,8%	6,8%	4,0%	4,4%	4,4%	7,4%	3,0%	1,2%	13,2%	6,4%	2,5%	1,8%	2,0%	2,0%	2,5%	1,5%
Cruzeiro	53,3	✓	✓	✓	X	✓	X	X	X	✓	✓	X	✓	X	✓	✓	X	X	X
Cuiabá	89,5	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	X
Flamengo	98,5	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X
Fluminense	67,6	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	X	X	✓	✓	X	✓	X
Fortaleza	61,2	✓	✓	X	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	X	✓	✓	X
Goiás	51,6	✓	✓	X	X	X	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	X	X	X	✓	✓	X
Grêmio	86,3	✓	✓	✓	X	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓
Guarani	57,9	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	X	✓	✓	X	X	X	X	✓	✓	X	X
Internacional	82,9	✓	✓	✓	X	✓	X	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X
Juventude	58,6	✓	✓	✓	X	X	X	X	X	✓	✓	✓	X	✓	✓	X	X	X	X
Náutico	55,1	✓	✓	X	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	X	✓	X	✓	✓	X	X
Palmeiras	100	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

✓ = 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 – ABR/23

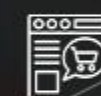
Clubes	Taxa de Ocupação (%)	Máster	Peito Direito	Peito Central	Barra Frontal	Barra Frontal Inferior	Omop lata Dir.	Omop lata Esq.	Mang a	Faixa de Capitão	Lateral	Costas Superior	Barra Traseira (Costas Inferior)	Barra Traseira Inferior	Número das Camisas	Barra Dianteira Calção Dir.	Barra Dianteira Calção Esq.	Barra Traseira Calção	Meiões
		20,9%	8,2%	7,8%	6,8%	4,0%	4,4%	4,4%	7,4%	3,0%	1,2%	13,2%	6,4%	2,5%	1,8%	2,0%	2,0%	2,5%	1,5%
Paraná	91,0	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	X	X	X	✓
Paysandu	92,0	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	X	X	X
Ponte Preta	71,1	✓	✓	X	X	✓	X	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	X
RB Bragantino	100	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Remo	97	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Santa Cruz	53,6	✓	✓	✓	X	✓	X	X	X	✓	X	X	✓	X	✓	✓	✓	X	✓
Santos	89,2	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
São Paulo	73,5	✓	✓	✓	X	✓	X	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	X	✓	✓	✓
Sport	80,3	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	X	X	✓	X
Vasco	64,0	✓	✓	✓	X	X	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	X	✓	X	X	X	✓
Vila Nova	85,7	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	X	✓	✓
Vitória	88,6	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	X	✓	✓	✓	X	✓
OCUPAÇÃO POR PROPRIEDADE (%)		100	97,22	69,44	33,33	63,89	72,22	69,44	83,33	88,89	86,11	83,33	72,22	55,56	86,11	55,56	55,56	58,33	47,22

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

X = O clube não possui patrocinador na propriedade listada

BETNACIONAL LIDERA COMO A PATROCINADORA MAIS PRESENTE NA PROPRIEDADE MÁSTER DOS CLUBES EM ABRIL

- No mês passado, estava dividindo o posto de maiores patrocinadores da propriedade com a PixBet, porém no mês de abril, a Betnacional se isolou como a empresa de patrocínio mais presente na região máster dos uniformes dos 36 clubes analisados com quatro clubes. Essa posição dominante evidencia o impacto e a influência da Betnacional no cenário do futebol brasileiro, consolidando-se como uma das principais marcas associadas ao esporte.
 - Com sua presença como patrocinadora máster em um número significativo de clubes, a Betnacional estabelece uma forte presença visual e estratégica no futebol brasileiro. Esse marco destaca não apenas o investimento financeiro da empresa, mas também o reconhecimento da marca e a busca por visibilidade em um ambiente altamente competitivo.
 - No mercado tão acirrado entre as empresas de apostas, onde a busca por visibilidade é constante e até exagerada, considerando as diversas empresas desse ramo que aparecem nas publicidades dos campeonatos, é importante ressaltar a consistência da Betnacional em demonstrar sua intenção de consolidar sua identidade no mercado, alavancando sua imagem por meio do contínuo patrocínio aos clubes e aproveitando o alcance e a paixão dos torcedores em todo o país para ser uma das casas de apostas mais utilizadas pelo público do futebol brasileiro.



EMPRESAS DO RAMO DE SAÚDE LIDERAM EM APARIÇÕES NAS PROPRIEDADES DOS UNIFORMES NO MÊS DE ABRIL

- No mês de abril, observamos que as empresas do ramo da saúde se destacaram como as mais presentes nas 18 propriedades do uniforme dos clubes analisados. Foram seis aparições entre os patrocinadores mais presentes, entre elas, podemos destacar a presença significativa da empresa Cartão de Todos, que marcou presença em três propriedades diferentes nos uniformes dos clubes. Além disso, a empresa Unimed também se destacou, estampando sua marca em duas propriedades dos uniformes.
 - Essas parcerias estratégicas entre empresas de saúde e clubes de futebol permitem que essas marcas estejam diretamente relacionadas ao cuidado com a saúde e ao bem-estar dos torcedores. Ao estamparem suas marcas em propriedades de destaque nos uniformes, as empresas de saúde reforçam sua imagem como provedoras de serviços e soluções de saúde confiáveis, ganhando visibilidade perante um público amplo e engajado.
- O segundo ramo é o de apostas (betting), com destaque novamente para a Betnacional. Além de ser a maior patrocinadora na região máster do uniforme, a Betnacional também marca presença nas regiões do Peito central e Barra central dos uniformes. Isso confirma mais uma vez o objetivo da empresa de interagir com o público brasileiro em diversos momentos das partidas e ampliar a visibilidade da marca nos campeonatos do Brasil.



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

PATROCINADORES MAIS
PRESENTES:



4 CLUBES

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



BETTING – 21 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

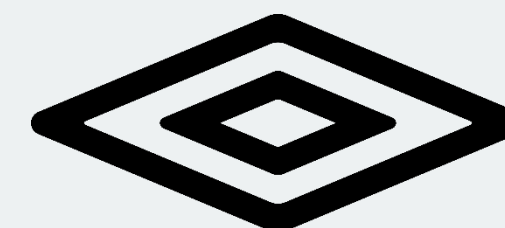
GRANDE – 13 EMPRESAS

- 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 100% dos clubes analisados em abril.
- Betnacional é a patrocinadora mais presente nesta propriedade: A empresa estampou a região do uniforme de quatro clubes. PixBet, Esportes da Sorte e Estrela Bet também apresentaram destaques ao patrocinar três clubes.
- O segmento mais frequente na propriedade máster foi o de Betting, patrocinando 21 clubes, seguido por Finanças com seis.
- O porte das empresas mais comum nesta propriedade foi o grande com 13, seguido pelo mega com seis.

PEITO DIREITO

- O Peito Direito (material esportivo), que representa 8,2% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes, esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 97,22% dos clubes analisados. Apenas o Botafogo não possuía patrocinador.
- Umbro é o patrocinador mais presente nesta propriedade. A empresa estampou a região do uniforme de oito clubes. Adidas e Volt com cinco clubes cada também apresentaram destaque.
- O segmento mais frequente na propriedade foi o de Vestuário Esportivo, patrocinando 34 clubes.
- O porte das empresas mais comum nesta propriedade foi o pequeno com sete empresas, seguido pelo médio com seis.

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:



umbro
8 CLUBES

SEGMENTO:



VESTUÁRIO ESPORTIVO

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

PEQUENO – 7 EMPRESAS

PEITO CENTRAL

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:



2 CLUBES

SEGMENTOS MAIS FREQUENTES:



SAÚDE/BETTING - 3 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

MÉDIO - 5 EMPRESAS

- O Peito Central representando 7,8% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes, esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 69,44% dos clubes analisados. 11 clubes não possuíam patrocinador na propriedade.
- Betnacional e Governo do Pará são os patrocinadores mais presente nesta propriedade. As empresas estamparam a região do uniforme de dois clubes.
- O segmento mais frequente na propriedade foi o de Saúde e Betting, patrocinando três clubes cada.
- O porte das empresas mais comum nesta propriedade foi o médio com cinco, seguido pelo outros três com três clubes cada.

BARRA FRONTAL

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:



2 CLUBES

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



BETTING – 2 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

GRANDE – 4 EMPRESAS

- A Barra Frontal, representando 6,8% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes, esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 33,33% dos clubes analisados. 24 clubes não possuíam patrocinador na propriedade.
- Betnacional é o patrocinador mais presente nesta propriedade. A empresa estampou a região do uniforme de dois clubes.
- O segmento mais frequente na propriedade foi o de Betting e Criptomoedas com dois clubes cada.
- O porte das empresas mais comum nesta propriedade foi o grande com quatro, seguido pelo mega com dois.

BARRA FRONTAL INFERIOR

PATROCINADORES MAIS
PRESENTES:



2 CLUBES

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



ALIMENTOS – 3 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

GRANDE – 6 EMPRESAS

- A Barra Frontal Inferior, representando 4% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes, esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 63,89% dos clubes analisados. 13 clubes não possuíam patrocinador na propriedade.
- Champion e Mirella são os patrocinadores mais presentes nesta propriedade. Cada empresa estampou a região do uniforme de dois clubes.
- O segmento mais frequente na propriedade foi o de Alimentos, patrocinando três clubes e seguido por Educação com dois clubes cada.
- Das 12 empresas presentes nesta propriedade, seis eram de grande porte, seguidas por três de médio e pequeno porte.

OMOPLATA DIREITA

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:



4 CLUBES

SEGMENTOS MAIS FREQUENTES:



BETTING/TURISMO - 4 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

MÉDIO - 8 EMPRESAS

- A Omoplata Direita, representando 4,4% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes, esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 72,22% dos clubes analisados. 10 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, Acelen e Hebron/Energiclin também se destacaram ao estampar dois clubes cada.
- Os segmentos mais frequentes na propriedade foi o de Betting e Turismo, patrocinando quatro clubes cada, seguido por Medicamentos com três.
- O porte das empresas mais comum nesta propriedade, com oito, foi o médio, seguido pelo grande com cinco.

OMOPLATA ESQUERDA

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:



4 CLUBES

SEGMENTOS MAIS FREQUENTES:



BETTING/TURISMO - 4 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

MÉDIO - 8 EMPRESAS

- A Omoplata Esquerda, representando 4,4% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes, esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 69,44% dos clubes analisados. 11 clubes não possuíam patrocinador na propriedade.
- GAV Resorts é o patrocinador mais presente nesta propriedade. A empresa estampou a região do uniforme de quatro clubes. Pixbet, Acelen e Hebron/Energiclin também se destacaram ao estampar dois clubes cada.
- Turismo e Betting foram os segmentos que mais patrocinaram na propriedade, com quatro clubes patrocinados cada. Já o setor de Medicamentos patrocinou três clubes.
- Na propriedade, o porte mais comum das empresas foi o médio, com oito delas, seguido pelo porte grande, com cinco empresas.

MANGA

- A propriedade Manga representa 7,4% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes e esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 83,33% dos clubes analisados. Seis clubes não possuíam patrocinador na propriedade.
- Vero é o patrocinador mais presente nesta propriedade. A empresa estampou a região do uniforme de dois clubes.
- O segmento mais frequente na propriedade foi o de Alimentos e Betting patrocinando quatro clubes cada.
- O porte mais comum das empresas nesta propriedade foi dividido entre duas categorias: grande e médio, ambas contando com 12 representantes.

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:



2 CLUBES

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



ALIMENTOS/BETTING – 4 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

GRANDE/MÉDIO – 12 EMPRESAS

FAIXA DE CAPITÃO

PATROCINADORES MAIS
PRESENTES:



1 CLUBE

SEGMENTOS MAIS FREQUENTES:



**MEDICAMENTOS/ALIMENTOS –
1 CLUBE**

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUNS:

MEGA/GRANDE – 1 EMPRESA

- A propriedade Faixa de Capitão, representando 3% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes, esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 88,89% dos clubes analisados: Quatro clubes não possuíam patrocinador na propriedade.
- Cimed e Saudali são os únicos patrocinadores estampados nesta propriedade na faixa de capitão de um clube cada.
- Os segmentos mais frequentes na propriedade foram Medicamentos e Alimentos com um clube cada.
- Os portes das empresas mais comuns nesta propriedade, com 1 cada, foram mega e grande.

LATERAL

- A propriedade Lateral representa 1,2% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes e esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 86,11% dos clubes analisados. Cinco clubes não possuíam patrocinador na propriedade.
- Arroz Zilmar é o patrocinador mais presente nesta propriedade. A empresa estampou a região do uniforme de 2 clubes cada.
- O segmento mais frequente na propriedade foi Agro com dois clubes.
- O porte das empresas mais comum nesta propriedade foi o pequeno com cinco empresas.

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:



2 CLUBES

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



AGRO – 2 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUNS:

PEQUENO – 5 EMPRESAS

COSTAS SUPERIOR

- As Costas Superior, segundo maior patrocínio ao representar 13,2% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes e esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 83,33% dos clubes analisados. Seis clubes não possuíam patrocinador na propriedade.
- Champion Watch é o patrocinador mais presente nesta propriedade: a empresa estampou a região do uniforme de quatro clubes. Banrisul, Banpará, BMG e Brisanet se destacaram ao estampar a região de dois clubes cada.
- O segmento mais frequente na propriedade foi o de Finanças, patrocinando sete clubes, seguido por Vestuário com quatro clubes.
- O porte das empresas mais comum nesta propriedade, com 12, foi o grande, seguido pelo mega com sete.

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:



4 CLUBES

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



FINANÇAS - 7 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

GRANDE - 12 EMPRESAS

BARRA TRASEIRA (COSTAS INFERIOR)

- A Barra Traseira (Costas Inferior) representa 6,4% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes e esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 72,22% dos clubes analisados. 10 clubes não possuem patrocinador na propriedade.
- Unimed é patrocinadora mais presente nesta propriedade. A empresa estampou a região do uniforme de 11 clubes.
- O segmento mais frequente na propriedade foi o de Saúde, patrocinando 11 clubes, seguido por Atacado e Varejo e Material de Construção com três.
- O porte das empresas mais comum nesta propriedade, com cinco, foi o grande, seguido pelo mega e pequeno com três.

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:

Unimed 

11 CLUBES

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



SAÚDE - 11 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

GRANDE - 5 EMPRESAS

BARRA TRASEIRA INFERIOR

- A Barra Traseira Inferior, propriedade que representa 2,5% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes e esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 55,56% dos clubes analisados. 16 clubes não possuem patrocinador na propriedade.
- Nesta propriedade temos 11 patrocinadores e cada um patrocina um clube.
- O segmento mais frequente na propriedade foi o de Alimentos e Saúde, patrocinando dois clubes cada.
- O porte das empresas mais comum nesta propriedade, com sete, foi o médio, seguido pelo grande e pequeno com duas.

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:

1 CLUBE CADA PATROCINADOR

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



ALIMENTOS/SAÚDE – 2 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

MÉDIO – 7 EMPRESAS

NÚMERO DAS CAMISAS

- O Número das Camisas representa 1,8% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes e esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 86,11% dos clubes analisados. Apenas cinco clubes não possuem patrocinador na propriedade.
- A TIM e EFootball foram as patrocinadoras mais presentes nesta propriedade. As empresas estamparam a região do uniforme de três clubes cada. Em seguida, aparecem Arroz Zilmar e Marquespan com duas equipes cada.
- O segmento mais frequente na propriedade foi o de Serviços com quatro clubes cada. Telecom e Games ficaram com três clubes cada
- O porte das empresas mais comum nesta propriedade foi o grande com cinco, seguido pelo pequeno com quatro.

PATROCINADORES MAIS
PRESENTES:



3 CLUBES

SEGMENTOS MAIS FREQUENTES:



SERVIÇOS – 4 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

GRANDE – 5 EMPRESAS

BARRA DIANTEIRA CALÇÃO DIREITA

- A Barra Dianteira do Calção na Direita representa 2% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes e esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 55,56% dos clubes analisados. 16 clubes não possuem patrocinador na propriedade.
- Cartão de Todos é o patrocinador mais presente nesta propriedade. A empresa estampou a região do uniforme de três clubes. Em seguida, aparecem os outros 11 patrocinadores com um clube cada.
- O segmento mais frequente na propriedade foi o de Saúde, patrocinando sete clubes, seguido por Alimentos e Material de Construção com duas equipes cada.
- O porte das empresas mais comum nesta propriedade, com cinco, foi o grande, seguido pelo médio com três.

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:



3 CLUBES

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



SAÚDE - 7 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

GRANDE - 5 EMPRESAS

BARRA DIANTEIRA CALÇÃO ESQUERDA

- A Barra Dianteira do Calção na Esquerda representa 2% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes e esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 55,56% dos clubes analisados. 16 clubes não possuem patrocinador na propriedade.
- Cartão de Todos é o patrocinador mais presente nesta propriedade. A empresa estampou a região do uniforme de dois clubes. Em seguida, aparecem outras 13 empresas com patrocínio único em cada clube.
- O segmento mais frequente na propriedade foi o de Saúde, patrocinando três clubes, seguido por Serviços com dois clubes.
- O porte das empresas mais comum nesta propriedade, com seis, foi o médio, seguido pelo grande e pequeno com quatro cada.

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:



2 CLUBES

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



SAÚDE - 3 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

MÉDIO - 6 EMPRESAS

BARRA TRASEIRA CALÇÃO

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:

Unimed 

3 CLUBES

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



**SAÚDE/ALIMENTOS/MAT.
CONSTRUÇÃO - 3 CLUBES**

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

GRANDE - 5 EMPRESAS

- A Barra Traseira do Calção representa 2,5% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes e esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 58,33% dos clubes analisados. 15 clubes não possuem patrocinador na propriedade.
- Unimed é o patrocinador mais presentes nesta propriedade. A empresa estampa a região do uniforme de três clubes cada.
- Os segmentos mais frequente na propriedade foram Saúde, Alimentos e Material de Construção com três clubes cada.
- O porte das empresas mais comum nesta propriedade foi o grande com cinco, seguido por mega e pequeno com três empresas cada.

MEIÕES

PATROCINADOR MAIS
PRESENTE:



2 CLUBES

SEGMENTO MAIS FREQUENTE:



SAÚDE/ALIMENTOS - 2 CLUBES

PORTE DAS EMPRESAS
MAIS COMUM:

GRANDE - 3 EMPRESAS

- Os Meiores é a propriedade que representa 1,5% no cálculo da taxa de ocupação dos uniformes e esteve presente ou não estava disponível para patrocínio em 47,22% dos clubes analisados. 19 clubes não possuem patrocinador na propriedade.
- Cartão de Todos é o patrocinador mais presente nesta propriedade. A empresa estampa a região do uniforme de dois clubes cada.
- Os segmentos mais frequentes na propriedade foram o de Saúde e Alimentos, patrocinando dois clubes cada.
- O porte das empresas mais comum nesta propriedade foi o grande com três, seguido por médio e pequeno com uma empresa cada.

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





plurisports.com.br