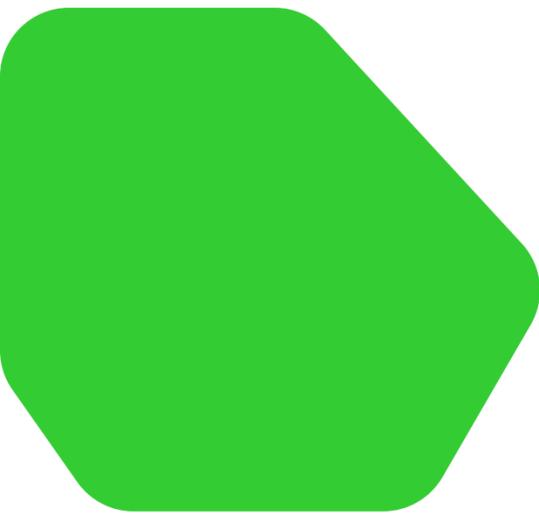




# RELATÓRIO MENSAL DIGITAL DOS CLUBES BRASILEIROS

II – RANKINGS POR INTERAÇÕES E  
ENGAJAMENTO

Maio – 2023





# DESTAQUES

---

- Três clubes são responsáveis pelas maiores interações nos cinco canais digitais analisados
- Corinthians é líder do ranking digital de interações por posts no mês de maio
- Fortaleza e Vitória se destacaram por suas altas taxas de engajamento nas redes sociais

# INFORMAÇÕES PRELIMINARES

O relatório mensal digital é produzido em duas partes e tem a finalidade de analisar e classificar número de seguidores, interações e taxas de engajamento por seguidores e visualizações nos cinco principais canais digitais dos clubes brasileiros, durante o período de **maio**.

Os rankings de interação e interação por postagem levam em consideração o total de curtidas, compartilhamentos, comentários e ações de nomes similares em cada canal digital (visualizações não fazem parte das interações).

**Cálculo para Taxa de engajamento por seguidores:**

$$\left[ \left( \frac{\text{Interações}}{\text{Seguidores}} \right) \div \text{Postagens} \right] \times 100$$

**Cálculo para Taxa de engajamento por visualizações (TikTok e YouTube):**

$$\left[ \left( \frac{\text{Interações}}{\text{Visualizações}} \right) \div \text{Postagens} \right] \times 100$$

Foram selecionados 24 clubes brasileiros a partir de critérios como tamanho de torcida e receitas anuais.



# PRINCIPAIS INDICADORES DIGITAIS DOS CLUBES BRASILEIROS – MAI/23

|   | Clube        | Seguidores | Interações | Interações por Posts | Taxa Engajamento Seguidores (%) | Taxa Engajamento Visualização (%) |
|---|--------------|------------|------------|----------------------|---------------------------------|-----------------------------------|
|    | Athletico-PR | 3.688.006  | 5.877.558  | 3.228                | 0,09                            | 0,11                              |
|    | Atlético-GO  | 582.337    | 302.071    | 446                  | 0,08                            | 0,07                              |
|    | Atlético-MG  | 10.478.683 | 24.789.965 | 11.107               | 0,11                            | 0,11                              |
|    | Avaí         | 931.124    | 351.387    | 377                  | 0,04                            | 0,78                              |
|    | Bahia        | 4.335.995  | 7.225.299  | 4.488                | 0,10                            | 0,39                              |
|   | Botafogo     | 4.794.329  | 17.262.422 | 8.512                | 0,18                            | 0,05                              |
|  | Ceará        | 3.391.433  | 7.254.016  | 8.206                | 0,24                            | 0,54                              |
|  | Chapecoense  | 6.184.575  | 283.207    | 210                  | 0,00                            | 0,62                              |
|  | Corinthians  | 33.894.730 | 64.912.362 | 38.387               | 0,11                            | 0,04                              |
|  | Coritiba     | 2.035.034  | 1.080.997  | 1.630                | 0,08                            | 0,07                              |
|  | Cruzeiro     | 9.519.884  | 18.695.524 | 12.649               | 0,13                            | 0,30                              |
|  | Flamengo     | 54.883.769 | 61.603.530 | 31.640               | 0,06                            | 0,05                              |

# PRINCIPAIS INDICADORES DIGITAIS DOS CLUBES BRASILEIROS – MAI/23

| Clube   | Seguidores | Interações | Interações por Posts | Taxa Engajamento Seguidores (%) | Taxa Engajamento Visualização (%) |
|---|------------|------------|----------------------|---------------------------------|-----------------------------------|
|  Fluminense      | 6.640.902  | 21.866.820 | 12.403               | 0,19                            | 0,08                              |
|  Fortaleza       | 3.467.637  | 10.097.502 | 10.007               | 0,29                            | 0,29                              |
|  Goiás           | 1.680.931  | 1.049.078  | 1.361                | 0,08                            | 0,29                              |
|  Grêmio          | 11.125.822 | 13.146.589 | 12.838               | 0,12                            | 0,16                              |
|  Internacional   | 7.277.875  | 6.839.883  | 5.339                | 0,07                            | 0,16                              |
|  Palmeiras      | 17.831.634 | 35.416.657 | 22.938               | 0,13                            | 0,07                              |
|  RB Bragantino | 1.374.396  | 377.551    | 441                  | 0,03                            | 0,11                              |
|  Santos        | 12.284.613 | 15.529.579 | 9.146                | 0,08                            | 0,10                              |
|  São Paulo     | 19.818.985 | 39.668.378 | 27.207               | 0,14                            | 0,15                              |
|  Sport         | 5.010.316  | 11.285.267 | 10.194               | 0,21                            | 0,15                              |
|  Vasco         | 11.918.630 | 10.742.052 | 13.915               | 0,12                            | 0,05                              |
|  Vitória       | 3.712.651  | 3.532.098  | 5.598                | 0,15                            | 0,90                              |



**INTERAÇÕES**



# INTERAÇÕES

## TRÊS CLUBES SÃO RESPONSÁVEIS PELAS MAIORES INTERAÇÕES NOS CINCO CANAIS DIGITAIS ANALISADOS

- Os clubes Flamengo, Corinthians e Palmeiras se destacaram nas interações dos cinco canais digitais.
- No Facebook, o Flamengo obteve a maior interação entre os clubes, especialmente devido a apresentação do uniforme 2 para a temporada 2023 e a partida contra o Racing em Avellaneda pela Libertadores, que geraram grande engajamento dos fãs.
- No Twitter, o clube prestou uma homenagem a Vinícius Júnior no Maracanã durante um jogo do Brasileirão, o que resultou no maior engajamento da torcida nessa plataforma.
- No Instagram e no TikTok, o Corinthians aumentou suas interações após a vitória nos pênaltis contra o Atlético-MG pela Copa do Brasil, gerando conteúdo de vídeo dos momentos do jogo e fotos da torcida apoiando a equipe.
- No YouTube, o Palmeiras liderou em interações no mês de maio. O clube envolveu sua torcida com conteúdo exclusivo, incluindo a preparação das equipes masculina e feminina, coletivas de imprensa, bastidores das partidas, podcasts com entrevistas e homenagens aos torcedores. Essa estratégia resultou em maior interação no YouTube, superando seu rival Corinthians, que também obteve um alto nível de engajamento.

# CANAIS DIGITAIS E SEUS RESPECTIVOS VALORES DE INTERAÇÃO JUNTAMENTE COM O CLUBE QUE OBTVE O MAIOR VALOR DE INTERAÇÃO POR CANAL

## Facebook



12.006.324



2.493.063

## Instagram



323.543.325



58.463.196

## TikTok



13.234.432



2.217.500

## Twitter



27.798.353



3.736.444

## YouTube



2.607.358



439.983

# RANKING DIGITAL DE INTERAÇÕES – MAI/23

| Posição | Clube   | Facebook         | Instagram         | TikTok           | Twitter          | YouTube        | Total             |
|---------|---|------------------|-------------------|------------------|------------------|----------------|-------------------|
| 1       |  Corinthians | 1.097.057        | <b>58.463.196</b> | <b>2.217.500</b> | 2.711.884        | 422.725        | <b>64.912.362</b> |
| 2       |  Flamengo    | <b>2.493.063</b> | 53.693.865        | 1.417.500        | <b>3.736.444</b> | 262.658        | <b>61.603.530</b> |
| 3       |  São Paulo   | 529.693          | 35.939.025        | 805.400          | 2.230.054        | 164.206        | <b>39.668.378</b> |
| 4       |  Palmeiras   | 1.725.747        | 29.724.890        | 1.508.400        | 2.017.637        | <b>439.983</b> | <b>35.416.657</b> |
| 5       |  Atlético-MG | 403.239          | 20.549.562        | 503.000          | 3.220.219        | 113.945        | <b>24.789.965</b> |
| 6       |  Fluminense | 757.087          | 16.921.510        | 1.410.000        | 2.614.079        | 164.144        | <b>21.866.820</b> |
| 7       |  Cruzeiro  | 505.665          | 15.066.813        | 1.105.400        | 1.881.895        | 135.751        | <b>18.695.524</b> |
| 8       |  Botafogo  | 1.035.418        | 12.294.567        | 470.500          | 3.151.894        | 310.043        | <b>17.262.422</b> |
| 9       |  Santos    | 632.457          | 13.055.334        | 610.045          | 1.119.082        | 112.661        | <b>15.529.579</b> |
| 10      |  Grêmio    | 447.920          | 11.050.750        | 705.100          | 896.752          | 46.067         | <b>13.146.589</b> |
| 11      |  Sport     | 177.711          | 9.568.021         | 903.200          | 595.506          | 40.829         | <b>11.285.267</b> |
| 12      |  Vasco     | 274.467          | 9.414.523         | 218.000          | 676.370          | 158.692        | <b>10.742.052</b> |

# RANKING DIGITAL DE INTERAÇÕES – MAI/23

| Posição | Clube   | Facebook | Instagram | TikTok  | Twitter | YouTube | Total             |
|---------|---|----------|-----------|---------|---------|---------|-------------------|
| 13      |  Fortaleza       | 309.632  | 8.983.534 | 301.900 | 443.818 | 58.618  | <b>10.097.502</b> |
| 14      |  Ceará           | 158.389  | 6.720.105 | 101.500 | 246.840 | 27.182  | <b>7.254.016</b>  |
| 15      |  Bahia           | 89.760   | 6.485.435 | 106.600 | 492.500 | 51.004  | <b>7.225.299</b>  |
| 16      |  Internacional   | 563.242  | 5.087.848 | 354.600 | 805.955 | 28.238  | <b>6.839.883</b>  |
| 17      |  Athletico-PR    | 456.913  | 4.610.682 | 200.800 | 590.575 | 18.588  | <b>5.877.558</b>  |
| 18      |  Vitória        | 96.957   | 3.189.198 | 68.580  | 153.687 | 23.676  | <b>3.532.098</b>  |
| 19      |  Coritiba      | 82.764   | 857.669   | 40.150  | 85.853  | 14.561  | <b>1.080.997</b>  |
| 20      |  Goiás         | 44.508   | 952.607   | 1.850   | 46.090  | 4.023   | <b>1.049.078</b>  |
| 21      |  RB Bragantino | 24.815   | 230.588   | 100.250 | 16.391  | 5.507   | <b>377.551</b>    |
| 22      |  Avaí          | 17.107   | 270.221   | 35.502  | 25.748  | 2.809   | <b>351.387</b>    |
| 23      |  Atlético-GO   | 56.181   | 220.759   | 2.655   | 22.082  | 394     | <b>302.071</b>    |
| 24      |  Chapecoense   | 26.532   | 192.623   | 46.000  | 16.998  | 1.054   | <b>283.207</b>    |

# INTERAÇÕES

## CORINTHIANS É LÍDER DO RANKING DIGITAL DE INTERAÇÕES POR POSTS NO MÊS DE MAIO

- O clube paulista teve o maior número de interações por post no mês de maio, superando seus rivais e até mesmo o Flamengo, que ficou em segundo lugar no ranking.
  - A partida da Copa do Brasil contra o Atlético-MG na Neo Química Arena proporcionou uma experiência épica para os torcedores do Corinthians, desde a improvável classificação até a vitória nos pênaltis, que garantiu a vaga nas quartas de final e gerou diversos tipos de conteúdo nas mídias do Timão. Isso resultou em um aumento significativo na interação por cada post relacionado ao avanço na Copa do Brasil.
- O Palmeiras se destacou no Facebook, o Fluminense no TikTok, o Flamengo no Twitter e o São Paulo no YouTube, sendo os principais destaques individuais em cada uma dessas plataformas em comparação aos outros clubes.
  - É importante ressaltar que cada plataforma requer um tipo específico de conteúdo, e por isso, alguns clubes se destacam em determinados canais digitais em vez de outros, pois sabem como atingir o público-alvo de cada plataforma.
- Pra finalizar, o Sport, mesmo na Série B, manteve um alto nível de interações por post de sua torcida, sendo o único clube da Série B analisado a figurar no Top 10 dos clubes com maior interação.

# RANKING DIGITAL DE INTERAÇÕES POR POSTS – MAI/23

| Posição | Clube   | Facebook     | Instagram      | TikTok        | Twitter      | YouTube      | Total         |
|---------|---|--------------|----------------|---------------|--------------|--------------|---------------|
| 1       |  Corinthians   | 3.365        | <b>139.530</b> | 20.532        | 3.756        | 3.644        | <b>38.387</b> |
| 2       |  Flamengo      | 4.966        | 132.577        | 45.726        | <b>4.275</b> | 1.946        | <b>31.640</b> |
| 3       |  São Paulo     | 2.818        | 102.100        | 14.915        | 2.684        | <b>4.976</b> | <b>27.207</b> |
| 4       |  Palmeiras     | <b>5.167</b> | 94.665         | 20.663        | 2.916        | 3.359        | <b>22.938</b> |
| 5       |  Vasco         | 1.855        | 39.724         | 4.844         | 2.225        | 4.176        | <b>13.915</b> |
| 6       |  Grêmio       | 2.928        | 59.413         | 20.738        | 1.482        | 1.001        | <b>12.838</b> |
| 7       |  Cruzeiro    | 1.449        | 57.507         | 16.748        | 2.506        | 2.715        | <b>12.649</b> |
| 8       |  Fluminense  | 2.992        | 44.766         | <b>56.400</b> | 2.538        | 2.132        | <b>12.403</b> |
| 9       |  Atlético-MG | 1.218        | 54.078         | 13.237        | 2.303        | 1.341        | <b>11.107</b> |
| 10      |  Sport       | 1.064        | 31.371         | 31.145        | 1.041        | 1.201        | <b>10.194</b> |
| 11      |  Fortaleza   | 1.186        | 28.610         | 9.434         | 1.272        | 1.106        | <b>10.007</b> |
| 12      |  Santos      | 2.875        | 27.837         | 14.187        | 1.249        | 1.609        | <b>9.146</b>  |

# RANKING DIGITAL DE INTERAÇÕES POR POSTS – MAI/23

| Posição | Clube   | Facebook | Instagram | TikTok | Twitter | YouTube | Total        |
|---------|---|----------|-----------|--------|---------|---------|--------------|
| 13      |  Botafogo        | 2.507    | 32.439    | 8.555  | 2.876   | 3.648   | <b>8.512</b> |
| 14      |  Ceará           | 842      | 28.596    | 14.500 | 606     | 578     | <b>8.206</b> |
| 15      |  Vitória         | 1.197    | 21.695    | 7.620  | 414     | 1.029   | <b>5.598</b> |
| 16      |  Internacional   | 1.841    | 27.955    | 11.081 | 1.103   | 941     | <b>5.339</b> |
| 17      |  Bahia           | 332      | 22.287    | 8.200  | 492     | 1.457   | <b>4.488</b> |
| 18      |  Athletico-PR   | 1.280    | 12.597    | 11.812 | 584     | 266     | <b>3.228</b> |
| 19      |  Coritiba      | 613      | 5.756     | 2.362  | 281     | 260     | <b>1.630</b> |
| 20      |  Goiás         | 273      | 4.558     | 1.850  | 121     | 224     | <b>1.361</b> |
| 21      |  Atlético-GO   | 422      | 1.588     | 295    | 59      | 16      | <b>446</b>   |
| 22      |  RB Bragantino | 159      | 1.527     | 4.557  | 35      | 92      | <b>441</b>   |
| 23      |  Avaí          | 134      | 1.571     | 3.227  | 44      | 76      | <b>377</b>   |
| 24      |  Chapecoense   | 241      | 1.966     | 5.111  | 15      | 46      | <b>210</b>   |



# TAXAS DE ENGAJAMENTOS



# TAXAS DE ENGAJAMENTOS

## FORTALEZA E VITÓRIA SE DESTACARAM POR SUAS ALTAS TAXAS DE ENGAJAMENTO NAS REDES SOCIAIS

- O Fortaleza se destacou no engajamento por seguidores nos cinco canais digitais, apresentando uma média sólida. Além disso, obteve a maior porcentagem de interações individualmente no Twitter. O clube contou com uma participação significativa de sua torcida nos canais oficiais do clube durante sua participação na Copa Sul-americana, Copa do Brasil e Brasileirão ao longo do mês de maio.
- O Fluminense também merece destaque, pois obteve a maior porcentagem individual de interações nas plataformas do Facebook, Instagram e TikTok. Apesar de não ter tido resultados positivos em termos de desempenho esportivo durante o mês, a imponente vitória na Libertadores sobre o River Plate gerou grande movimentação nas três redes sociais, resultando em um considerável aumento nos números de interação.
- No que diz respeito ao engajamento por visualizações total no TikTok e YouTube, o Vitória alcançou a maior porcentagem. Esse resultado foi influenciado pela boa campanha na Série B, que também impactou no engajamento dos torcedores nas redes sociais. Isso pode ser observado pelos números de acessos nos vídeos do clube, incluindo coletivas, gols dos jogos e bastidores, que tiveram um aumento significativo nos acessos e nas interações nos comentários.

# CLUBES DESTAQUES NAS TAXAS DE ENGAJAMENTO POR SEGUIDORES E VISUALIZAÇÕES – MAI/23

TAXA DE  
ENGAJAMENTO POR  
SEGUIDORES



O Fortaleza possui a **maior taxa de engajamento por seguidores (0,29%)**

TAXA DE  
ENGAJAMENTO POR  
VISUALIZAÇÕES



O Vitória possui a **maior taxa de engajamento por visualizações (0,90%)**

# RANKING TAXA DE ENGAJAMENTO POR SEGUIDORES (%) – MAI/23

| Posição | Clube   | Facebook    | Instagram   | TikTok      | Twitter     | YouTube     | Total       |
|---------|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 1       |  Fortaleza     | 0,12        | 2,39        | 1,54        | <b>0,29</b> | 0,49        | <b>0,29</b> |
| 2       |  Ceará         | 0,09        | 2,26        | 2,74        | 0,13        | 0,31        | <b>0,24</b> |
| 3       |  Sport         | 0,11        | 2,55        | 3,78        | 0,06        | 0,69        | <b>0,21</b> |
| 4       |  Fluminense    | <b>0,19</b> | <b>3,08</b> | <b>4,34</b> | 0,17        | 0,29        | <b>0,19</b> |
| 5       |  Botafogo      | 0,19        | 3,05        | 1,68        | 0,20        | <b>0,85</b> | <b>0,18</b> |
| 6       |  Vitória      | 0,17        | 1,71        | 1,62        | 0,04        | 1,01        | <b>0,15</b> |
| 7       |  São Paulo   | 0,04        | 1,98        | 1,24        | 0,06        | 0,29        | <b>0,14</b> |
| 8       |  Cruzeiro    | 0,05        | 2,40        | 1,83        | 0,10        | 0,49        | <b>0,13</b> |
| 8       |  Palmeiras   | 0,11        | 1,95        | 0,86        | 0,08        | 0,17        | <b>0,13</b> |
| 10      |  Vasco       | 0,06        | 1,65        | 0,19        | 0,08        | 0,35        | <b>0,12</b> |
| 10      |  Grêmio      | 0,09        | 2,16        | 2,21        | 0,05        | 0,11        | <b>0,12</b> |
| 12      |  Corinthians | 0,03        | 1,43        | 0,60        | 0,05        | 0,20        | <b>0,11</b> |

# RANKING TAXA DE ENGAJAMENTO POR SEGUIDORES (%) – MAI/23

| Posição | Clube   | Facebook | Instagram | TikTok | Twitter | YouTube | Total       |
|---------|---|----------|-----------|--------|---------|---------|-------------|
| 12      |  Atlético-MG     | 0,04     | 2,07      | 1,10   | 0,09    | 0,22    | <b>0,11</b> |
| 14      |  Bahia           | 0,03     | 2,00      | 2,78   | 0,03    | 0,67    | <b>0,10</b> |
| 15      |  Athletico-PR    | 0,12     | 1,75      | 2,79   | 0,05    | 0,11    | <b>0,09</b> |
| 15      |  Goiás           | 0,08     | 1,08      | 1,16   | 0,02    | 0,21    | <b>0,08</b> |
| 15      |  Coritiba        | 0,14     | 1,87      | 1,28   | 0,03    | 0,25    | <b>0,08</b> |
| 15      |  Santos         | 0,07     | 1,12      | 1,78   | 0,04    | 0,14    | <b>0,08</b> |
| 15      |  Atlético-GO   | 0,41     | 0,79      | 0,23   | 0,04    | 0,11    | <b>0,08</b> |
| 20      |  Internacional | 0,07     | 1,54      | 1,86   | 0,06    | 0,27    | <b>0,07</b> |
| 21      |  Flamengo      | 0,04     | 0,76      | 0,64   | 0,04    | 0,03    | <b>0,06</b> |
| 22      |  Avaí          | 0,05     | 0,79      | 1,71   | 0,02    | 0,23    | <b>0,04</b> |
| 23      |  RB Bragantino | 0,04     | 0,29      | 1,45   | 0,03    | 0,44    | <b>0,03</b> |
| 24      |  Chapecoense   | 0,01     | 0,11      | 2,56   | 0,00    | 0,11    | <b>0,00</b> |

# RANKING TAXA DE ENGAJAMENTO POR VISUALIZAÇÕES (%) – MAI/23

| Posição | Clube   | TikTok      | YouTube     | Total       | Posição | Clube   | TikTok | YouTube | Total       |
|---------|---|-------------|-------------|-------------|---------|---|--------|---------|-------------|
| 1       |  Vitória         | 5,75        | 0,55        | <b>0,90</b> | 13      |  Athletico-PR  | 0,73   | 0,04    | <b>0,11</b> |
| 2       |  Avaí            | 5,83        | 0,16        | <b>0,78</b> | 13      |  RB Bragantino | 0,46   | 0,06    | <b>0,11</b> |
| 3       |  Chapecoense     | 2,32        | 0,24        | <b>0,62</b> | 13      |  Atlético-MG   | 0,41   | 0,10    | <b>0,11</b> |
| 4       |  Ceará           | <b>9,67</b> | 0,20        | <b>0,54</b> | 16      |  Santos        | 0,32   | 0,08    | <b>0,10</b> |
| 5       |  Bahia           | 4,32        | 0,22        | <b>0,39</b> | 17      |  Fluminense    | 0,32   | 0,10    | <b>0,08</b> |
| 6       |  Cruzeiro       | 0,67        | 0,25        | <b>0,30</b> | 18      |  Atlético-GO  | 0,37   | 0,03    | <b>0,07</b> |
| 7       |  Fortaleza     | 0,94        | 0,23        | <b>0,29</b> | 18      |  Palmeiras   | 0,22   | 0,07    | <b>0,07</b> |
| 7       |  Goiás         | 2,64        | <b>0,59</b> | <b>0,29</b> | 18      |  Coritiba    | 0,26   | 0,11    | <b>0,07</b> |
| 9       |  Internacional | 0,32        | 0,28        | <b>0,16</b> | 21      |  Flamengo    | 0,30   | 0,04    | <b>0,05</b> |
| 9       |  Grêmio        | 0,44        | 0,08        | <b>0,16</b> | 21      |  Vasco       | 0,07   | 0,13    | <b>0,05</b> |
| 11      |  Sport         | 0,33        | 0,26        | <b>0,15</b> | 21      |  Botafogo    | 0,10   | 0,10    | <b>0,05</b> |
| 11      |  São Paulo     | 0,28        | 0,24        | <b>0,15</b> | 24      |  Corinthians | 0,09   | 0,08    | <b>0,04</b> |



Valuation de Atletas, Clubes e Patrocínios, Sports Data e Business Intelligence e Market Research



Estruturação de SAFs e Gestão de Clubes de Futebol.



Intermediação de Compra e venda de clubes, Reestruturação Patrimonial e Imobiliária e Reestruturação Financeira



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.

# EQUIPE

---



Fernando Ferreira  
Diretor



Joci Oliveira  
Diretora



Pablo Coutinho  
Research



Rodrigo Albuquerque  
Data



Henrique Junqueira  
Research



Luana Santos  
MKT

# ÁREAS DE ATUAÇÃO – PLURI

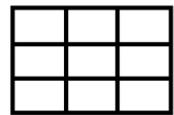
---



**VALUATION** de clubes, atletas, torcidas, propriedades comerciais e de marketing;



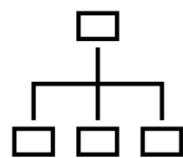
Pesquisa de **MERCADO** e Estudos especializados



Gestão de **DADOS** e SportBusiness Intelligence



**REESTRUTURAÇÃO** Financeira e Estratégia de captação de recursos;



**PLANEJAMENTO** estratégico, Planos de Governança e Gestão de Riscos.

# TRABALHOS REALIZADOS





[plurisports.com.br](http://plurisports.com.br)