



RELATÓRIO MENSAL DIGITAL DOS CLUBES BRASILEIROS

II – RANKINGS POR INTERAÇÕES E ENGAJAMENTO

Agosto – 2023



DESTAQUES

- Três clubes paulistas lideram em interações nos cinco canais digitais em agosto
- São Paulo no topo: Classificações geram altas interações nas redes sociais
- Bastidores das classificações movimentam YouTube do São Paulo; Goiás pelo segundo mês consecutivo na liderança de ranking

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 (Facebook, Instagram, TikTok, X e YouTube), durante o período de **agosto**.

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 – AGO/23

	Clube	Seguidores	Interações	Interações por Posts	Taxa Engajamento Seguidores (%)	Taxa Engajamento Visualização (%)
	Athletico-PR	3.794.187	2.888.909	2.409	0,06	0,06
	Atlético-GO	595.154	268.160	430	0,07	0,26
	Atlético-MG	10.693.155	16.509.692	12.302	0,12	0,09
	Avaí	942.023	618.970	692	0,07	0,16
	Bahia	4.428.910	5.427.397	4.078	0,09	0,16
	Botafogo	5.520.886	22.590.979	11.538	0,21	0,04
	Ceará	3.417.687	2.471.315	4.585	0,14	0,29
	Chapecoense	6.223.647	371.607	739	0,01	0,42
	Corinthians	35.098.500	87.264.748	42.506	0,12	0,06
	Coritiba	2.132.495	2.138.067	2.332	0,11	0,10
	Cruzeiro	9.624.158	9.841.815	9.071	0,09	0,10
	Flamengo	56.254.409	62.253.131	34.934	0,06	0,07

PRINCIPAIS INDICADORES DIGITAIS DOS CLUBES BRASILEIROS – AGO/23

	Clube	Seguidores	Interações	Interações por Posts	Taxa Engajamento Seguidores (%)	Taxa Engajamento Visualização (%)
	Fluminense	7.113.176	26.160.812	12.017	0,17	0,07
	Fortaleza	3.657.294	10.492.391	8.016	0,22	0,11
	Goiás	1.701.388	941.577	1.487	0,09	0,55
	Grêmio	11.416.332	13.454.371	8.922	0,08	0,12
	Internacional	7.493.694	17.294.724	9.911	0,13	0,20
	Palmeiras	18.373.562	42.072.346	25.591	0,14	0,04
	RB Bragantino	1.507.058	517.191	688	0,05	0,04
	Santos	12.670.973	14.642.696	10.871	0,09	0,08
	São Paulo	21.028.190	81.909.076	51.483	0,24	0,11
	Sport	5.102.455	4.413.481	6.481	0,13	0,27
	Vasco	12.458.064	32.972.021	26.003	0,21	0,04
	Vitória	3.888.727	3.174.390	4.503	0,12	0,19



INTERAÇÕES

INTERAÇÕES

TRÊS CLUBES PAULISTAS LIDERAM EM INTERAÇÕES NOS CINCO CANAIS DIGITAIS EM AGOSTO

- O primeiro clube paulista a liderar em três dos cinco canais digitais (Facebook, Instagram e TikTok) foi o Corinthians. O desempenho do Timão na Sul-americana, com duas classificações no mês, apesar da desclassificação para o São Paulo na Copa do Brasil, contribuiu para que seus conteúdos específicos para essas três plataformas recebessem a maior quantidade de interações por parte da fiel torcida, em comparação com os clubes analisados.
 - No Facebook, foi o único clube com valor de interação superior a 1,5 milhão. No Instagram, foi o único clube no mês a superar 75 milhões. No TikTok, também foi um dos únicos clubes com valores acima de 2 milhões.
- No X, antigo Twitter, foi o São Paulo que, junto com sua torcida, se destacou na interação com seus torcedores, alcançando um valor de 4.386.495 em um mês de altos e baixos no desempenho da equipe em campo.
- O Palmeiras, que já havia demonstrado a força de interação de sua torcida em seu canal oficial do YouTube em outros meses, mais uma vez liderou com o maior valor de interações (666.746) nessa plataforma. As classificações na Libertadores, somadas ao bom desempenho no Brasileirão, contribuíram para alcançar esse alto valor.

CANAIS DIGITAIS E SEUS VALORES TOTAIS DE INTERAÇÃO JUNTAMENTE COM O CLUBE QUE OBTEVE O MAIOR VALOR DE INTERAÇÃO

Facebook



10.480.672



1.536.846

Instagram



399.259.588



78.936.998

TikTok



16.101.342



2.424.382

X

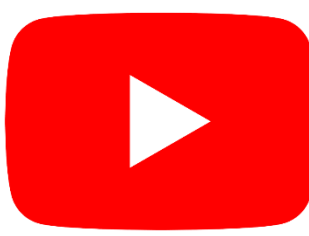


31.042.592



4.386.495

YouTube















3.805.672















666.746

RANKING DIGITAL DE INTERAÇÕES – AGO/23

Posição	Clube	Facebook	Instagram	TikTok	X	YouTube	Total
1	 Corinthians	1.536.846	78.936.998	2.424.382	3.956.853	409.669	87.264.748
2	 São Paulo	581.214	74.502.551	1.807.665	4.386.495	631.151	81.909.076
3	 Flamengo	1.394.406	56.029.246	1.023.531	3.584.387	221.561	62.253.131
4	 Palmeiras	1.315.173	36.798.343	1.473.244	1.818.840	666.746	42.072.346
5	 Vasco	475.462	27.052.780	2.282.297	2.725.409	436.073	32.972.021
6	 Fluminense	943.834	20.303.731	1.694.003	3.044.003	175.241	26.160.812
7	 Botafogo	925.206	15.709.172	2.382.317	3.177.875	396.409	22.590.979
8	 Internacional	668.681	13.911.098	254.944	2.379.113	80.888	17.294.724
9	 Atlético-MG	281.872	14.251.267	554.865	1.279.219	142.469	16.509.692
10	 Santos	857.467	12.066.419	493.050	1.019.248	206.512	14.642.696
11	 Grêmio	391.004	11.514.983	478.788	985.064	84.532	13.454.371
12	 Fortaleza	225.656	9.761.278	0	411.987	93.470	10.492.391

RANKING DIGITAL DE INTERAÇÕES – AGO/23













Posição	Clube	Facebook	Instagram	TikTok	X	YouTube	Total
13	 Cruzeiro	200.334	7.996.034	643.672	911.580	90.195	9.841.815
14	 Bahia	95.990	4.801.819	151.418	329.060	49.110	5.427.397
15	 Sport	148.363	3.732.167	176.342	319.503	37.106	4.413.481
16	 Vitória	84.595	2.897.415	56.909	101.235	34.236	3.174.390
17	 Athletico-PR	185.772	2.449.025	13.989	229.373	10.750	2.888.909
18	 Ceará	45.986	2.328.447	35.116	56.654	5.112	2.471.315
19	 Coritiba	60.211	1.800.763	57.262	198.541	21.290	2.138.067
20	 Goiás	18.298	875.207	2.840	40.321	4.911	941.577
21	 Avaí	8.941	567.116	8.701	30.184	4.028	618.970
22	 RB Bragantino	20.234	403.134	67.930	22.513	3.380	517.191
23	 Chapecoense	12.932	327.216	12.646	18.137	676	371.607
24	 Atlético-GO	2.195	243.379	5.431	16.998	157	268.160

INTERAÇÕES













SÃO PAULO NO TOPO: CLASSIFICAÇÕES GERAM ALTAS INTERAÇÕES NAS REDES SOCIAIS

- O tricolor paulista teve um mês de agosto agitado, com jogos extremamente importantes que contribuíram para o clube alcançar um total de 51.483 interações em suas postagens durante o mês. Além de assumir pela primeira vez a primeira posição no ranking de interações, o clube registrou o maior número de interações em três canais digitais: Instagram, TikTok e YouTube.
 - No entanto, o desempenho do tricolor em campo durante o mês de agosto foi marcado por altos e baixos. As classificações para as quartas de final da Sul-americana contra o São Lorenzo e para a final da Copa do Brasil contra o rival Corinthians geraram notável engajamento dos torcedores nas redes sociais. No entanto, os resultados negativos nos jogos pelo Brasileirão e a eliminação em casa para a LDU nas quartas de final da Sul-americana, no último dia do mês, resultaram em interações mais baixas, devido à menor participação dos torcedores em comparação com os momentos positivos do mês.
- Nas outras redes, o Palmeiras liderou em interações nos posts do Facebook(4.582), principalmente após suas duas classificações na Libertadores, o que gerou um grande engajamento por parte da torcida. Pela primeira vez, o Vasco liderou em interações de tweets no X(6.111), após um mês de agosto de recuperação no Brasileirão.

RANKING DIGITAL DE INTERAÇÕES POR POSTS – AGO/23

Posição	Clube	Facebook	Instagram	TikTok	X	YouTube	Total
1	 São Paulo	2.572	182.604	32.280	5.083	16.609	51.483
2	 Corinthians	3.549	149.219	20.900	4.601	3.562	42.506
3	 Flamengo	2.917	128.803	30.104	5.099	1.678	34.934
4	 Vasco	2.543	67.972	13.269	6.111	6.709	26.003
5	 Palmeiras	4.582	86.789	17.131	2.699	3.854	25.591
6	 Atlético-MG	1.029	52.782	11.806	1.935	1.583	12.302
7	 Fluminense	3.745	39.121	29.719	2.382	2.468	12.017
8	 Botafogo	2.666	41.340	12.155	3.381	4.173	11.538
9	 Santos	2.671	31.341	11.206	1.953	2.753	10.871
10	 Internacional	2.026	43.337	11.588	2.296	2.247	9.911
11	 Cruzeiro	801	35.857	7.663	1.864	2.313	9.071
12	 Grêmio	1.629	39.034	10.187	1.114	2.013	8.922

RANKING DIGITAL DE INTERAÇÕES POR POSTS – AGO/23

Posição	Clube	Facebook	Instagram	TikTok	X	YouTube	Total
13	 Fortaleza	925	27.497	0	666	1.027	8.016
14	 Sport	1.067	19.958	11.021	1.044	1.124	6.481
15	 Ceará	469	15.219	2.066	241	142	4.585
16	 Vitória	587	13.414	2.371	362	835	4.503
17	 Bahia	325	16.113	6.309	496	982	4.078
18	 Athletico-PR	691	9.419	2.332	388	147	2.409
19	 Coritiba	498	6.847	1.272	456	402	2.332
20	 Goiás	185	4.128	1.420	134	258	1.487
21	 Chapecoense	128	3.444	6.323	64	32	739
22	 Avaí	88	2.156	414	64	101	692
23	 RB Bragantino	206	2.780	3.088	50	91	688
24	 Atlético-GO	39	1.295	776	48	8	430



TAXAS DE ENGAJAMENTO

TAXAS DE ENGAJAMENTOS













BASTIDORES DAS CLASSIFICAÇÕES MOVIMENTAM YOUTUBE DO SÃO PAULO; GOIÁS PELO SEGUNDO MÊS CONSECUTIVO NA LIDERANÇA DE RANKING

- O São Paulo mostrou uma notável recuperação de engajamento com sua torcida neste mês. Isso se deve, em grande parte, à convicção dos torcedores de que o clube está no caminho certo para conquistar novos feitos. Suas recentes classificações na Copa do Brasil e na Sul-americana geraram conteúdo exclusivo dos bastidores que empolgou a base de inscritos do clube no YouTube. Com uma taxa de engajamento de 0,92% no YouTube, combinada com outras plataformas, o clube atingiu o primeiro lugar pela primeira vez no ano em termos de engajamento por seguidores, com um valor de 0,24%.
- Enquanto isso, o Goiás assegurou, pelo segundo mês consecutivo, a primeira posição no ranking de taxa de engajamento por visualizações. O clube apresentou as melhores porcentagens nas duas plataformas analisadas, TikTok e YouTube, alcançando uma taxa de 0,55%.
 - No TikTok, o clube postou dois vídeos, sendo o mais visualizado o que promovia o jogo da Sul-americana. No YouTube, oito vídeos foram compartilhados, com a coletiva pós-jogo da Sul-americana sendo o mais assistido. Esses vídeos nos canais oficiais do Goiás impulsionaram suas taxas de engajamento por visualizações, alcançando porcentagens de 6,0% no TikTok e 0,53% no YouTube.













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




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







Posição	Clube	Facebook	Instagram	TikTok	X	YouTube	Total
1	 São Paulo	0,04	3,11	2,15	0,10	0,92	0,24
2	 Fortaleza	0,09	2,12	0,00	0,15	0,44	0,22
3	 Botafogo	0,19	3,16	1,50	0,23	0,86	0,21
3	 Vasco	0,08	2,53	0,49	0,23	0,55	0,21
5	 Fluminense	0,23	2,32	1,98	0,15	0,33	0,17
6	 Palmeiras	0,09	1,69	0,66	0,07	0,20	0,14
6	 Ceará	0,05	1,18	0,39	0,05	0,19	0,14
8	 Internacional	0,08	2,23	1,79	0,12	0,62	0,13
8	 Sport	0,10	1,56	1,27	0,06	0,63	0,13
10	 Corinthians	0,03	1,43	0,56	0,06	0,18	0,12
10	 Vitória	0,08	0,99	0,46	0,03	0,78	0,12
10	 Atlético-MG	0,03	1,96	0,91	0,07	0,26	0,12

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

Posição	Clube	Facebook	Instagram	TikTok	X	YouTube	Total
13	 Coritiba	0,10	1,99	0,63	0,05	0,37	0,11
14	 Cruzeiro	0,03	1,46	0,81	0,07	0,42	0,09
14	 Santos	0,07	1,20	1,40	0,06	0,23	0,09
14	 Bahia	0,03	1,37	1,99	0,03	0,44	0,09
14	 Goiás	0,06	0,94	0,88	0,02	0,24	0,09
18	 Grêmio	0,05	1,33	1,02	0,04	0,22	0,08
19	 Avaí	0,03	1,00	0,22	0,03	0,29	0,07
19	 Atlético-GO	0,04	0,61	0,60	0,04	0,05	0,07
21	 Athletico-PR	0,06	1,18	0,54	0,03	0,06	0,06
21	 Flamengo	0,02	0,71	0,41	0,05	0,02	0,06
23	 RB Bragantino	0,05	0,49	0,76	0,04	0,39	0,05
24	 Chapecoense	0,00	0,19	3,12	0,01	0,08	0,01

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

Posição	Clube	TikTok	YouTube	Total
1	 Goiás	6,00	0,60	0,55
2	 Chapecoense	4,83	0,38	0,42
3	 Ceará	0,96	0,28	0,29
4	 Sport	0,95	0,24	0,27
5	 Atlético-GO	1,41	0,03	0,26
6	 Internacional	0,57	0,26	0,20
7	 Vitória	0,57	0,26	0,19
8	 Avaí	0,68	0,15	0,16
8	 Bahia	0,60	0,16	0,16
10	 Grêmio	0,26	0,15	0,12
11	 Fortaleza	0,00	0,11	0,11
11	 São Paulo	0,18	0,24	0,11

Posição	Clube	TikTok	YouTube	Total
13	 Cruzeiro	0,15	0,25	0,10
13	 Coritiba	0,26	0,14	0,10
15	 Atlético-MG	0,28	0,10	0,09
16	 Santos	0,25	0,10	0,08
17	 Fluminense	0,17	0,11	0,07
17	 Flamengo	0,42	0,05	0,07
19	 Corinthians	0,13	0,08	0,06
19	 Athletico-PR	2,55	0,03	0,06
21	 Palmeiras	0,14	0,06	0,04
21	 RB Bragantino	0,11	0,14	0,04
21	 Vasco	0,06	0,13	0,04
21	 Botafogo	0,06	0,09	0,04



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



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



Estruturação de SAFs e Gestão de Clubes de Futebol.



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

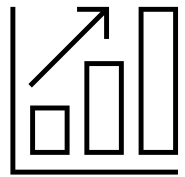


Luana Santos
MKT

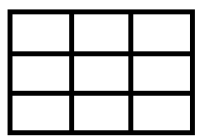
ÁREAS DE ATUAÇÃO – PLURI



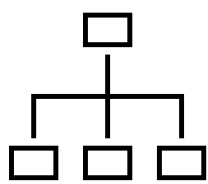
VALUATION de clubes, atletas, torcidas, propriedades comerciais e de marketing;



Pesquisa de **MERCADO** e Estudos especializados



Gestão de **DADOS** e SportBusiness Intelligence



PLANEJAMENTO estratégico, Planos de Governança e Gestão de Riscos.

TRABALHOS REALIZADOS



[plurisports](#)



[plurisports](#)



[@plurisportss](#)



[plurisports](#)



[plurisports.com.br](#)



Pluri

O ESPORTE LEVADO A SÉRIO

