

## **Palmeiras de olho na Copa 2014**

*Gustavo Viana*

A reforma do estádio Palestra Itália representará uma nova fonte de receitas para o Palmeiras, que aposta no projeto para ser uma das sedes da Copa do Mundo de 2014, disputada no Brasil. "O segredo de uma arena multiuso é ter atividades que possam ser simultâneas e que movimentem o estádio além dos dias de jogos", diz José Cyrillo Júnior, diretor administrativo do Palmeiras.

A modernização do estádio, observa Cyrillo, vai funcionar como estratégia de marketing para atrair mais torcedores ao estádio e sócios ao clube. "Todo o clube será renovado, menos o parque aquático, já reformado há alguns anos". Estudo feito pela W/Torre indica que o clube terá uma receita média mensal de R\$ 3 milhões com a arena. A receita começaria com cerca de R\$ 500 mil mensais nos primeiros anos e poderia chegar a cerca de R\$ 6 milhões por mês no término do contrato, daqui 30 anos.

### **Diversidade**

Além da utilização para jogos de futebol, eventos múltiplos, shows e conter restaurantes e lanchonetes, o projeto contempla estacionamentos para 7 mil vagas cobertas entre o complexo e o entorno. Serão erguidos também dois prédios para os associados, um com quadras poliesportivas e outro para atividades como judô, tênis de mesa, balé, katarê e bocha. As obras terão início neste mês e a previsão de término é dezembro de 2010.

Segundo fontes do mercado, o financiamento é do Banco Santander, que é sócio da W/Torre em outros empreendimentos. Apesar de considerar que a arena será uma das mais modernas da América Latina, apta a receber jogos da Copa do Mundo, o especialista em marketing e gestão de clubes de futebol Amir Somoggi, da Casual Auditores Independentes, pondera que financeiramente o projeto é um mau negócio para o clube. "O modelo de negócio é melhor para o parceiro do que para o clube. A W/Torre vai ficar com a parte mais rentável, que são os camarotes e as cadeiras cativas", diz Somoggi, que aponta como contraponto ao projeto palmeirense a arena do Grêmio, que também será bancada (R\$ 1 bilhão) pela iniciativa privada. No caso da agremiação gaúcha, a obra conta com consórcio capitaneado pela portuguesa TBZ e pela construtora OAS, mas o clube ficará com 65% da receita.

### **Exemplos**

Somoggi cita também os exemplos os clubes ingleses Arsenal e Manchester United: o primeiro, que construiu um estádio (Emirates Stadium) por conta própria, atualmente arrecada € 135 milhões por ano com a arena; o segundo, que ampliou em 11 mil lugares o Old Trafford sem recorrer a parceiros, obtém €137,5 milhões por ano e chega a ganhar de € 5 a 6 milhões por jogo.

No Brasil, o especialista cita o São Paulo Futebol Clube. O Tricolor do Morumbi toca a reforma do estádio para receber a Copa do Mundo sem parceiros e registrou receita de R\$ 26,6 milhões com bilheteria em 2007. Desse total, R\$ 7,1 milhões foram obtidos com os cerca de 40 camarotes. O Palmeiras obteve R\$ 7,5 milhões com bilheteria em 2007.

"Os clubes estão tercerizando demais suas atividades, seja na construção ou reforma de estádios ou na venda de jogadores", diz Somoggi. A Traffic, parceira do Palmeiras, vai ficar com 80% do valor da venda do zagueiro Henrique (R\$ 25 milhões) para o Barcelona. Alexandre Pato, vendido ao Milan por R\$ 63,7 milhões, rendeu ao Internacional de Porto Alegre "somente" R\$ 39,8 milhões. Como ponto positivo, Somoggi destaca a posição geográfica da arena. O estádio do Palmeiras está localizado num bairro (Perdizes) residencial de classe média alta e com fácil acesso via transporte público.

### **Copa do Mundo**

A Copa de 2014 coincide com o centenário do Palmeiras, fundado por italianos. O clube sonha em receber a seleção italiana em seu estádio e no centro de treinamento da Barra Funda. Cyrillo conta que o clube aposta na história de imigração italiana em São Paulo para conseguir abrigar a seleção co-irmã. "Vamos apostar na disposição da CBF para indicar a arena para receber uma das chaves da Copa". Cyrillo diz que a arena não rivaliza com o Morumbi para receber a abertura da Copa por não comportar mais de 60 mil pessoas, exigência da Fifa para o jogo inaugural do torneio.

O terreno que abriga o estádio Palestra Itália foi comprado pelos Palmeiras em 1920, por 500 contos de réis uma fortuna na época, quantia paga em três parcelas da então fabricante de bebidas Companhia Antártica de Bebidas, daí o nome Parque Antártica. O terreno abrigava um parque voltado aos funcionários da empresa, que havia transferido sua fábrica para o bairro da Mooca.

**Fonte: Gazeta Mercantil, São Paulo, 2 jul. 2008, Empresas & Negócios, p. C1.**

A utilização deste artigo é exclusivo para fins educacionais.