

Atrás de público, times investem em arenas

Ilton Caldeira

Os clubes do futebol nem bem acabaram as disputas pelos campeonatos estaduais e já deram início, no fim de semana, à longa campanha pelo título do campeonato brasileiro de 2009. Em paralelo a essa maratona de partidas, as agremiações estão se preparando para enfrentar outro desafio: desenvolver e implantar uma estratégia para tentar garantir, no longo prazo, a sobrevivência dos clubes de futebol no Brasil.

Na grande maioria dos casos, os clubes estão altamente endividados e com retorno muito ruim com venda de ingressos, exploração comercial de suas marcas e dos espaços físicos das arenas esportivas. Sob esse cenário, a busca por novas fontes de receita, capazes de socorrer o caixa e garantir recursos para investir na formação de equipes mais competitivas, tornaram-se prioridade.

Entre os projetos mais ambiciosos está a modernização dos estádios e a adoção de um modelo de negócios capaz de melhorar a gestão do patrimônio dos clubes.

Muito difundido na Europa e nos Estados Unidos, a profissionalização da gestão do esporte é uma tendência que chega atrasada ao Brasil. Os projetos de modernização do futebol só ganharam impulso, em grande parte, após a escolha do país pela Fifa para sediar a Copa do Mundo em 2014. A entidade divulga no fim do mês as 12 cidades que receberão as partidas do mundial.

No entanto, um dos maiores problemas, segundo alguns clubes, para tornar a empreitada factível é a escassez de parceiros dispostos a participar da execução dos projetos. A crise econômica internacional e a dificuldade em acessar linhas de crédito no mercado financeiro também estão contribuindo para manter à distância possíveis interessados em participar dos projetos.

Apesar do cenário adverso, clubes como o Internacional, de Porto Alegre, o Atlético Paranaense e o São Paulo, entre outros, estão colocando em prática os planos de reformulação de suas arenas, investindo na melhoria da estrutura e na criação de espaços comerciais, como lojas e restaurantes, na tentativa de atrair mais torcedores.

No Internacional, as obras da nova arena Beira-Rio têm previsão de início no mês de julho e devem ser concluídas em 2012. Orçada em R\$ 80 milhões, a modernização do estádio prevê a construção de uma cobertura metálica e a instalação de camarotes. A execução do projeto será custeada com recursos do próprio clube. Cerca de R\$ 30 milhões deverão ser levantados com a venda da antiga arena do Internacional, o estádio dos Eucaliptos.

"Nosso objetivo é ter o estádio em ordem dois anos antes do mundial e obter algum retorno financeiro com a locação da arena. Em paralelo, trabalhamos para trazer novos torcedores e qualificar o público para ampliar as receitas com a venda de ingressos e de produtos durante a realização de jogos", detalha o diretor de patrimônio do clube gaúcho, Gilberto Frota.

Em 2007, o clube teve lucro de R\$ 18,9 milhões e as receitas cresceram 43% em comparação com o ano anterior. No mesmo período, o déficit acumulado caiu de R\$ 52,9 milhões para R\$ 32,7 milhões. As demonstrações financeiras de 2008 ainda não foram divulgadas.

O São Paulo, atual tricampeão do principal torneio do país, tem um público que comparece em bom número a jogos da Copa Libertadores. Mas o time tem dificuldades para atrair público em torneios como o campeonato estadual e até mesmo no torneio nacional.

Na edição de 2008 do campeonato brasileiro, o clube teve em média cerca de 21 mil pessoas em seus jogos em casa. Esse número ficou muito aquém da capacidade do estádio do Morumbi, capaz de comportar cerca de 75 mil torcedores.

Para tentar melhorar essa relação com o torcedor, o clube está investindo em várias áreas: adaptação dos assentos aos padrões exigidos pela Fifa, ampliação do número de camarotes corporativos de 32 para 60 até o fim do ano, parcerias com associações ligadas ao setor de turismo e implantação, no estádio, de lojas e restaurantes. O contrato firmado com os parceiros prevê que o clube fique com uma participação que varia de 10% a 20% do faturamento líquido do estabelecimento, dependendo do ramo de atividade. O projeto completo para adequar a arena às exigências da Fifa prevê um investimento total de R\$ 150 milhões.

Ao mesmo tempo, o clube busca fidelizar o torcedor e aumentar o número de visitantes ao estádio. "Pretendemos ampliar o programa sócio-torcedor, que hoje tem 40 mil participantes, e chegar a 100 mil, oferecendo vantagens como em um programa de milhagem. Com as lojas e restaurantes, o objetivo é ampliar de 1, 2 mil para 8 mil o número de visitantes diários ao estádio", disse o diretor de marketing do time, Adalberto Batista.

O clube ainda não divulgou seu balanço financeiro de 2008. No ano anterior, a agremiação encerrou o exercício com lucro de R\$ 3,8 milhões, superávit acumulado de R\$ 5,1 milhões e aumento na receita de 54,5% em relação a 2006.

O Flamengo, clube de maior torcida no Brasil - cerca de 33 milhões, segundo estimativas - também sonha com uma arena própria e com padrão internacional para melhorar as receitas.

Entre as principais apostas da diretoria do clube estão o projeto para revitalizar a estrutura da sede do time, no bairro da Gávea, no Rio de Janeiro, com a criação de um centro de lazer com lojas de artigos ligados ao esporte e a inauguração de um museu temático. Além disso, a tão sonhada arena permanece nos planos. "Trabalhamos com três opções: participar de uma possível licitação para administrar o Maracanã, construir um novo estádio para até 50 mil pessoas ou propor ao Botafogo uma parceria para a gestão do Engenhão", disse o presidente em exercício do Flamengo Delair Dumbrosck.

Todos os planos do rubro-negro só serão viabilizados por meio de parcerias, já que o time não possui recursos próprios para investir e ainda negocia um patrocinador para o time de futebol, após o fim da parceria com a Petrobras, que estampou por 25 anos a sua marca no uniforme da equipe.

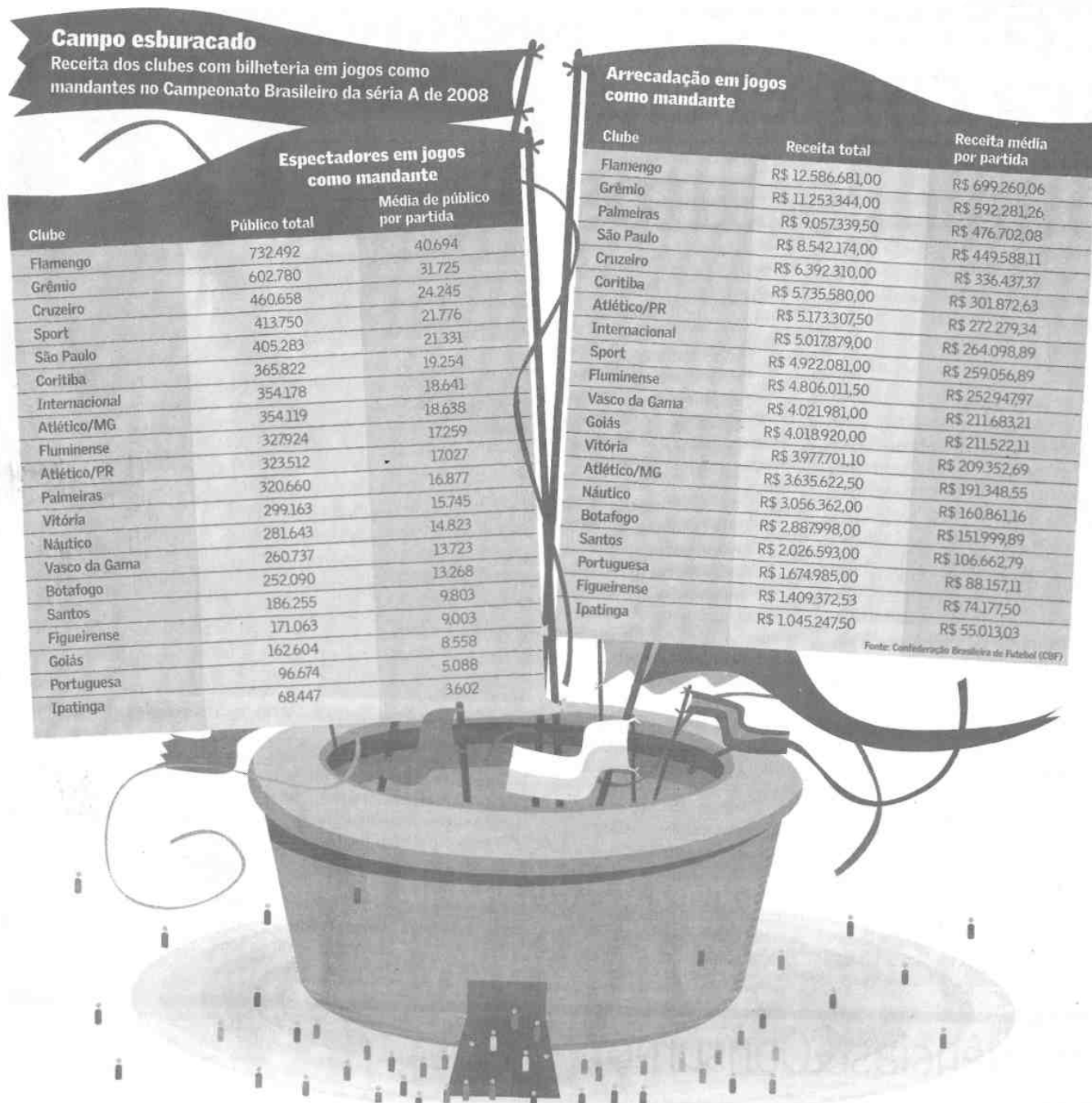
O mais recente balanço divulgado pelo clube, em 2007, aponta um crescimento da receita de 23,6%, mas o resultado apontou um prejuízo de R\$ 59,2 milhões. O déficit acumulado pelo Flamengo no fim de 2007 era de R\$ 242,4 milhões.

O Corinthians, clube que tem a segunda maior torcida do país, trabalha em um projeto que prevê a gestão do estádio municipal Paulo Machado de Carvalho (Pacaembu), em São Paulo. O clube, um dos que já divulgaram as demonstrações financeiras de 2008, apresentou uma queda de 12,5% na receita em comparação com 2007. O resultado apresentou evolução positiva, saindo de um prejuízo de R\$ 23,3 milhões, em 2007, para um lucro de R\$ 10,9 milhões. O endividamento total foi reduzido em 4,3%, de R\$ 101,6 milhões em 2007 para R\$ 97,2 milhões no ano passado.

Mesmo com propostas ousadas, a tarefa dos clubes não é nada fácil e passa por um trabalho de reconquista do público. A falta de conforto e de segurança, além de problemas com a venda de ingressos fez com que os torcedores tradicionais se afastassem dos estádios. Em 2008, o Campeonato Brasileiro da série A teve uma média de 16.992 torcedores por partida, com média de arrecadação de R\$ 267,1 mil, segundo dados da Confederação Brasileira de Futebol (CBF).

A arrecadação total com a venda de ingressos dos 20 times que disputaram a primeira divisão do torneio foi de R\$ 101,2 milhões em 2008. Um time de ponta na Europa, como o espanhol Barcelona, arrecada quase o mesmo montante apenas com a venda antecipada de carnês com entradas para seus jogos no Campeonato Espanhol.

Amir Somoggi, especialista em marketing e gestão de clubes de futebol na Casual Auditores Independentes, acredita que há potencial para que a arrecadação chegue a R\$ 330 milhões na série A até 2014. De acordo com Somoggi, no mesmo período, a média de público pode passar dos atuais 17 mil por jogo para mais de 46 mil espectadores. Se confirmadas essas projeções, o campeonato brasileiro pode figurar como o torneio de futebol com uma das melhores médias globais de público. Isso pode ser um trunfo para os clubes na luta para conseguir parceiros.



Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 11 maio 2009, Empresas & Tecnologia, p. B3.