Líderes do Brasileirão alavancam vendas
Letícia Casado

Na reta final do campeonato e com o 13°, aumenta procura por produtos de Corinthians e Vasco.

A torcida do Corinthians homenageou o jogador Sócrates, ontem, na partida que marcou a vitória no Brasileirão.

Líderes do Campeonato Brasileiro e disputando a taça até a última rodada, Corinthians e Vasco ganharam não apenas os títulos de líder e vice, respectivamente. Faturaram também fora do campo com a venda de produtos licenciados. Ontem, o Pacaembu, em São Paulo, sediou Corinthians x Palmeiras, numa partida sem gols. O Engenhão, no Rio, foi palco de Vasco x Flamengo, que terminaram empatados em 1 x 1. O time paulista só não levaria a taça se fosse derrotado e o Vasco obtivesse uma vitória. Os dois estádios receberam torcidas munidas de acessórios que, com o bolso recheado pelo 13º, fizeram disparar as vendas de artigos dos times em até 120% nas últimas duas semanas.

No dia 20 de novembro, o Corinthians ganhou do Atlético-MG e poderia vencer o torneio na semana seguinte. No domingo, 27, bateu o Figueirense, mas, aos 45 do segundo tempo, no Rio, o Vasco derrotou o Fluminense. O resultado levou a decisão para a última rodada, e os torcedores, às lojas.

A Centauro comercializa artigos dos dois times, e, entre 21 e 30 de novembro, viu as vendas aumentarem em 60% na comparação com os dez dias anteriores. A rede Poderoso Timão, que tem produtos do Corinthians e deve fechar 2011 com 112 franquias, faturou 40% a mais no período.

O movimento na Gigante da Colina, franquia do Vasco com cinco lojas, disparou depois do jogo do dia 27, e o faturamento cresceu 20%. O fluxo tinha caído "porque era fim de mês", diz o supervisor Diego Freitas de Azevedo.

A reviravolta permitiu à importadora Classe vender 15% a mais na última semana. Em seu portfólio há seis itens, de "mãozinha" para agitar no estádio a pintura para o rosto com as cores do time. A empresa vende artigos para a torcida dos quatro grandes times de São Paulo e está em mais de mil pontos de venda, afirma Eliane De Martini, gerente de comunicação.

Em Brasília, a Casa Vascaína viu o faturamento crescer 120% no dia 1º de dezembro sobre a mesma data em 2010, diz a gerente Caroline Souto. Segundo ela, o fluxo de pessoas mais do que dobrou na semana passada. Em Belém, as camisas do Vasco venderam 40% a mais na Globo Esporte Magazine, diz um funcionário que prefere não se identificar. "Vendemos bem Flamengo, Remo, Paissandu e Corinthians durante o ano inteiro", diz ele. "O Vasco foi novidade."

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.

A Netshoes administra o comércio eletrônico de alguns times - inclusive dos líderes do Brasileirão e do Santos, campeão da Taça Libertadores este ano. Estar na final de um campeonato importante, diz o diretor de marketing Roni Bueno, aumenta as vendas em 30%.

O Campeonato Brasileiro termina no início das vendas de Natal, melhor data para o comércio. As duas marcas vão terminar bem 2011. "Se [o Corinthians] não for campeão, perco a venda adicional que teria. Mas, quando a gente faz o plano das lojas, consideramos que o ganho não vai ser tão grande", disse ao Valor na sexta-feira André Giglio, da Poderoso Timão.

O Vasco faturou alto logo depois de vencer a Copa do Brasil. As vendas em junho foram "absurdas", diz Azevedo, da Gigante da Colina.

Na Centauro, a expectativa é de que a última semana do Brasileirão terminasse com recorde de vendas, diz Sebastião Bomfim Filho, presidente do Grupo SBF, que detém a marca. "O campeonato está absolutamente empolgante, com dois times de massa".

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 5 dez. 2011, Empresas, p. B10.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.