



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIAS E CIÊNCIAS
CONTÁBEIS - FEAAC
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

ANÁLISE DAS RECEITAS DE COTAS TELEVISIVAS DO
FUTEBOL BRASILEIRO E A RELAÇÃO COM DESEMPENHO
ECONÔMICO-FINANCEIRO NO CAMPEONATO BRASILEIRO
NO PERÍODO 2013 A 2014

ISAAC DE SENA RODRIGUES

FORTALEZA

2017

ISAAC DE SENA RODRIGUES

**ANÁLISE DAS RECEITAS DE COTAS TELEVISIVAS DO
FUTEBOL BRASILEIRO E A RELAÇÃO COM DESEMPENHO
ECONÔMICO-FINANCEIRO NO CAMPEONATO BRASILEIRO
NO PERÍODO 2013 A 2014**

Trabalho de Conclusão de curso apresentado ao Curso de Graduação em Ciências Econômicas Universidade Federal do Ceará (UFC) – Campus Fortaleza, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador: Prof. Dr. José Henrique Félix Silva

FORTALEZA

2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

S477a Sena Rodrigues, Isaac de.

Análise das receitas de cotas televisivas do futebol brasileiro e a relação com desempenho econômico-financeiro no campeonato brasileiro no período 2013 a 2014 / Isaac de Sena Rodrigues. – 2017.
48 f. : il.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Ciências Econômicas, Fortaleza, 2017.
Orientação: Prof. Dr. José Henrique Félix.

1. Campeonato Brasileiro . 2. Indicadores financeiros . 3. Competitividade. 4. Cotas de Televisão. I.
Título.

CDD 330

ISAAC DE SENA RODRIGUES

**ANÁLISE DAS RECEITAS DE COTAS TELEVISIVAS DO
FUTEBOL BRASILEIRO E A RELAÇÃO COM DESEMPENHO
ECONÔMICO-FINANCEIRO NO CAMPEONATO BRASILEIRO
NO PERÍODO 2013 A 2014**

Trabalho de Conclusão de curso apresentado ao Curso de Graduação em Ciências Econômicas Universidade Federal do Ceará (UFC) – Campus Fortaleza, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador: Prof. Dr. José Henrique Félix Silva

Aprovada em 14 de Julho de 2017

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. José Henrique Félix Silva (orientador)

Universidade Federal do Ceará (UFC)

Cândido Átila Matias Souza (Examinador)

Mestre em Economia (CAEN-UFC)

José Wandemberg Almeida (Examinador)

Mestre em Economia (MAER-UFC)

*Aos meus pais, meus irmãos e à minha noiva, por
todo o apoio e felicidade que me proporcionam.*

AGRADECIMENTOS

Dedico esta vitória primeiramente à Deus, que sempre guia meus passos na estrada da vida.

Aos meus pais, João Bosco e Cláudia, que forneceram os pilares para formação do meu caráter e sempre estiveram me apoiando ao longo da minha caminhada.

Aos meus irmãos, Karla, Kamila e Arthur que sempre acreditaram em mim e me motivaram.

À Alana, minha noiva, por todo o companheirismo, amor e atenção dedicados.

Ao meu professor e orientador José Henrique Félix Silva, por sua importante colaboração no desenvolvimento deste trabalho, sem o qual, este provavelmente não teria sido feito com tamanha excelência.

Ao Cândido Átila, por aceitar participar desta banca examinadora e, especialmente, por todo o apoio que me forneceu durante todo o período de graduação.

Ao José Wandemberg, por aceitar o convite para participar desta banca examinadora e, ainda, enriquecer este trabalho com suas observações e comentários pertinentes.

E aos demais que, de alguma forma, contribuíram na elaboração desta monografia

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

CBF – Confederação Brasileira de Futebol.....	18
---	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 - Os 15 Campeonatos com maior média de público do mundo.....	19
Tabela 02 - Comparativo dos preços dos Ingressos no Brasil em relação a outros mercados.....	20
Tabela 03 - Valor de mercado dos campeonatos estaduais e das copas regionais 2012 a 2015.....	21
Tabela 04 - Receitas com cotas televisivas 2014 (em R\$ milhões).....	22
Tabela 05 - Estimativas das cotas de televisão do esporte interativo para 2015 (em R\$ milhões).....	23
Tabela 06 - Classificação dos clubes Campeonato Brasileiro Série A 2014.....	24
Tabela 07 - Receita total clubes Campeonato Brasileiro Série A 2014 (em R\$ milhões).....	25
Tabela 08 - Participação das fontes de receitas clubes Campeonato Brasileiro Série A 2014.....	25
Tabela 09 - Valor da marca clubes brasileiros Campeonato Brasileiro Série A 2014.....	26
Tabela 10 - Custos do departamento de futebol (em R\$ mil).....	27
Tabela 11 - Endividamento líquido dos clubes Campeonato Brasileiro Série A 2014 (em R\$ milhões).....	28
Tabela 12 - Estimativa de torcedores dos clubes do Campeonato Brasileiro Série A em 2014.....	29
Tabela 13 - Distribuição das receitas de cotas televisivas para os clubes primeira divisão do Campeonato Espanhol temporada 2013 – 2014 (em milhões de euros).....	30
Tabela 14 - Distribuição das receitas de cotas televisivas para os clubes primeira divisão do Campeonato Inglês temporada 2013 – 2014 (em milhões de euros).....	31
Tabela 15 - Distribuição das receitas de cotas televisivas para os clubes primeira divisão do Campeonato Alemão temporada 2013 – 2014 (em milhões de euros).....	32

Tabela 16 - Distribuição das receitas de cotas televisivas para os clubes primeira divisão do Campeonato Italiano temporada 2013 – 2014 (em milhões de euros).....	33
Tabela 17 - Distribuição das receitas de cotas televisivas para os clubes primeira divisão do Campeonato Francês temporada 2013 – 2014 (em milhões de euros).....	34
Tabela 18 - Matriz de correlações de Pearson para as variáveis de estudo.....	38
Tabela 19 - Indicadores de competitividade desportiva clubes de futebol série A 2014..	39
Tabela 20 - Indicadores financeiros para receita total 2013 a 2014.....	40
Tabela 21 - Indicadores para o custo com futebol clubes Campeonato Brasileiro Série A 2014.....	41
Tabela 22 - Indicadores para o endividamento líquido dos clubes Campeonato Brasileiro Série A 2013 e 2014.....	42
Tabela 23 - Indicador para valor da marca clubes Campeonato Brasileiro Série A 2013 e 2014.....	43
Tabela 24 - Índices para as estimativas de torcedores dos clubes do Campeonato Brasileiro Série A em 2014.....	44

RESUMO

O futebol brasileiro apresenta vários problemas quanto à gestão econômico-financeira dos clubes, relacionado com a falta de melhor nível de profissionalização nos clubes de futebol. Diante disso, essa pesquisa foi elaborada sob a hipótese de que os clubes com orçamento financeiro mais equilibrado são mais competitivos em termos dos resultados esportivos e conquista de vitórias nos jogos de futebol, porém a distribuição das receitas de cotas de transmissão pelas emissoras de televisão para os clubes de futebol não privilegia nessa distribuição entre os clubes os aspectos de equilíbrio financeiro e competitividade em termos da consecução de resultados esportivos expressivos desses clubes em relação à classificação e títulos nos campeonatos de futebol. Observou-se que a distribuição das receitas de televisão entre os clubes em 2014 apresentou uma relação direta apenas com os valores de mercado das marcas obtidas pelos clubes em 2014, porém, em geral ficou na direção contrária dos dados para os indicadores de desempenho financeiro e de competitividade dos resultados desportivos desses clubes de futebol. Adicionalmente, fez-se uma análise das receitas de cotas televisão para as principais ligas de futebol europeias na temporada 2013 – 2014 e se obteve que a distribuição de cotas televisivas pela rede globo para os clubes brasileiros apresentou um padrão semelhante ao da liga espanhola de futebol com grande concentração dos recursos nas mãos de apenas dois clubes de futebol. Ademais, também foi feita uma simulação para a distribuição das receitas de cotas de televisão pelo esporte interativo e se constatou que seu padrão de distribuição das receitas de transmissão entre os clubes assemelha-se ao padrão de distribuição de recursos financeiros mais simétrico e competitivo como no caso do campeonato inglês de futebol.

Palavras-chave: Campeonato Brasileiro 2014, Indicadores financeiros; Competitividade. Cotas de televisão.

ABSTRACT

Brazilian football presents several problems regarding the economic and financial management of the clubs, related to the lack of a better level of professionalism in soccer clubs. In the light of this, this research was developed under the hypothesis that clubs with a more balanced financial budget are more competitive in terms of sports results and winnings in soccer games, however, the distribution of broadcast quota revenues by television broadcasters For football clubs does not privilege in this distribution between the clubs the aspects of financial balance and competitiveness in terms of achieving the expressive sports results of these clubs in relation to the classification and titles in the football championships. It was noted that the distribution of television revenues between the clubs in 2014 was only directly related to the market values of the brands obtained by the clubs in 2014, but in general was in the opposite direction of the data for the financial performance indicators and Competitiveness of the sports results of these football clubs. In addition, an analysis was made of television quota revenues for the major European football leagues in the 2013 - 2014 season and it was found that the distribution of television quotas by the Globe network to Brazilian clubs presented a pattern similar to that of the Spanish football league With great concentration of resources in the hands of only two football clubs. In addition, a simulation was also made for the distribution of television quota revenues through interactive sport and it was found that its pattern of distribution of transmission revenues between clubs resembled the more symmetrical and competitive pattern of distribution of financial resources as in Case of the English football league.

Keywords: Brazilian championship in 2014, financial indicators, Competitiveness and television quotas.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
2. REVISÃO DE LITERATURA	14
3. CAMPEONATO BRASILEIRO DE FUTEBOL.....	18
4. PANORAMA DE CLUBES DO FUTEBOL BRASILEIRO NO PERÍODO 2013 A 2014.....	22
5. PANORAMA DAS RECEITAS DE DISTRIBUIÇÃO DAS RECEITAS DE COTAS TELEVISIVAS PARA LIGAS EUROPEIAS DE FUTEBOL NA TEMPORADA 2013 – 2014.....	30
6. METODOLOGIA.....	36
7. RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	37
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	45
9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	47

1. INTRODUÇÃO

Sabe-se que o futebol constitui um setor bastante lucrativo no âmbito da indústria do entretenimento e lazer, movimentando grandes montantes de recursos financeiros. Por outro lado, nota-se que no Brasil, os clubes ainda exploram de forma ineficiente o potencial de ganhos financeiros com sua marca, entre outras coisas relacionadas com uma gestão inadequada das finanças do clube de futebol.

Cabe destacar também que o futebol brasileiro apresenta vários problemas no que se refere à gestão econômico-financeira dos clubes, além de problemas em relação à transparência na divulgação dos dados financeiros dessas instituições desportivas e isso fica evidenciado no acúmulo de dívidas principalmente de ordem fiscal e trabalhista dos clubes, o que constitui um cenário no qual se demanda desses clubes uma evidente profissionalização a partir da necessidade de se assumir responsabilidade corporativa da direção das instituições desportivas no Brasil, sendo que uma gestão profissional pode contribuir para valorização da marca dos clubes de futebol no mercado. Desse modo, a gestão profissional garante ao clube maior capacidade na captação de recursos financeiros a partir da valorização de sua marca, garantindo-se maior sustentabilidade e equilíbrio econômico-financeiro. Diante disso, têm-se os seguintes questionamentos: a gestão econômico-profissional dos clubes têm alguma correção com os resultados desportivos? e o atual modelo de repartição de direitos televisivos de transmissão de jogos privilegia clubes com gestão econômico-financeira mais eficiente e/ou clubes com maior competitividade?

Nessa perspectiva, essa pesquisa visou contribuir na área de economia do esporte com as discussões e análises empíricas acerca do estudo de desempenho econômico-financeiro e resultados desportivos de clubes de futebol brasileiros e a relação com a profissionalização e gestão dessas instituições desportivas. Ademais, ressalte-se que essa monografia foi elaborada sob a hipótese de que os clubes com orçamento financeiro mais equilibrado são mais competitivos em termos dos resultados esportivos e conquistas de títulos e vitórias nos jogos de futebol e a de que a alocação das receitas de cotas de transmissão pelas emissoras de televisão para os clubes de futebol não privilegia aspectos de equilíbrio financeiro e obtenção de resultados esportivos expressivos (competitividade) durante os campeonatos de futebol nas temporadas anteriores entre os clubes de futebol brasileiro.

O presente trabalho foi elaborado sob os objetivos gerais de verificar a relação entre as receitas de cotas televisivas de transmissão de jogos e o desempenho desportivo de clubes de futebol brasileiros e analisar o desempenho econômico-financeiro de clubes de futebol e a relação com os resultados desportivos, a partir de indicadores de competitividade. Além disso, tem-se como objetivos específicos apresentar um panorama geral do desempenho econômico-financeiro a partir de demonstrações financeiras e outras fontes de dados para clubes brasileiros no período de 2013 a 2015 e elaborar um quadro do desempenho competitivo de clubes de futebol brasileiros a partir de indicadores de títulos obtidos, pontuação no campeonato brasileiro série A, dentre outros indicadores para desempenho esportivo da amostra de clubes selecionados para o período de 2013 a 2015.

Além dessa introdução, para a consecução dos objetivos dessa monografia, esse trabalho foi dividido nas seguintes seções a seguir. Na segunda seção foi elaborada uma revisão da literatura acerca da economia do futebol, com foco na análise do desempenho econômico-financeira e estudos acerca da relação entre sustentabilidade financeira e competitividade de resultados desportivos de clubes de futebol. Na terceira seção descreve-se um breve histórico acerca das origens do futebol no Brasil e a popularização de sua prática e posterior profissionalização. Na quarta seção é traçado um quadro descritivo de alguns resultados econômico-financeiros e de desempenho desportivo de clubes brasileiros no período de 2013 a 2015. Na quinta seção é feita uma análise de cenários das receitas de cotas televisivas das cinco principais ligas europeias de futebol na temporada 2013 – 2014. Na sexta seção, é feita uma caracterização da metodologia utilizada nessa pesquisa. Na sétima seção é feita uma descrição e discussão dos resultados obtidos para os indicadores financeiros e de desempenho esportivo dos clubes de futebol selecionados no período de 2013 a 2015. Finalmente, na oitava seção são estabelecidas as conclusões, limitações do tema da pesquisa assim como a sugestão para futuros trabalhos na linha da pesquisa desenvolvida.

2. REVISÃO DE LITERATURA

Na literatura sobre economia do esporte com ênfase para o futebol, tem-se uma gama de trabalhos que se centram em aspectos relacionados com a análise do equilíbrio econômico-financeiro das entidades desportivas de futebol e sua relação com a gestão e governança corporativa desses clubes assim como com os seus resultados esportivos. Nessa perspectiva, pode-se citar dentre outros trabalhos com essas abordagens temáticas:

Silva & Moraes (2010) a partir de um estudo de caso estudaram a estrutura de apuração contábil dos custos de formação de jogadores de futebol, com base num estudo de caso com tratamento qualitativo e quantitativo para o Grêmio *Foot-Ball* Porto Alegre. Ele obteve a partir de evidenciação contábil a relevante participação das categorias de base nos clubes. Ele apontou que é relevante para o Clube manter suas categorias de base, dada as perspectivas de ganhos financeiros para o clube de futebol.

Dantas (2013) estudou a partir de modelo DEA, a eficiência financeira e esportiva de clubes de futebol brasileiros. Ele obteve a partir de regressões que ROA tem relação positiva com os indicadores para eficiência financeira, enquanto para DEA esportivo, a variável Ativo Total se mostrou significativa e a variável para o tamanho do clube de futebol tem relação inversa com DEA esportivo, enquanto eles obtiveram relação direta entre a eficiência desportiva e a variável *dummy* de título dos clubes de futebol.

Yamaguti (2010) fez um estudo das práticas contábeis nas demonstrações financeiras de clubes de futebol brasileiros, com base na evidenciação contábil de atletas de futebol profissional. Ele analisou o conceito de ativo intangível para o jogador de futebol à luz da Resolução nº 1.005/2004 do Conselho Federal de Contabilidade, de modo que o atleta entra na contabilidade do clube devido suas habilidades técnicas e utilização comercial de suas imagens. Ele obteve que ocorre um processo de adequação dos clubes de futebol às regulamentações com relação aos atletas de futebol.

Dantas *et al.* (2009) estudaram questão da relação entre as medidas contábeis de clubes de futebol e preços de ações com base num estudo de caso para a Juventus Football Club entre 2002 a 2009. Eles sugeririam que a abertura de capital de alguns destes clubes podem conferir ao clube rentabilidade a longo prazo, estabelecendo novos patamares de receita e contribuindo para o fortalecimento do clube de futebol. A partir de

um modelo de regressão, eles observaram que não houve nenhuma variável contábil exercendo influência sobre os preço das ações, sinalizando que outros fatores não-contábeis estariam influenciando a variação do preço das ações para esse clube de futebol.

Domingos (2011) analisou as estratégias de atuação dos clubes de futebol visando aumentar seu valor de mercado e valorizar sua marca. Ele analisou um estudo de caso para o São Paulo Futebol Clube e o Sport Club Corinthians Paulista. Ele obteve que os clubes selecionados na amostra pesquisados estão mobilizados para gerenciar profissionalmente sua marca, tomando-se ações de marketing comerciais voltadas aos seus torcedores, no sentido de fortalecer as receitas para os clubes de futebol.

Proni & Libanio (2016) analisou a importância de abertura de capital para como um elemento com potencial de impulsionar as finanças de clubes de futebol brasileiros. Eles sugerem que a capitalização dos clubes de futebol pode contribuir para os clubes investirem na modernização de seus estádios e de seus centros de treinamento e de fisioterapia, aumentando assim seu potencial de receitas futuras. Porém eles apontam que a falta de uma boa governança e a volatilidade das receitas dos clubes podem afastar investidores e apesar de os clubes não pretendem se engajarem no mercado financeiro eles poderiam aprimorar sua governança corporativa, visando a partir disso explorar melhor seu potencial de mercado e ampliar sua competitividade desportiva.

Silva *et al.* (2008) analisaram o panorama das transferências de jogadores no futebol brasileiro no período de 2002 e 2007, tomando-se como base o registro de jogadores do site oficial da CBF. Eles evidenciaram o predomínio das regiões Sul e Sudeste brasileiro nesse mercado de transferências de atletas de futebol. Eles também constataram que o mercado de transferências de jogadores de futebol brasileiros está se expandindo para países de menor tradição no futebol tais como Vietnã, Hong-Kong e outros, embora o futebol europeu ainda seja o maior importador de jogadores de futebol brasileiros.

Rezende & Dalmácio (2015) a partir de uma abordagem exploratória estudaram as relações estruturais entre atributos de governança corporativa de clubes de futebol brasileiros e seu desempenho esportivo e econômico-financeiro. Eles buscaram captar o nível de governança corporativa dos clubes de futebol tomando-se como base um modelo estrutural com as dimensões baseadas em evidenciação, conselhos e sua estrutura e funcionamento, direitos de propriedade, ética e conflito de interesses e benefícios

sociais gerados. Eles obtiveram que apesar de baixos níveis de governança praticados pelos clubes brasileiros podem-se constatar relações significativas e positivas entre governança mensurada com as variáveis de desempenho esportivo e econômico-financeiro e a estrutura de governança dos clubes.

No que se refere à literatura internacional sobre futebol, encontra-se uma gama de estudos sobre os aspectos econômicos e da gestão dos clubes, principalmente pesquisas inerentes à clubes e grandes ligas no futebol europeu. Dentre esses estudos, pode-se citar: TINOCO *et al.* (2012) analisou a situação financeira dos clubes espanhóis a gestão e organização das finanças desses clubes e as vias de financiamento para manter a sustentabilidade financeira no contexto desses clubes de futebol. Eles apontam que a atual conjuntura financeira propicia uma tendência de aprofundamento do endividamento dos clubes de futebol espanhóis e sinaliza para consequências devastadoras para o futebol nos níveis nacional e continental. Ademais, eles indicaram que uma gestão responsável e sustentável seria dada através do financiamento para evitar a possibilidade de colapso financeiro dos clubes de futebol.

Garcia & Rodriguez (2006) analisaram os determinantes da audiência televisa dos jogos de futebol em três temporadas da primeira divisão do campeonato espanhol, no que e estabeleceu um modelo econométrico no qual controlaram alguns dos principais determinantes da demanda no desporto profissional: a atratividade *ex-ante* da partida e o desempenho recente das equipes (incluindo a incerteza resultado). Obtiveram também na sua pesquisa que a atratividade *ex-ante* da partida é o principal determinante de escolha tanto da emissora e o tamanho da audiência, enquanto a incerteza associada com o resultado da partida não parece ser a questão da escolha de determinada emissora de televisão. Ademais, eles obtiveram a presença de alguma sazonalidade na evolução do tamanho do público dentro da temporada de futebol.

Aglietta *et al.* (2010) analisaram a governança corporativa e abertura de capital em bolsas de valores de clubes de futebol no cenário mundial. Eles mostraram que investir em bolsa de valores tomando-se como base o caso do indicador *Dow Jones Stoxx Football* tem pouca atratividade para os investidores na alocação eficiente de ativos globais. Ele obteve que esse indicador financeiro apresenta um comportamento irregular com elevada incerteza sobre o valor de mercado justo do clube, evidenciando um perfil de risco-retorno fraco e um baixo potencial de diversificação. Eles constataram que o modelo

de gestão e o balanço financeiro dos clubes estão diretamente relacionados com os resultados desportivos no qual é inserida a incerteza quanto ao valor justo do clube de futebol e isso se reforça com o fato de que a maioria dos ativos dos clubes são intangíveis por natureza e voláteis quanto ao seu valor. Ele ressalta que o maior obstáculo ao sucesso de dos clubes no mercado financeiro são os problemas de governança corporativa fraca que desencadeia numa péssima gestão e esse processo é sustentado por um círculo vicioso entre negociação sempre maior das receitas de televisionamento dos jogos do clube e a inflação salarial do jogador.

3. CAMPEONATO BRASILEIRO DE FUTEBOL

O campeonato brasileiro de futebol tem seu início no ano de 1971, com esse nome, porém muito antes nas décadas de 1950 e 1960, já havia o campeonato nacional de futebol, porém com os nomes de Taça Brasil e Torneio Roberto Gomes Pedrosa. Considerando-se todas as edições do campeonato brasileiro, a CBF reconhece o Santos Futebol Clube e a Sociedade Esportiva Palmeiras como os clubes com maior número de títulos no campeonato brasileiro série A, sendo que cada um deles conquistaram oito campeonatos no total. O campeonato brasileiro era inchado nos anos 1970 e não havia acesso e descenso, era uma única divisão e era disputado num sistema de “mata-mata”, porém a partir de 2003, passou a ser disputado em pontos corridos e foi ficando mais enxuto e atualmente é composto por quatro divisões, séries A, B, C e D, além de ter motivações políticas a mudança para o sistema de pontos corridos também requereria a mudança de calendário para atender a emissora de televisão Globo, detentora dos direitos de transmissão dos jogos de futebol.

O campeonato brasileiro da primeira divisão em 2014, conforme mostra a Tabela 01, foi apenas o 15º campeonato nacional em média de público com valor igual a 14.951, ficando em posição inferior a campeonatos de países de menor tradição no futebol tais como México, EUA, China, Japão e Turquia, que ocupam as posições 5º, 9º, 10º, 11º e 14º posições com médias de públicos iguais a 22.939, 18.743, 18.571, 17.160 e 15.014, respectivamente. Outro fato evidente nessa tabela é a presença de cinco ligas nacionais de países europeus entre as dez melhores médias de público nos estádios, sendo que Alemanha, Inglaterra, Espanha, e Itália ocupam as quatro primeiras posições no ranking de média de público em seus campeonatos nacionais de futebol.

Tabela 01 - Os 15 campeonatos com maior média de público do mundo

Rank 2014	Rank 2013	Rank 2012	País	Campeonato	Média de público 2014/2013
1	1	1	Alemanha	1.Bundesliga	43.173
2	2	2	Inglaterra	Premier League	36.589
3	3	3	Espanha	Primera División	26.867
4	5	5	Itália	Serie A	23.365
5	4	4	México	Liga MX Apertura	22.939
6	8	7	França	Ligue 1	20.693
7	6	9	Argentina	Inicial/Final	20.599
8	7	6	Holanda	Eredivisie	19.289
9	9	8	EUA	MLS	18.743
10	10	11	China	Super League	18.571
11	12	12	Alemanha	2.Bundesliga	17.491
12	13	13	Japão	J. League 1	17.160
13	11	10	Inglaterra	Championship	16.438
14	16	15	Turquia	Super Lig	15.014
15	17	14	Brasil	Brasileirão A	14.951

Fonte: PLURI Consultoria

O Brasil apresentou entre os clubes apresentados na Tabela 02, o quarto ingresso mais barato em termos de seu preço médio registrando um valor igual a R\$51,74, sendo maior apenas do que, Argentina, Turquia e México cujos valores para o preço médio do ingresso foram iguais a R\$ 27,96, R\$ 25,61 e R\$ 24,51, respectivamente. Por outro lado, os campeonatos nacionais com ingressos de preço médio mais caros foram os da Inglaterra e Espanha com valores médios iguais a R\$ 116,27 e R\$ 112,89, respectivamente.

Tabela 02 - Comparativo dos preços dos Ingressos no Brasil em relação a outros mercados

País	Preço médio dos ingressos (mais barato) (1)		Renda per capita do país - US\$ ano (2)
	Em R\$	Em US\$	
Brasil	51,74	22,62	11.208
Espanha	112,89	49,36	29.118
Inglaterra	116,27	50,84	39.351
Portugal	52,15	22,8	21.029
Argentina	27,96	12,22	11.573
Turquia	25,61	11,2	10.946
México	24,51	10,72	10.307
Itália	72,4	31,66	34.619
Japão	78,8	34,46	38.492
Holanda	82,83	36,22	47.617
França	57,98	25,35	41.421
Alemanha	60,1	26,28	45.085
EUA	62,51	27,33	53.143

Fonte: PLURI Consultoria.

Observação: (1) Preços médios dos ingressos na modalidade mais barata, para adultos, sem promoções, em jogos não decisivos dos times participantes dos respectivos campeonatos nacionais, (2) Renda Per Capita anual a preços correntes, referente a 2013.

Os valores de mercado dos campeonatos estaduais abaixo refletem um cenário de desigualdade entre as entidades desportivas no Brasil em nível interestadual e sendo mais valiosos, de modo geral, os campeonatos das regiões sul e sudeste, com destaque para São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, enquanto os campeonatos estaduais menos valiosos em 2014 foram os de Sergipe, Piauí e Mato Grosso, respectivamente.

Tabela 03 - valor de mercado dos campeonatos estaduais e das copas regionais 2014

Rank 2014	Campeonato	Nº de Clubes	Valor de Mercado 2014 (em milhões de Euros)
1	São Paulo	20	350
2	Rio de Janeiro	16	214,1
3	Minas Gerais	12	181,2
4	Copa do Nordeste	20	152,4
5	Rio Grande do Sul	16	151,2
7	Santa Catarina	10	82,4
6	Paraná	12	95,2
8	Bahia	12	72,1
9	Pernambuco	12	65,1
10	Goiás	10	55,2
12	Copa Verde	16	32,4
11	Ceará	10	35,8
14	Pará	16	22,4
13	Rio Grande do Norte	10	23,2
15	Alagoas	9	19,5
20	Espirito Santo	18	12,8
16	Mato Grosso do Sul	14	16,1
17	Distrito Federal	12	15
18	Paraíba	10	14,1
19	Maranhão	9	13,5
21	Sergipe	10	12
23	Mato Grosso	10	10,3
22	Piauí	6	11

Fonte: BDOBrazil

4. PANORAMA DO FUTEBOL BRASILEIRO NO PERÍODO 2013 A 2014

A seguir é apresentando um quadro geral da situação econômico-financeira e da *performance* de resultados desportivos obtidos para os clubes do campeonato brasileiro da série A em 2014. Na Tabela 04 estão mostradas as receitas obtidas com cotas de transmissão de jogos na televisão, em milhões de reais, pode-se notar que os dez clubes com maior volume de cotas recebidas são dos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Rio Grande do Sul, tendo como maiores participações, Flamengo e Corinthians com valores iguais a R\$115,7 milhões e R\$108,7 milhões respectivamente em 2014.

Tabela 04 - Receitas com cotas televisivas 2014 (em R\$ milhões)

Rank 2014	Clube	Ano 2014	% Receitas com TV - 2014
1	Flamengo	115,7	10,50%
2	Corinthians	108,7	9,86%
3	Palmeiras	80,6	7,31%
4	Atlético-MG	80,4	7,29%
5	São Paulo	77,9	7,07%
6	Cruzeiro	66,3	6,02%
7	Santos	61,7	5,60%
8	Fluminense	61,3	5,56%
9	Grêmio	59,7	5,42%
10	Internacional	58,3	5,29%
11	Botafogo	48,6	4,41%
12	Sport	48	4,35%
13	Bahia	44,5	4,04%
14	Vitória	37,1	3,37%
15	Atletico-PR	36,9	3,35%
16	Coritiba	34,7	3,15%
17	Goiás	33,2	3,01%
18	Criciúma	30,1	2,73%
19	Figueirense	18,5	1,68%
20	Chapecoense	-	-
	Total	1102,2	1

Fonte: ITAU/BBA

Pode-se observar a partir dos valores das estimativas obtidas na Tabela 05, que a distribuição das cotas televisivas pelo esporte interativo é menos desigual em comparação com a divisão das cotas de televisão feitas pela rede globo para os clubes da série A do Campeonato Brasileiro em 2014. Para se ter uma ideia da diferença entre esses dois cenários, observe que o Corinthians, primeiro no ranking, recebeu apenas 7,58% do

total distribuído, enquanto o Figueirense, ficou com a menor participação porém representando 2,86% do total.

Tabela 05 – Estimativas das cotas de televisão do esporte interativo para 2015 (em R\$ milhões)

Clube	Valor em R\$	Proporção	(%)
Corinthians	77.130.434	0,0758	7,58
Atlético-MG	71.130.434	0,0699	6,99
Flamengo	63.130.434	0,0620	6,20
Cruzeiro-MG	63.130.434	0,0620	6,20
São Paulo	61.130.434	0,0601	6,00
Grêmio	61.130.434	0,0601	6,00
Internacional	59.130.434	0,0581	5,81
Palmeiras	55.130.434	0,0542	5,42
Fluminense	53.130.434	0,0522	5,22
Santos	53.130.434	0,0522	5,22
Vasco da Gama	49.130.434	0,0483	4,83
Sport	47.130.434	0,0463	4,63
Botafogo	44.130.434	0,0434	4,34
Bahia	44.130.434	0,0434	4,34
Atlético-PR	43.130.434	0,0424	4,24
Coritiba	39.130.434	0,0384	3,84
Vitória	36.130.434	0,0355	3,55
Góias	34.130.434	0,0335	3,35
Ponte Preta	34.130.434	0,0335	3,35
Figueirense	29.130.434	0,0286	2,86
Total	1.017.608.680	1	100

Fonte: site *goal*.

Observação: valores estimados a partir das cotas pagas na temporada 2015 nas séries A e B.

A distribuição do montante financeiro relacionado com as cotas de televisão não refletiu o sucesso dos clubes de futebol em termos desportivos e isso pode ser constatado a partir da observação dos dados apresentados na Tabela 06 na qual se observou que nas três primeiras posições figuram os clubes Cruzeiro-MG, São Paulo-SP e Internacional-RS, respectivamente. Corinthians e Flamengo, maiores detentores das cotas de televisão, obtiveram apenas a quarta e a décima posição, respectivamente, nesse campeonato de futebol.

Tabela 06 – Classificação dos clubes Campeonato Brasileiro Série A 2014

Rank	Clube	P	J	V	E	D	GP	GC	SG	%
1º	Cruzeiro-MG	80	38	24	8	6	67	38	29	70
2º	São paulo - SP	70	38	20	10	8	59	40	19	61
3º	Internacional - R	69	38	21	6	11	53	41	12	60
4º	Corinthians - SP	69	38	19	12	7	49	31	18	60
5º	Atlético - MG	62	38	17	11	10	51	38	13	54
6º	Fluminense - RJ	61	38	17	10	11	61	42	19	53
7º	Grêmio - RS	61	38	17	10	11	36	24	12	53
8º	Atlético - PR	54	38	15	9	14	43	42	1	47
9º	Santos - SP	53	38	15	8	15	42	35	7	46
10º	Flamengo - RJ	52	38	14	10	14	46	47	-1	45
11º	Sport - PE	52	38	14	10	14	36	46	-10	45
12º	Goiás - GO	47	38	13	8	17	38	40	-2	41
13º	Figueirense - SC	47	38	13	8	17	37	47	-10	41
14º	Coritiba - PR	47	38	12	11	15	42	45	-3	41
15º	Chapecoense - SC	43	38	11	10	17	39	44	-5	37
16º	Palmeiras - SP	40	38	11	7	20	34	59	-25	35
17º	Vitória - BA	38	38	10	8	20	37	54	-17	33
18º	Bahia - BA	37	38	9	10	19	31	43	-12	32
19º	Botafogo - RJ	34	38	9	7	22	31	48	-17	29
20º	Criciúma - SC	32	38	7	11	20	28	56	-28	28

Fonte: CBF

No que se refere aos dados para o desempenho econômico-financeiro, pode-se observar pelos dados comparativos entre os anos de 2013 e 2014, que nove clubes experimentaram um aumento nas suas receitas totais, sendo que o Figueirense-SC apresentou um crescimento de 79%, enquanto o Grêmio teve um incremento de apenas 10% de sua receita entre 2013 e 2014. As demais equipes esportivas apresentaram uma redução na sua receita de 2013 para 2014, sendo que a maior redução foi do São Paulo com valor igual a 30% e a menor foi de 2% para o fluminense-RJ nesse período.

Tabela 07 – Receita total clubes Campeonato Brasileiro Série A 2014 (em R\$ mil)

Rank 2014	Clubes	UF	Receita total 2014	Receita total 2013	Varição 2013-2014
1	Flamengo	RJ	347.027	272.999	27%
2	Corinthians	SP	294.440	316.023	-7%
3	São Paulo	SP	253.381	362.832	-30%
4	Palmeiras	SP	244.109	176.881	38%
5	Cruzeiro	MG	223.162	187.869	19%
6	Grêmio	RS	212.124	192.405	10%
7	Internacional	RS	205.086	259.581	-21%
8	Atlético-MG	MG	178.943	227.863	-21%
9	Santos	SP	169.938	190.275	-11%
10	Botafogo	RJ	163.445	181.505	-10%
11	Atletico PR	PR	138.739	85.757	62%
12	Vasco da Gama	RJ	129.194	157.077	-18%
13	Fluminense	RJ	122.271	124.762	-2%
14	Coritiba	PR	87.283	96.698	-10%
15	Bahia	BA	75.780	64.497	17%
16	Goias	GO	66.719	55.472	20%
17	Vitoria	BA	61.835	65.101	-5%
18	Sport	PE	60.797	51.428	18%
19	Criciúma	SC	43.280	45.000	-4%
20	Figueirense	SC	41.882	23.403	79%

Fonte: BDOBrazil

Os clubes de futebol ao dependem de receitas provenientes de cotas televisivas, apesar da redução da participação desse item nas receitas entre 2012 e 2014, ela ainda é predominante quando comparada com as receitas de patrocínio e publicidade, vendas de atletas, bilheterias e Clube Social, conforma pode ser observado na Tabela 08, na qual a participação da receita com cotas televisivas na receita total passou de 39% em 2012 para 14% em 2014.

Tabela 08 – Participação das fontes de receitas clubes Campeonato Brasileiro Série A 2014

Fontes	2012	2013	2014
Cotas de TV	39%	32%	14%
Patrocínio e publicidade	13%	14%	12%
Receitas com atletas	13%	20%	11%
Bilheteria	7%	10%	13%
Clube social	11%	11%	12%
Outras	17%	13%	14%

Fonte: BDOBrazil.

Os clubes que receberam maiores cotas de televisão em 2014, coincidentemente apresentam os maiores valores de mercado das marcas, para o

Corinthians-SP e o Flamengo-RJ, foram observados valores iguais a 1,2361 e 1,0061 bilhão de reais respectivamente. Por outro lado, o Criciúma-SC apresenta valor de mercado bastante modesto no montante igual a 0,0282 bilhão de reais.

Tabela 09 – Valor da marca clubes brasileiros Campeonato Brasileiro Série A 2014

Clube	Valor da marca 2014 - em R\$ bilhões
Corinthians	1,2361
Flamengo	1,0061
São Paulo	0,8791
Palmeiras	0,5761
Grêmio	0,4785
Internacional	0,4537
Santos	0,4160
Cruzeiro	0,4072
Atlético MG	0,3576
Fluminense	0,2185
Botafogo	0,1722
Coritiba	0,1185
Atlético PR	0,1098
Bahia	0,0725
Vitória	0,0703
Sport	0,0626
Goiás	0,0547
Náutico	0,0383
Figueirense	0,0374
Criciúma	0,0282

Fonte: BDOBrazil

Os custos com departamento de futebol representam uma boa parte das destinações das receitas dos clubes de futebol no Brasil. Na Tabela 10, observa-se que nove clubes obtiveram uma variação positiva, indicando que houve um crescimento nos seus custos com futebol entre 2013 e 2014, sendo registrado o maior valor dessa variação para o Palmeiras-SP, igual a 36%, enquanto o menor valor foi registrado igual a 25 para o Internacional-RS. Por outro lado, onze clubes apresentaram variação negativa, ou um decréscimo nos custos com futebol entre 2013 e 2014. Sendo o maior decréscimo para o Goiás-GO, igual a -43%, e o menor decréscimo para o Grêmio-RS, com valor registrado igual a -1% nesse período.

Tabela 10 – Custos do departamento de futebol (em R\$ mil)

Rank 2014	Clubes	UF	Custos Futebol 2014	Custos Futebol 2013	Variação 2013-2014
1	Corinthians	SP	238.497	248.243	-4%
2	São Paulo	SP	235.474	248.067	-5%
3	Cruzeiro	MG	193.478	157.463	23%
4	Internacionl	RS	191.004	187.579	2%
5	Atletico MG	MG	189.594	146.396	30%
6	Palmeiras	SP	181.812	133.754	36%
7	Flamengo	RJ	169.943	180.015	-6%
8	Grêmio	RS	153.975	156.053	-1%
9	Santos	SP	153.733	167.729	-8%
10	Botafogo	RJ	125.635	167.745	-25%
12	Fluminense	RJ	74.604	74.337	0%
13	Coritiba	PR	73.211	65.546	12%
14	Atletico PR	PR	71.305	81.344	-12%
15	Bahia	BA	62.624	60.333	4%
16	Sport	PE	50.956	45.630	12%
17	Vitória	BA	46.703	47.916	-3%
18	Figueirense	SC	37.718	31.834	18%
19	Criciúma	SC	32.954	28.077	17%
20	Goiás	GO	28.120	49.478	-43%

Fonte: BDOBrazil

A falta de governança dos clubes pode caracterizar um problema nos quais contribuem para o agravamento de uma situação financeira instável dos clubes de futebol e que, desse modo resulta num endividamento dos clubes de futebol brasileiros em geral, observa-se na Tabela 11 que apenas o Flamengo-RJ e o Goiás-GO, apresentaram uma variação negativa no endividamento entre os anos de 2013 e 2014, registrando-se valores, respectivamente, iguais a -8% e -17% nesse período.

Tabela 11 – Endividamento líquido dos clubes Campeonato Brasileiro Série A 2014 (em R\$ milhões)

Rank 2014	Clubes	UF	Endividamento 2014	Endividamento 2013	Varição 2013-14
1	Botafogo	RJ	845,5	698,8	21%
2	Flamengo	RJ	697,9	757,4	-8%
3	Atlético MG	MG	486,6	438,4	11%
4	Fluminense	RJ	439,6	422,7	4%
5	Grêmio	RS	382,1	281,3	36%
6	Santos	SP	373,2	296,7	26%
7	São Paulo	SP	340,9	250,6	36%
8	Palmeiras	SP	332,7	311,8	7%
9	Corinthians	SP	313,5	193,7	62%
10	Internacional	RS	280,4	229,3	22%
11	Cruzeiro	MG	252,9	199,9	27%
12	Atlético PR	PR	233,4	118,2	97%
13	Bahia	BA	216	167,8	29%
14	Coritiba	PR	214,3	168,4	27%
15	Náutico	PE	132,1	82,7	60%
16	Goiás	GO	80,2	96,3	-17%
17	Figueirense	SC	65,3	56,8	15%
18	Sport	PE	55,3	17,3	220%
19	Vitória	BA	26,1	22,2	17%
20	Criciúma	SC	16,6	7	136%

Fonte: BDOBrazil.

Observa-se a partir dos resultados da Tabela 12 que os clubes de maior torcida na relação dos dez maiores também são os que possuem maior participação no montante das cotas televisivas para 2014, isso reforça uma tendência corrente de uma lógica da distribuição de recursos da televisão guiados por critérios de busca pela maior audiência das emissoras que pagam pelos direitos de transmissão dos jogos de futebol, dado que as maiores participações nessas receitas de televisão são por parte de Flamengo e Corinthians, clubes com maiores valores para as estimativas de torcedores em relação ao total da população no Brasil.

Tabela 12 - Estimativa de torcedores dos clubes do Campeonato Brasileiro Série A 2014

Rank	Clube	Estimativa de torcedores (em milhões)	Estimativa de torcedores (em % da população)
1	Flamengo	29,2	15%
2	Corinthians	25,1	13%
3	São Paulo	16,2	8%
4	Palmeiras	12,3	6%
5	Grêmio	6,7	5%
6	Cruzeiro	6,6	3%
7	Internacional	5,8	3%
8	Santos	5,3	3%
9	Atlético-MG	4,6	3%
10	Botafogo	2,8	2%
11	Fluminense	2,8	1%
12	Bahia	2,4	1%
13	Sport	2,2	1%
14	Vitória	2	1%
15	Atlético-PR	1,2	1%
16	Coritiba	1,1	1%
17	Náutico	0,8	0%
18	Góias	0,8	0%
19	Figuerense	0,4	0%

Fonte: PLURI CONSULTORIA

5. PANORAMA DAS RECEITAS DE DISTRIBUIÇÃO DAS RECEITAS DE COTAS TELEVISIVAS PARA LIGAS EUROPEIAS DE FUTEBOL NA TEMPORADA 2013 - 2014

A liga de futebol da Espanha apresenta uma assimetria no que se refere à distribuição das cotas televisivas para os clubes de futebol. Pode-se observar na Tabela 13, que Real Madrid e Barcelona juntos concentram aproximadamente 40% do total das cotas distribuídas, com 140 milhões de euros cada, enquanto os dois últimos do ranking, Rayo Vallecano e Almería, receberam apenas 18 milhões de euros. Curiosamente, não obstante à essa desigualdade os clubes espanhóis vêm apresentando melhores resultados. O que se pode notar é que essa repartição privilegia os clubes com maior valor de mercado de suas marcas e de maior torcida, o que torna o campeonato bastante previsível e reduz significativamente a competitividade no que se refere à disputa pelo título dessa liga de futebol.

Tabela 13 – Distribuição das receitas de cotas televisivas para os clubes primeira divisão do Campeonato Espanhol temporada 2013 – 2014 (em milhões de euros)

Clube	Receitas	Proporção	(%)
Real Madrid	140	0,1854	18,5430
Barcelona	140	0,1854	18,5430
Valencia	48	0,0636	6,3576
Atlético de Madrid	42	0,0556	5,5629
Sevilla	32	0,0424	4,2384
Athletic Bilbao	32	0,0424	4,2384
Villarreal	32	0,0424	4,2384
Betis	30	0,0397	3,9735
Espanyol	28	0,0371	3,7086
Real Sociedad	25	0,0331	3,3112
Málaga	25	0,0331	3,3112
Getafe	25	0,0331	3,3112
Osasuna	22	0,0291	2,9139
Celta	22	0,0291	2,9139
Levante	22	0,0291	2,9139
Granada	18	0,0238	2,3841
Elche	18	0,0238	2,3841
Valladolid	18	0,0238	2,3841
Rayo Vallecano	18	0,0238	2,3841
Almería	18	0,0238	2,3841
Total	755	1	100

Fonte: <http://bitterandblue.sbnation.com>¹.

¹ Dados disponíveis em: <http://bitterandblue.sbnation.com/2015/2/20/8063543/television-revenue-and-distribution-in-the-top-european-leagues>.

Na Tabela 14 estão apresentados os valores referentes às receitas de emissoras de televisão para os clubes do campeonato inglês de futebol na temporada 2013 – 2014. Pode-se notar que o valor total de 1875,2 milhões de euros faz desse campeonato o que distribui maior valor total de receitas de cotas televisivas entre as cinco principais ligas de futebol da Europa. O Liverpool foi o primeiro colocado desse ranking da cotas televisivas recebendo apenas 6,24% do total distribuído, enquanto o último desse ranking, Cardiff, recebeu 3,97% dos recursos de receitas de transmissão para esse campeonato.

Tabela 14 – Distribuição das receitas de cotas televisivas para os clubes primeira divisão do Campeonato Inglês temporada 2013 – 2014 (em milhões de euros)

Clube	Receitas	Proporção	(%)
Liverpool	117,0	0,0624	6,2393
Man. City	115,8	0,0617	6,1753
Chelsea	112,9	0,0602	6,0207
Arsenal	111,4	0,0594	5,9407
Tottenham	107,6	0,0574	5,7380
Man. United	106,9	0,0570	5,7007
Everton	102	0,0544	5,4394
Newcastle	92,8	0,0495	4,9488
Southampton	92,3	0,0492	4,9221
Stoke	90,8	0,0484	4,8421
Swansea	89,0	0,0475	4,7462
West Ham	88,4	0,0471	4,7142
Crystal Palace	87,8	0,0468	4,6822
Aston Villa	86,7	0,0462	4,6235
Sunderland	86,0	0,0459	4,5862
Hull	80,4	0,0429	4,2875
West Brom.	78,9	0,0421	4,2075
Norwich	77,4	0,0413	4,1276
Fulham	75,9	0,0405	4,0476
Cardiff	74,5	0,0397	3,9729
Total	1875,2	1	100

Fonte: <http://bitterandblue.sbnation.com>.

O campeonato alemão de futebol, conhecido também como Bundesliga, apresenta-se mais simétrico do que a liga espanhola no que se refere à repartição das cotas televisivas entre os clubes de futebol. Pode-se observar pela tabela 15, que o clube com menor cota de televisão, E. Brawnschweig, recebeu 18,2 milhões de euros o que representa 3,8% do total distribuído e constitui quase metade do que recebeu o primeiro colocado desse ranking, o Bayern de Munique com receita de televisão igual a 36,9 milhões de euros ou 7,45% do total dos recursos distribuídos entre esses clubes de futebol.

Tabela 15 – Distribuição das receitas de cotas televisivas para os clubes primeira divisão do Campeonato Alemão temporada 2013 – 2014 (em milhões de euros)

Clube	Receitas	Proporção	(%)
Bayern	36,9	0,0745	7,4545
B. Dortmund	35,5	0,0717	7,1717
B Leverkusen	33,6	0,0679	6,7879
Schalke	33,3	0,0673	6,7273
B.M'Gladbach	31,9	0,0644	6,4444
Hannover	30,7	0,0620	6,2020
Wolfsburgo	30,1	0,0608	6,0808
Mainz	29	0,0586	5,8586
Friburgo	28,1	0,0568	5,6768
Stuttgart	27,2	0,0549	5,4949
W, Bremen	26,2	0,0529	5,2929
Hoffenheim	25,1	0,0507	5,0707
Hamburgo	24	0,0485	4,8485
Nuremberg	22,9	0,0463	4,6263
E. Frankfurt	21,7	0,0438	4,3838
Au rgo	20,5	0,0414	4,1414
Hertha	19,3	0,0389	3,8989
E. Brawnschweig	18,2	0,03677	3,6768
Total	495	1	100

Fonte: <http://bitterandblue.sbnation.com>.

O cenário para o campeonato italiano aponta para um modelo de distribuição das cotas televisivas próximos da liga espanhola de futebol, uma vez que há uma concentração desses recursos para os tradicionais clubes como Juventus, Inter, Milan e Roma. Pode-se observar que nesse cenário, conforme a tabela 16, os três primeiros clubes do ranking, Juventus, Inter e Milan recebem juntos mais de 30% do total dos recursos financeiros distribuídos, enquanto, por outro lado os três piores do ranking - Verona, Livorno e Sassuolo, representam juntos menos de 9% do total dos recursos financeiros de receitas de cotas televisivas para essa liga de futebol.

Tabela 16 – Distribuição das receitas de cotas televisivas para os clubes primeira divisão do Campeonato Italiano temporada 2013 – 2014 (em milhões de euros)

Clube	Receitas	Proporção	(%)
Juventus	94	0,1111	11,1098
Inter	80,4	0,0950	9,5024
Milan	77,9	0,0921	9,2069
Roma	61,4	0,0726	7,2568
Nápoles	59,8	0,0707	7,0677
Lazio	49,8	0,0588	5,8858
Fiorentina	44,4	0,0525	5,2476
Torino	35,5	0,0419	4,1957
Udinese	34,9	0,0412	4,1248
Parma	34,3	0,0405	4,0539
Sampdoria	34,3	0,0405	4,0539
Genoa	33,3	0,0393	3,9357
Cagliari	30,9	0,0365	3,6520
Bolonia	30	0,0354	3,5457
Catania	29,4	0,0347	3,4748
Atalanta	29,1	0,0344	3,4393
Chievo	26	0,0307	3,0729
Verona	23,2	0,0274	2,7419
Livorno	19,5	0,0230	2,3047
Sassuolo	17,9	0,0211	2,1156
Total	846,1	1	100

Fonte: <http://bitterandblue.sbnation.com>.

O campeonato francês de futebol da primeira divisão tem um padrão semelhante ao italiano de concentração na distribuição dos recursos de receitas televisivas. Na tabela 17, pode-se observar que o PSG, líder desse ranking, recebeu 44,6 milhões de euros, ou 9,14% do total das receitas distribuídas, o equivalente a mais do que o triplo do Ajaccio, que recebeu apenas 13,1 milhões de euros o que corresponde a 2,68% do total das receitas televisivas para os clubes da liga francesa.

Tabela 17 – Distribuição das receitas de cotas televisivas para os clubes primeira divisão do Campeonato Francês temporada 2013 – 2014 (em milhões de euros)

Clube	Receitas	Proporção	(%)
PSG	44,6	0,0914	9,1412
Marsella	41,8	0,0857	8,5673
Lyon	40,9	0,0838	8,3829
Lille	36,5	0,0748	7,4810
Bourdeos	32,1	0,0658	6,5792
Saint Etienne	31,9	0,0654	6,5382
Monaco	29,5	0,0605	6,0463
Rennes	24	0,0492	4,9190
Toulouse	21,4	0,0439	4,3861
Lorient	21,7	0,0445	4,4476
Montpellier	21,4	0,0439	4,3861
Stade Reims	17,1	0,0350	3,5048
Nantes	16,7	0,0342	3,4228
Bastia	16,4	0,0336	3,3613
Niza	16,4	0,0336	3,3613
Evian	16,3	0,0334	3,3408
Valenciennes	15,5	0,0318	3,1769
Guingamp	14,8	0,0303	3,0334
Sochaux	14,2	0,0291	2,9104
Ajaccio	13,1	0,0268	2,6849
Total	487,9	1	100

Fonte: <http://bitterandblue.sbnation.com>.

Para efeito de comparação do panorama das receitas de cotas de transmissão dos jogos de futebol do Brasil com relação ao cenário internacional, também foram analisadas as repartições dos recursos financeiros de cotas de televisão para as principais ligas de futebol europeias – campeonato espanhol, inglês, alemão, italiano e francês – na temporada de 2013 - 2014 e se constatou que a maior concentração na distribuição dos recursos foi apresentada pela liga espanhola, enquanto a menor concentração foi apresentada pela liga inglesa de futebol. Porém durante os anos 2000, um fato de certa feita surpreendente é que os clubes espanhóis vem crescendo em relação à conquista de títulos nos dois maiores campeonatos europeus de futebol, a Champions League e a Liga Europa, sendo que nas últimas seis temporadas a Liga dos Campeões da Europa, observou-se quatro títulos para os clubes espanhóis, dois para o Real Madrid e dois títulos para o Barcelona, enquanto Sevilla foi campeão da Liga Europa, segundo maior torneio europeu de futebol, nas temporadas 2013 – 2014, 2014-2015 e 2015-2016, enquanto apesar de possuir uma liga de futebol com repartição mais equitativa e que distribuiu mais

recursos na temporada, o Chelsea foi campeão na temporada 2011-2012, sendo o único clube inglês campeão da *Champions League* das últimas seis temporadas europeias de futebol.

O que se observou em linhas gerais é que os clubes com maior valor de mercado e de maiores torcidas possuem posição privilegiada no rateio das receitas das emissoras de televisão, de modo que esses clubes exercem um poder de barganha muito mais amplo no mercado de transferências e contratação dos mais valiosos jogadores para as várias competições de futebol.

6. METODOLOGIA

No que se refere aos procedimentos foi elaborada também uma pesquisa natureza bibliográfica e documental, na qual foi realizada a consulta de referências bibliográficas sobre o tema na área de economia do esporte e futebol com base em consultas de sites especializados como PLURI Consultoria, BDOBrazil e Confederação Brasileira de Futebol (CBF), artigos científicos, livros, teses, dissertações, monografias, etc. Elaborou-se a análise de correlação entre as receitas de cotas de transmissão de jogos do campeonato brasileiro de 2014 e algumas variáveis selecionadas para representar aspectos relacionados com o tamanho do clube, situação financeira e nível de competitividade nesse campeonato de futebol. Ademais, foram elaborados alguns índices com base em dados de variáveis que representam medidas do desempenho financeiro e de competitividade em termos de resultados desportivos.

7. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A correlação pode ser interpretada como o grau de relação entre um conjunto de variáveis. Quando as variáveis são duas, diz-se que a correlação é simples, e, caso a quantidade de variáveis for maior, diz-se que a correlação será múltipla. Ademais, a partir da forma como se relacionam as variáveis, pode-se ter uma correlação do tipo linear ou não-linear. Diz-se que a correlação será positiva quando as duas variáveis variam na mesma direção. Desse modo, para as variáveis, digamos, X e Y, a correlação é positiva quando X e Y aumentam ou X e Y diminuem conjuntamente. Ademais, pode-se afirmar que a correlação entre essas variáveis será negativa quando variam conjuntamente em direção oposta, de modo que quando X aumenta, Y diminui, ou, quando X diminui, Y aumenta. Duas variáveis são não-correlacionadas ou independentes quando a sua variação conjunta é completamente dissociada e, nesse caso, a correlação é nula entre elas. (HADDAD *et al.* 1989)

Na Tabela 18 estão mostradas, com base em dados de 2014, as correlações entre as variáveis de estudo indicadoras das receitas de cotas de televisão (RECTV). O que se pode observar é que há uma correlação positiva e forte, maior que 0,8 de todas as variáveis em relação às receitas de cotas de televisão. O resultado que parece ser diferente do esperado é a forte correlação positiva entre o nível de endividamento dos clubes de futebol (ENDIVD) e a receita de cota televisiva (RECTV), evidenciando que clubes deficitários tem maior participação de cotas televisivas. Quanto às variáveis representativas de competitividade dos clubes, nota-se uma relação direta e forte entre estas e a variável de receita televisiva, cujos valores são de 0,8967, 0,9641 e 0,9655 para o número de gols marcados, pontos ganhos e vitórias nos jogos, respectivamente. Adicionalmente, também se observa a correlação positiva entre o tamanho do clube de futebol em termos do número de torcedores e valor da marca com relação à participação no montante das cotas televisivas, sendo essas correlações iguais a 0,9309 em relação ao valor da marca e igual a 0,8954 das receitas televisivas em relação à estimativa do número de torcedores dos clubes de futebol.

Tabela 18 – Matriz de correlações de Pearson para as variáveis de estudo

	RECTV	GP	P	V	MARCA	NUMTORC	ENDIVD
RECTV	1						
GP	0.8967	1					
P	0.9641	0.8816	1				
V	0.9655	0.8789	0.9927	1			
MARCA	0.9309	0.8704	0.9273	0.9394	1		
NUMTORC	0.8954	0.8351	0.8677	0.8779	0.9734	1	
ENDIVD	0.9703	0.8992	0.9614	0.9613	0.9635	0.9449	1

Fonte: Elaboração própria.

Os indicadores utilizados nessa seção estão fundamentados na construção de índices nos quais se considera a razão entre a diferença entre o valor da variável e o valor mínimo no conjunto de dados de mesma natureza sobre a diferença entre os valores máximo e mínimo, ou em termos matemáticos pode-se adotar uma simbologia tomando-se $\text{ÍNDICE}_{ij} = (Y_{ij} - \min_j Y_{ij}) / (\max_j Y_{ij} - \min_j Y_{ij})$ onde os subscritos i e j representam respectivamente valor da variável de estudo Y para o clube j em relação à variável Y_i . Na Tabela 19, apresentam-se os resultados relacionados com o desempenho de cada um dos vinte clubes na série A do campeonato brasileiro em 2014. As variáveis selecionadas estão baseadas na pontuação dos clubes de futebol (P), após as 38 rodadas do campeonato brasileiro de 2014, número de vitórias (V), número de gols marcados (GP) e o saldo de gols (SG). Observa-se que os dois primeiros colocados em termos de pontuação, Cruzeiro-MG e São Paulo-SP, foram apenas o quinto e sexto clubes no ranking da distribuição de receitas das cotas televisivas.

Tabela 19 – Indicadores de competitividade desportiva clubes de futebol série A 2014

Clube	P	Rank	V	Rank	GP	Rank	SG	Rank
Cruzeiro-MG	1	1	1	1	1	1	1	1
São paulo - SP	0,7917	2	0,7647	3	0,7949	3	0,8246	2
Internacional - RS	0,7708	3	0,8235	2	0,6410	4	0,7017	6
Corinthians - SP	0,7708	4	0,7059	4	0,5385	6	0,8070	4
Atlético – MG	0,6250	5	0,5882	5	0,5897	5	0,7193	5
Fluminense – RJ	0,6042	6	0,5882	5	0,8461	2	0,8246	2
Grêmio – RS	0,6042	7	0,5882	5	0,2051	15	0,7017	6
Atlético - PR	0,4583	8	0,4706	8	0,3846	8	0,5088	9
Santos – SP	0,4375	9	0,4706	8	0,3589	9	0,6140	8
Flamengo - RJ	0,4167	10	0,4118	10	0,4615	7	0,47368	10
Sport – PE	0,4167	11	0,4118	10	0,2051	15	0,3158	14
Goiás – GO	0,3125	12	0,3529	12	0,2564	12	0,4561	11
Figueirense – SC	0,3125	13	0,3529	12	0,2308	13	0,3158	14
Coritiba - PR	0,3125	14	0,2941	14	0,3589	9	0,4386	12
Chapecoense – SC	0,2292	15	0,2353	15	0,2820	11	0,4035	13
Palmeiras - SP	0,1667	16	0,2353	15	0,1538	17	0,0526	19
Vitória - BA	0,1250	17	0,1765	17	0,2308	13	0,1929	17
Bahia – BA	0,1042	18	0,1176	18	0,0769	18	0,2807	16
Botafogo - RJ	0,0417	19	0,1176	18	0,0769	18	0,1929	17
Criciúma - SC	0	20	0	20	0	20	0	20

Fonte: Elaboração própria.

Para os índices de receita total dos clubes de futebol do campeonato brasileiro no período entre 2013 e 2014, pode-se observar a partir da Tabela 20, que seis das vinte equipes de futebol apresentaram um crescimento nas suas receitas, destacando-se o Flamengo-RJ que passou a ser o clube com maior índice de receita no ano de 2014 comparativamente a 2013. Por outro lado, o Figueirense-SC manteve-se em ambos os anos como o clube de menor índice de receita total.

Tabela 20 – Indicadores financeiros para receita total 2013 a 2014

Clube	Receita total 2014	Rank 2014	Receita total 2013	Rank 2013
Flamengo	1	1	0,7353	3
Corinthians	0,8277	2	0,8621	2
São Paulo	0,6931	3	1	1
Palmeiras	0,6627	4	0,4522	10
Cruzeiro	0,5941	5	0,4845	8
Grêmio	0,5579	6	0,4979	6
Internacional	0,5348	7	0,6958	4
Atlético-MG	0,4492	8	0,6024	5
Santos	0,4196	9	0,4916	7
Botafogo	0,3984	10	0,4658	9
Atletico PR	0,3174	11	0,1837	14
Vasco da Gama	0,2861	12	0,3938	11
Fluminense	0,2634	13	0,2986	12
Coritiba	0,1488	14	0,2159	13
Bahia	0,1112	15	0,1211	16
Goiás	0,0814	16	0,0945	17
Vitoria	0,0654	17	0,1228	15
Sport	0,0619	18	0,0826	18
Criciúma	0,0046	19	0,0636	19
Figueirense	0	20	0	20

Fonte: Elaboração própria.

Observa-se que entre os vinte clubes analisados na tabela 21 abaixo, apenas seis deles conseguiram melhorar sua posição no ranking dos indicadores de custo para o departamento de futebol. Cabe ressaltar que apenas seis clubes melhoraram sua posição no *ranking* de custo entre 2013 e 2014. Sendo que o Goiás-GO apresentou Melhor situação em 2014 e a pior situação no ano de 2014 foi do Corinthians com maior índice de custo com futebol nos anos de 2013 e 2014.

Tabela 21 – Indicadores para o custo com futebol clubes Campeonato Brasileiro Série A 2014

Clubes	Custos Futebol 2014	Rank	Custos Futebol 2013	Rank
Corinthians	1	1	1	1
São Paulo	0,9856	2	0,9992	2
Cruzeiro	0,7860	3	0,5877	7
Internacional	0,7742	4	0,7245	3
Atletico MG	0,7675	5	0,5374	9
Palmeiras	0,7305	6	0,4799	10
Flamengo	0,6741	7	0,6901	4
Grêmio	0,5982	8	0,5813	8
Santos	0,5971	9	0,6343	6
Botafogo	0,4635	10	0,6344	5
Fluminense	0,2209	11	0,2101	12
Coritiba	0,2143	12	0,1702	13
Atletico PR	0,2053	13	0,2419	11
Bahia	0,1640	14	0,1465	14
Sport	0,1085	15	0,0797	17
Vitória	0,0883	16	0,0901	16
Figueirense	0,0456	17	0,0171	18
Criciúma	0,0229	18	0	19
Goiás	0	19	0,0972	15

Fonte: Elaboração própria.

A Tabela 22 mostra os valores para os índices de endividamento líquido dos clubes nos anos de 2013 e 2014. Pode-se observar que apenas sete dos vinte clubes de futebol analisados apresentaram uma melhoria no ranking de endividamento sinalizando que reduziram sua situação deficitária entre 2013 e 2014. Cabe destacar Vitória - BA e o Goiás-GO, que ocuparam a 19 e 16 posição nesse ranking em 2014, respectivamente.

Tabela 22 – Indicadores para o endividamento líquido dos clubes Campeonato Brasileiro Série A 2013 e 2014

Clube	Endividamento líquido 2014	Rank	Endividamento líquido 2013	Rank
Botafogo	1	1	0,9219	2
Flamengo	0,8219	2	1	1
Atlético MG	0,5670	3	0,5749	3
Fluminense	0,5103	4	0,5539	4
Grêmio	0,4409	5	0,3655	7
Santos	0,4302	6	0,3861	6
São Paulo	0,3912	7	0,3246	8
Palmeiras	0,3813	8	0,4062	5
Corinthians	0,3582	9	0,2488	11
Internacional	0,3182	10	0,2962	9
Cruzeiro	0,2851	11	0,2571	10
Atlético PR	0,2615	12	0,1482	14
Bahia	0,2405	13	0,2143	13
Coritiba	0,2385	14	0,2151	12
Náutico	0,1393	15	0,1009	16
Goiás	0,0767	16	0,1190	15
Figueirense	0,0587	17	0,0664	17
Sport	0,0467	18	0,0137	19
Vitória	0,0115	19	0,0202	18
Criciúma	0	20	0	20

Fonte: Elaboração própria.

Os índices para os valores das marcas, apresentados na tabela 23, mostram uma ampla participação dos clubes da região sudeste do Brasil, cabe-destacar também que os clubes com maior participação na distribuição das cotas televisivas, também predominam nas melhores posições nesse ranking de valor de mercado da mercados clube em 2014, entre os vinte clubes participantes do campeonato brasileiro série A de 2014.

Tabela 23 – Indicador para valor da marca clubes Campeonato Brasileiro Série A 2013 e 2014

Clube	Valor da marca 2014	Rank
Corinthians	1	1
Flamengo	0,8096	2
São Paulo	0,7044	3
Palmeiras	0,4536	4
Grêmio	0,3728	5
Internacional	0,3523	6
Santos	0,3210	7
Cruzeiro	0,3138	8
Atlético MG	0,2727	9
Fluminense	0,1575	10
Botafogo	0,1192	11
Coritiba	0,0747	12
Atlético PR	0,06755	13
Bahia	0,0367	14
Vitória	0,0348	15
Sport	0,0285	16
Goiás	0,0219	17
Náutico	0,0084	18
Figueirense	0,0076	19
Criciúma	0	20

Fonte: Elaboração própria.

As estimativas de torcedores a partir dos índices mostrados na tabela 24, evidenciam a participação de Flamengo-RJ e Corinthians, clubes detentores das maiores receitas de cotas televisivas em 2014, enquanto Goiás-GO e Figueirense-SC apresentaram os menores índices para estimativa de torcedores, os valores apresentados estão num padrão semelhante de ranqueamento em relação à tabela 01 para a distribuição das receitas de cotas televisivas para os clubes do campeonato brasileiro série A 2014.

Tabela 24 – Índices para as estimativas de torcedores dos clubes do campeonato brasileiro da série A em 2014

Rank	Clube	Índice para estimativa de torcedores
1	Flamengo	1
2	Corinthians	0,8576
3	São Paulo	0,5486
4	Palmeiras	0,4132
5	Grêmio	0,2187
6	Cruzeiro	0,2153
7	Internacional	0,1875
8	Santos	0,1701
9	Atlético-MG	0,1458
10	Botafogo	0,0833
11	Fluminense	0,0833
12	Bahia	0,0694
13	Sport	0,0625
14	Vitória	0,0555
15	Atlético-PR	0,0278
16	Coritiba	0,0243
17	Náutico	0,0139
18	Góias	0,0139
19	Figueirense	0

Fonte: PLURI CONSULTORIA

A partir da análise desses indicadores financeiros e de competitividade para os clubes brasileiros da primeira divisão em 2014, pode-se observar que a distribuição das receitas de televisão entre os clubes tem relação direta apenas com os valores de mercado das marcas obtidas pelos clubes em 2014 e, em geral está na direção contrária dos dados das variáveis que indicam o desempenho financeiro e nos indicadores de competitividade dos resultados desportivos para o conjunto dos clubes participantes do campeonato brasileiro da série A em 2014.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A profissionalização do futebol brasileiro se faz necessária para que os clubes de futebol possam melhor explorar os retornos financeiros dos clubes e garantir sustentabilidade financeira de médio a longo prazo. Nessa perspectiva, essa monografia foi elaborada sob a hipótese de que clubes com maiores participações nas cotas televisivas em 2014 apresentam melhor desempenho econômico financeiro. Porém, os resultados obtidos não corroboraram com essa hipótese dado que o Cruzeiro-MG apresentou melhor desempenho esportivo obtendo o primeiro lugar na classificação geral do campeonato, mesmo recebendo um volume de recursos financeiros inferior ao Corinthians-SP e o Flamengo-RJ nesse campeonato.

Nessa perspectiva, essa pesquisa teve como objetivos analisar a relação entre as receitas de cotas televisivas de transmissão de jogos no campeonato brasileiro série A 2014 e o nível de competitividade a partir de resultados desportivos de clubes de futebol brasileiros e verificar alguns indicadores econômico-financeiro de clubes de futebol. Obteve-se que a distribuição das receitas de televisão entre os clubes tem uma relação direta apenas com os valores de mercado das marcas obtidas pelos clubes em 2014, porém não se relaciona diretamente com os indicadores de competitividade dos clubes de futebol brasileiros da primeira divisão do campeonato brasileiro 2014.

Ademais, cabe ressaltar que a simulação da repartição de cotas televisivas baseadas em contratos com o esporte interativo e tomando-se os clubes da série A do campeonato brasileiro de 2015, mostrou uma distribuição mais simétrica e desconcentrada dos recursos financeiros entre os clubes de futebol em relação ao cenário analisado das cotas de televisão da rede globo em 2014 para a série do campeonato brasileiro de futebol, cuja concentração é maior e sugere uma espécie de *espanholização* do futebol, dado que as cotas televisivas nesse caso foram concentradas principalmente para o Flamengo e o Corinthians, que receberam maior parcela dos recursos financeiros da rede globo em 2014 para transmissão do campeonato brasileiro de futebol.

A monografia limitou-se a estudar a relação entre o desempenho financeiro e resultados desportivos dos clubes brasileiros no campeonato brasileiro série A 2014 numa análise comparativa da participação desses clubes nas receitas das cotas televisivas. Outros trabalhos poderiam analisar a eficiência do desempenho financeiro e desportivo

em comparação com a distribuição das cotas televisivas de direitos de transmissão dos jogos de futebol no campeonato brasileiro série A em 2014.

9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGLIETTA, MICHEL; ANDREFF, WLADIMIR E DRUT, BASTIEN. **Floating European football clubs in the stock market.** *Economix Document de Travail Working Paper* 2010-24.

ÁVILA TINOCO, SANDRA; CORRAL COLLANTES, FERNANDO; MONTEMOR FERREIRA, ERIKA E SCHMIDT RIO-VALLE, REGINA. **La deuda de los clubes – Causas y soluciones.** *Curso superior universitário em gestão esportiva.* Segunda edição, 2011/2012.

GARCIA, JAUME e RODRÍGUEZ, PLÁCIDO. *The Determinants of TV audience for Spanish Football: A First Approach.* May 2006.

DA SILVA, LETICIA MEDEIROS e MORAES, MILENE MARTINS. **Contabilidade das entidades desportivas: um estudo sobre a apuração do custo contábil do atleta de futebol em formação do Grêmio *Foot-Ball* Porto Alegre.** XVII Congresso Brasileiro de Custos – Belo Horizonte - MG, Brasil, 3 a 5 de novembro de 2010.

HADDAD, PAULO ROBERTO; FERREIRA, CARLOS MAURÍCIO DE CARVALHO; BOISER, SÉRGIO e ANDRADE, THOMPSON ALMEIDA. **Economia regional: Teorias e métodos de análise.** Fortaleza, BNB. ETENE, 1989.

PRONI, MARCELO WEISHAUP. **Economia do esporte: um campo de estudo em expansão.** 1º Encontro da ALESDE “Esporte na América Latina: atualidade e perspectivas” UFPR - Curitiba - Paraná – Brasil 30, 31/10 e 01/11/2008.

REZENDE, AMAURY & DALMÁCIO, JOSÉ FLÁVIA ZÓBOLI. **Práticas de Governança Corporativa e Indicadores de Performance dos Clubes de Futebol: uma Análise das Relações Estruturais.** *Contabilidade, Gestão e Governança - Brasília* · v. 18 · n. 3 · p. 105-125 · set./dez. 2015.

SILVA, DANTAS, MARKE GEISY DA. **Fatores determinantes da eficiência financeira e esportiva de clubes de futebol do Brasil/ Marke Geisy da Silva Dantas.** - Natal, RN, 2013. 95 f.

YAMAGUTI, LÍGIA NEMOTO. **Ativo intangível – evidenciação contábil dos atletas de clubes de futebol brasileiro.** Curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB). Brasília DF. Novembro de 2010.

DANTAS, MARKE GEISY DA SILVA; STEPPAN, ADRIANA ISABEL BACKES E OLIVEIRA, RIDALVO MEDEIROS ALVES DE. **O comportamento do preço das ações de clubes de futebol mediante a variação de aspectos contábeis: o estudo de caso do Juventus F.C. – Itália.** Revista Ambiente Contábil – UFRN – Natal-RN. v. 1. n. 2, p. 55 – 67, jul./dez. 2009.

PRONI, MARCELO WEISHAAPT & LIBANIO, JOÃO PEDRO MARCHIORE. **O futebol brasileiro na Bolsa de Valores?** Texto para Discussão. Unicamp. IE, Campinas, n. 274, jun. 2016.

SILVA , FERNANDO AUGUSTO SODRÉ DA; SALLES, JOSÉ GERALDO DO CARMO; PINTO, JOSÉ ALBERTO; ANSALONI, ADELON SOARES e SILVA, LEANDRO CARLOS DA. **Panorama das transferências de jogadores de futebol de clubes brasileiros para o exterior entre os anos de 2002 e 2007.** Coleção Pesquisa em Educação Física - Vol.7, nº 1 – 2008.

DOMINGOS, RAFAEL PEDROSA. **As insígnias dos clubes de futebol gerenciadas como marcas: um estudo sobre dois clubes paulistas.** Jaboticabal, 2011v, 67 f.

ROSSI, JONES & MENDES JÚNIOR, LEONARDO. **Guia politicamente incorreto do futebol.** São Paulo: LeYa. 2014. 416p.